

Секция «Политические науки»

**Внешиполитическое позиционирование государства как инструмент
внешней политики**

Рощепий Иван Владимирович

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
политологии, Москва, Россия*

E-mail: cavingarnett@mail.ru

Происходящие изменения современного мира, ведущие к росту его многообразия, поставили государства перед необходимостью пересмотра принципов реализации внешней политики. Раньше внешняя политика рассматривалась как борьба за лидерство и власть, сегодня же ситуация совершенно иная, поскольку политику теперь стоит воспринимать как искусство управления, совместную деятельность всех участников мирового политического процесса [3]. Государства сейчас должны не просто действовать методами «жесткой» и «мягкой» силы, а пользоваться «умной силой», понимаемой как «взвешенное сочетание обеих сил, синоним эффективности как оптимального соотношения ресурсов влияния и дипломатического успеха, а также инновационности, экологичности, энергоэффективности» [5]. Одним из инструментов проведения политики «умной силы» является внешнеполитическое позиционирование государства, которое предполагает создание условий для достижения стратегических целей, развития двустороннего сотрудничества и увеличения привлекательности государства в глазах мирового сообщества.

Термин «позиционирование» был предложен в начале 70-х годов XX в. Дж. Траутманом в статье «Эра позиционирования» применительно к товарам. Современное понимание термина сформулировано маркетингологом Т. Амблером, характеризующего его как искусство формирования образа марки в воображении целевой аудитории таким образом, чтобы она как можно более выгодно отличалась от марок конкурентов [1]. В связи с усилением роли имиджа государства во взаимоотношениях на мировой арене в конце XX в., этот термин начинает применяться и к государству. Внешнеполитическое позиционирование государства можно определить как совокупность действий государства на международной арене, направленных на оптимизацию и конструирование желаемой внешнеполитической составляющей имиджа государства, с целью закрепления положительной репутации страны у ее партнеров для реализации собственных интересов. Происходит это за счет выделения характеристик, в которых наиболее заинтересован потребитель информации, но которые при этом являются конкретным преимуществом страны перед другими политическими акторами. Так за государством закрепляется определенная «имиджевая ниша» которая определяет место государства в глобальном, региональном и субрегиональном политическом пространстве. При этом набор действий по конструированию имиджа должен меняться от страны к стране в соответствии с ее потребностями, взглядами и идеологией. Важно, чтобы ассоциации, образующиеся благодаря внешнеполитическому позиционированию, были как можно более устойчивыми и позитивными, иначе созданный имидж не будет способствовать реализации национальных интересов. Можно выделить следующие функции позиционирования государства:

1. идентифицирующая (определение уникальных характеристик государства);
2. дифференцирующая (нахождение государством своего отличия от других акторов и своего превосходство над ними);
3. оптимизирующая (предполагает обеспечение трансформации имиджа в соответствии с изменившимися условиями в мире и потребностями потребителя информации);
4. конструирующая (построение требуемого имиджа, в связи с чем характеристики выбираются с позиции их полезности для его формирования);
5. информативная (в процессе позиционирования страны получают информацию о преимуществах одной страны перед другими и представление о ее репутации).

Значение внешнеполитического позиционирования для государства можно рассмотреть на примере принципов, применяемых Китаем, США и Россией для реализации собственных интересов в Центральной Азии:

- Китай руководствуется принципами экономического прагматизма, не содержащих в себе никакой идеологической нагрузки с целью обеспечения внутреннего развития и стабильности;
- Внешняя политика США в регионе основана на принципах «мессианства» и имеет в своей основе продвижение демократических ценностей;
- Россия отдает предпочтение продолжению и расширению процессов экономической интеграции и обеспечению коллективной безопасности[4]. При этом по мере ослабления связей, оставшихся после распада СССР, принципы позиционирования РФ должны быть направлены на формирование позитивного образа в регионе. Для достижения этой цели России необходимо показать странам Центральной Азии преимущество интеграционных процессов с целью создания самостоятельного центра экономической мощи по сравнению с «периферийной» моделью развития при более мощных центрах экономической силы[2].

Таким образом, каждое государство имеет собственную «имиджевую» нишу в регионе, с оглядкой на которую и развивается отношения со странами ЦА. Так, например, взаимодействие России и Узбекистана сейчас идет по нисходящей линии, так как предложенные РФ принципы не соответствуют целям и стремлением Узбекистана, который медленно «дрейфует» в сторону США.

Можно сделать вывод, что в современных условиях, когда для достижения стратегических целей государству необходимо искать компромисс между имеющимися ресурсами и дипломатическими возможностями, между применением инструментов «жесткой» и «мягкой» силы, все большую роль во внешней политике приобретает внешнеполитическое позиционирование. Имея возможность сочетать в себе различные преимущественные характеристики, оно создает почву для оптимизации имиджа страны и создания у нее определенной репутации. Благодаря грамотному позиционированию, у международных партнеров государства возрастает уверенность в надежности и стабильности партнера, что дает возможность поднимать взаимодействия между странами на новый уровень, а значит добиваться реализации своих собственных интересов. Если учесть все выше сказанное, становится очевидным, что внешнеполитическое позиционирование является необходимым инструментом, без грамотного использования которого ставится под сомнение успешность и эффективность проводимой внешней политики.

Литература

1. Амблер Т. Практический маркетинг //Пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 1999.
2. Назаров З.И. Национальные интересы и внешняя политика России на постсоветском пространстве// Внешняя политика: теория и практика. М., 2008. - С. 115-117.
3. Рыхтик М.И. В чем актуальность современной внешней политики?// Внешняя политика: теория и практика. М., 2008. - С. 10-19.
4. «У России нет ревизионистских планов в ЦА» [Электронный ресурс] // Коммерсант-Online [сайт]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2047109>
5. Чихарев И. «Умная мощь» в арсенале мировой политики // «Международные процессы». – Т. 9. - № 1(25). - январь–апрель, 2011. - <http://www.intertrends.ru/twenty-fifth/011.htm>