

УДК 32.001

## РЕСУРСЫ «УМНОЙ СИЛЫ» КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА УРОВЕНЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВА НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ



**Носова Татьяна Николаевна,**

Институт философии и права  
Уральского отделения Российской академии наук,  
аспирант,  
Екатеринбург, Россия,  
E-mail: nosova-t@list.ru

### *Аннотация*

В статье представлены результаты авторского исследования, проведенного в 2016 году и посвященного изучению общественного мнения россиян и граждан иностранных государств о России. Целью данной работы стало определение уровня потенциального российского влияния на мировой арене, поскольку именно величина имеющихся «умных» ресурсов, даже не раскрытых в должной степени, позволяет добиваться поставленных внешнеполитических задач в рамках стратегии с опорой на «умную силу».

### *Ключевые слова:*

умная сила, внешняя политика России, ресурсы влияния.

---

Сущность умной силы, или *smart power*, подразумевает широкий комплекс методов и приемов, нацеленных на увеличение влияния того или иного государства на региональном или общемировом уровне. Особенность умной силы в ее практической направленности, основывающейся на конкретных действиях политических акторов. *Smart power* можно назвать современной многосоставной стратегией в области внешней политики, включающей в себя

концепции сил низшего порядка – мягкую и жесткую силы [1].

*Smart power*, как и любая стратегия, должна опираться на усиление имеющихся в арсенале преимуществ и уменьшении уязвимостей. На примере исследования граждан России и иностранных государств удалось обозначить сильные и слабые стороны России и ее текущую позицию на мировой арене. Исследования охватывают интересные нас в контексте умной силы темы:

культуру, уровень здравоохранения и образования, степень туристической привлекательности, распространенность ценностей и товаров, популярность национального языка, военную мощь и т. д. То есть все ее основные компоненты.

В анкетном опросе россиян приняли участие 109 человек из разных регионов страны, с разным уровнем достатка и полученным образованием.

В анкетном опросе зарубежных граждан приняло участие 102 человека. География респондентов довольно широка и охватывает несколько континентов. Среди опрошенных были представители как дружественных по отношению к России государств, так и государств, относящихся к России негативно – Прибалтики и Украины.

Обе анкеты структурно были разделены на несколько блоков – экономику, культуру, дипломатию, вооруженные силы и политику.

Большое значение для оценки ресурсов умной силы имеет уровень товарного производства, востребованность отечественных товаров за рубежом. Анализ результатов опроса иностранных граждан выявил относительную неконкурентоспособность вещей из России. Практически половина респондентов отметила их качество как среднее. Россия, судя по полученным данным, не является страной-брендом, имеющим ряд конкурентных преимуществ [2]: 50% иностранцев, если увидят, что товар сделан в России, не придадут этому значения (см. рисунок А.1). Россия лежит вне границ сектора брендов, поскольку основной экспорт составляют ресурсы, а не потребительские товары.

Неотъемлемой составляющей успешной smart-стратегии служит такой индикатор, как образование, который включает в себя и уровень профессиональной подготовки, преподносимой в вузе, и количество иностранных студентов. Именно моло-

дежь чаще всего ищет новых впечатлений и возможностей, которые можно получить в учебном заведении за рубежом. К сожалению, результаты анкетного опроса выявили невысокий уровень привлекательности российского высшего образования, а значит и степень привлекательности для иностранцев. Еще одним доказательством наличия данной тенденции служит факт того, что 60% студентов из России, если бы имели такую возможность, предпочли иностранный вуз (см. рисунок А.2). Среди опрошенных из других стран лишь 30% согласились бы отправиться в один из российских вузов по обмену, 50% не считают отечественные учебные заведения привлекательными, а 20% вообще не слышали о них (см. рисунок А.3).

К перечисленным выше компонентам, безусловно, относится и массовая культура, раскрывающая «мягкую» сторону умной стратегии. Изучению мнения иностранцев по данной теме было посвящено 2 вопроса анкеты. Первый помог составить представление о влиянии российской массовой культуры за рубежом. Анализ полученного материала позволяет сделать выводы о практическом отсутствии такого влияния за пределами России – по шкале от 0 до 10, где 0 – не имеет влияния вообще, а 10 – имеет огромную степень влияния, респонденты чаще давали ответы в пределах от 1-го до 4-х (см. рисунок А.4). Такое положение могло сложиться в результате подражательного характера масскультуры нашей страны. Желание делать копии, зачастую гораздо более низкого качества, чем оригинал, не имеет шансов привлечь аудиторию. На данный момент времени можно констатировать, что мы не создаем своего особого «продукта» и не представляем его. Из самого распространенного о России, помимо традиционных «холодов и медведей с балалайками», иностранцы наслышаны

о некоторых российских блюдах и только. Опрос подтвердил, что граждане иностранных государств не считают российскую массовую культуру привлекательной. Увы, это еще одна сфера, в которой Россия на голову проигрывает и не может практически ничего предложить миру.

Намного более успешным на этом фоне представляется туризм. Как раз туристическая привлекательность России была оценена респондентами на достаточно высоком уровне – около половины респондентов оценили ее по шкале от 0 до 10 в пределах 7–9 (см. рисунок А.5). Рост туристического потока подтверждается и недавно появившимися данными Всемирной туристической организации (UNWTO), согласно которым наша страна замыкает первую десятку самых посещаемых туристами мест планеты [3]. Процент опрошенных, задумывавшихся о поездке в Россию, оказался высок и составил в общей сложности порядка 70% (см. рисунок А.6). Именно туристическая отрасль должна стать одним из «козырей» России в ближайшем будущем. Помимо различных природных зон, пригодных для всех видов туризма, необходимо обратить внимание и на экономический туризм. Здесь большую роль должна сыграть Москва, входящая в 20-ку самых влиятельных и привлекательных городов мира и занимающая почетное 5-ое место [4].

Однако наибольшей гордостью, по мнению граждан России, является военная отрасль, она же считается и самой развитой. Наверное, это единственный пункт нашего перекрестного исследования, по которому полностью сошлись мнения россиян и иностранцев. Показатели военной мощи РФ очень высоки – наивысшие баллы по существующей шкале дали 80% опрошенных (см. рисунок А.7). Можно утверждать, что государство, в первую очередь, является

военной державой, опирающейся напрямую или косвенно на вооружение в качестве основного аргумента при решении своих задач. Подтверждением тому служит ежегодно увеличивающийся объем денежных средств, выделяемых ВПК; военная кампания в Сирии; активная роль в переговорах по вопросу сокращения стратегических наступательных вооружений и др. При этом россияне, высоко оценивающие военную мощь и гордящиеся своими вооруженными силами, однако, со своей стороны не видят большого потенциала в силовом методе решения стоящих перед Россией внешнеполитических задач. Дипломатию как наиболее эффективный внешнеполитический ресурс назвали порядка 80% респондентов (см. рисунок А.8).

Вышеперечисленные компоненты зачастую исходят из сопоставления мнений россиян и иностранцев, их ментальности. Чтобы понять, под каким «углом» смотрим на мир «мы» и «они», был сформулирован вопрос, раскрывающий основные предметы гордости за Россию, те вещи, которые позволяют представить государство в качестве одного из важнейших геополитических игроков.

Результаты анализа ответов россиян на вопрос «Почему Россия является лидирующим государством?» следующие (в порядке убывания) (см. рисунок А.9):

- 1) Вооружение.
- 2) Размер территории.
- 3) Независимая внешняя политика.
- 4) Наличие природных ресурсов.
- 5) Наука и технологии.
- 6) Культурное наследие.

Особо стоит обратить внимание на 6-ой пункт – один из самых недооцененных показателей среди опрошенных. Иностранцы же выстраивают систему своих приоритетов, скорее, обратным образом: ранжируя влиятельность и привлекательность какой-либо страны от степени владения культурными

ценностями, а также наукой, технологиями и высококлассным образованием. Заметим, что среди упоминаемых ответов подпункт «образование» не значится вообще.

В глазах граждан иностранных государств Россия обладает передовой наукой и техникой, но в определенных сферах. Поскольку достижения наших ученых сейчас «не на слуху», то подобное восприятие, скорее всего, сформировано под влиянием научных разработок новейшего вооружения, что охватывает лишь одну конкретную область. Чтобы в этом убедиться, мы включили в анкету вопрос о «Сколково». В итоге можно утверждать, что подавляющее большинство не слышало о нашем аналоге «Кремниевой долины» (см. рисунок А.10), не говоря о каких-то отдельных разработках.

Исходя из вышесказанного, одной из сложнейших задач является реформирование сознания иностранцев. Скудность и неэффективность проектов, представляющих Россию в качестве нового самостоятельного актора, а не осколка бывшего Советского Союза с неперенными ассоциациями со временами «холодной войны», приводит к тому, что и отношение к стране, особенно со стороны западных партнеров, соответствующее. Результаты нашего исследования подтвердили факт того, что мировая общественность видит в нас в первую очередь советское прошлое, сопряженное с ядерной угрозой и авторитаризмом, а не нового мирового игрока. Более 40% высказались о том, что Россия и СССР – это одно и то же, 38% – что это отчасти так (см. рисунок А.11). Также свыше половины респондентов полагают, что наше государство по сути авторитарно, 25% – тоталитарно (см. рисунок А.12). Если мы нацелены на распространение своего влияния на мир, а не только на постсоветское пространство и некоторые страны азиатского региона и Латинской Америки, где принципы авторитаризма культивируются властной

элитой, то необходимо изменять текущее положение дел. Кроме того, 60% (см. рисунок А.13) опрошенных не считают Россию мировой угрозой, однако, оставшиеся 40% – являются серьезным показателем, который недопустим для успешной реализации поставленных руководством страны задач «по построению мира, равноправному сотрудничеству, уважению суверенитета» [5] и др.

Уже много лет государство целенаправленно работает над развитием двух основных и крупнейших проводников российской мягкой, а также умной силы, – Фонд «Русский мир» и «Россотрудничество». Однако деятельность их остается в тени: практически никто из иностранцев не слышал о них, их доля практически равна 100% (см. рисунки А.14 и А.15). А ведь именно эти организации предоставляют большое количество услуг для иностранцев, являясь в определенной степени координаторами – посредниками – между Россией и мировой общественностью.

И как результат, к сильным сторонам, исходя из данных исследования мнения россиян и граждан иностранных государств, мы можем отнести высокую культуру (опера, балет), спортивную составляющую (проведение большого количества значительных международных соревнований, наличие множества всемирно известных спортсменов), туристическую привлекательность (Россия вошла в 10-ку самых посещаемых стран мира в 2015 году), космическую отрасль (историческая роль СССР и России в освоении космического пространства, постоянное присутствие в космосе), военную мощь государства, направленную на уничтожение общемировых угроз. Именно эти ресурсы в дальнейшем представляются опорой нашей «умной силы» как инструмента воздействия на принятие выгодных для России решений, поскольку одинаково значимы в пределах государства и за рубежом.

Подытожив изучаемые параметры, можно говорить о сложности, если не о противоположности ментальных установок российского и зарубежного общества, что создает дополнительные сложности при реализации стратегии умной силы. Но именно сейчас и именно благодаря «умной» внешней политике появился шанс показать себя в новом свете, совершив плавный переход от «войны» и присущих ей методов к «миру» в рамках сотрудничества и кооперации. Россия успешно для всего мира продемонстрировала свою военную мощь в целях подавления международной угрозы терроризма в Сирии, открыв себя с новой стороны, но при этом не отказываясь от компонентов своего уже сложившегося образа.

5. Концепция внешней политики Российской Федерации, утвержденная Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 12 февраля 2013 г. [Электронный ресурс] Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ. URL: [http://www.mid.ru/brp\\_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F](http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F) (дата обращения: 15.04.2014).

---

1. Столетов О.В. Стратегия «разумной силы» в политике глобального лидерства / Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. Москва, 2014. С. 15.

2. Country Brand Index 2014–15. Future Brand. The creative future company – P. 35.

3. Exports from international tourism rise 4% in 2015 / World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс] URL: <http://media.unwto.org/press-release/2016-05-03/exports-international-tourism-rise-4-2015> (дата обращения: 15.05.2016).

4. Country Brand Index 2014–15. Future Brand. The creative future company. P. 27.

5. Концепция внешней политики Российской Федерации, утвержденная Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 12 февраля 2013 г. [Электронный ресурс] Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ. URL: [http://www.mid.ru/brp\\_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F](http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F) (дата обращения: 15.04.2014).

---

1. Stoletov O.V. Strategiya «razumnoj sily» v politike global'nogo liderstva / Dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata politicheskix nauk. Moskva, 2014. S. 15.

2. Country Brand Index 2014–15. Future Brand. The creative future company – P. 35.

3. Exports from international tourism rise 4% in 2015 / World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс] URL: <http://media.unwto.org/press-release/2016-05-03/exports-international-tourism-rise-4-2015> (дата обращения: 15.05.2016).

4. Country Brand Index 2014–15. Future Brand. The creative future company. P. 27.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

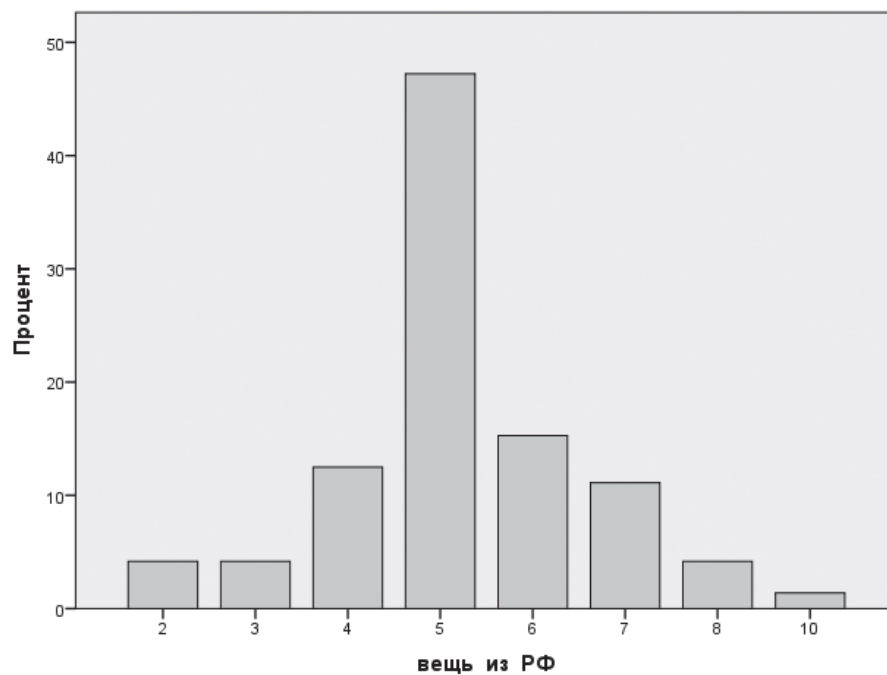


Рисунок А.1.

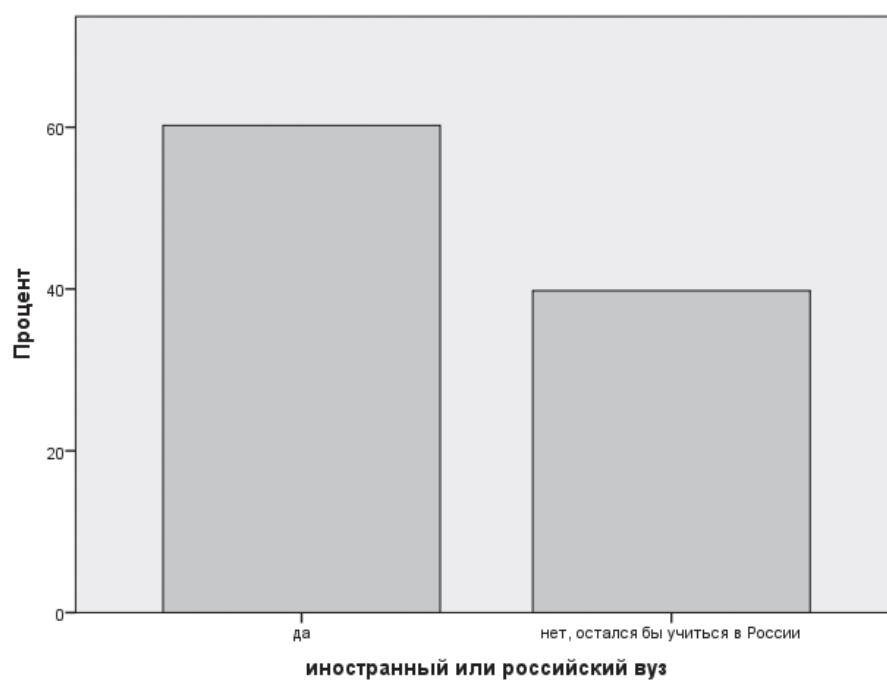


Рисунок А.2.

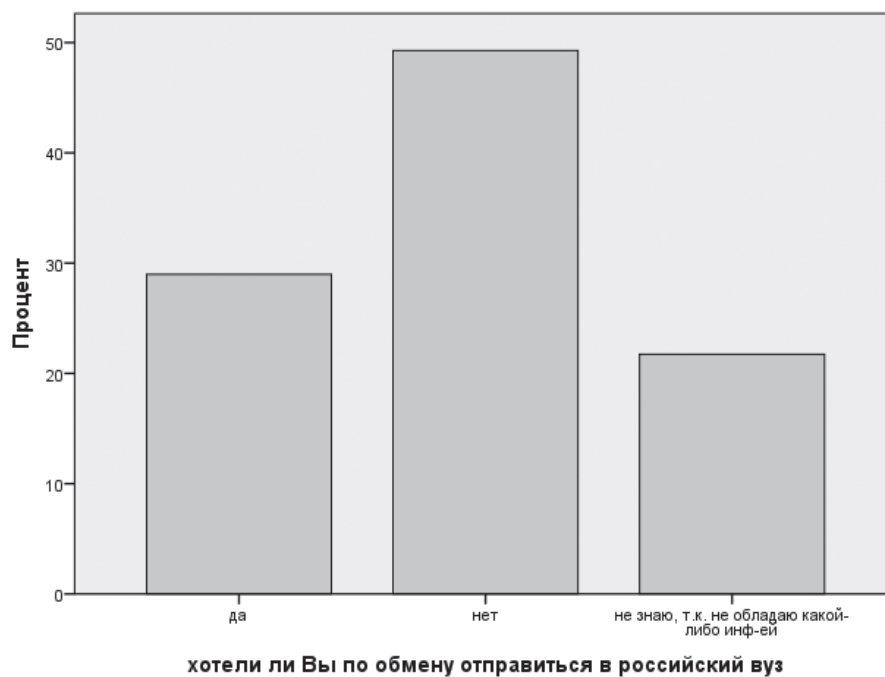


Рисунок А.3.

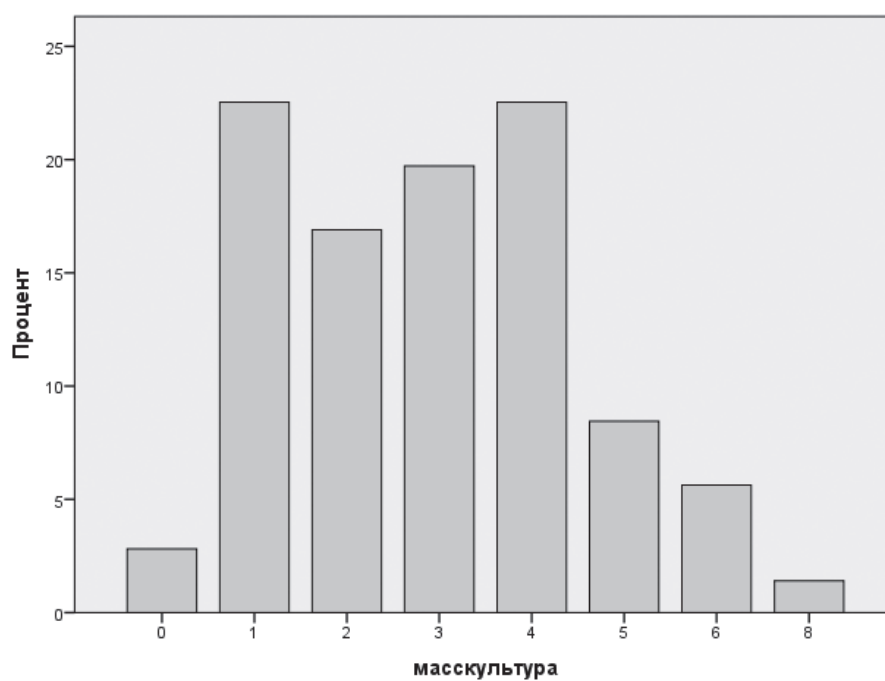


Рисунок А.4.



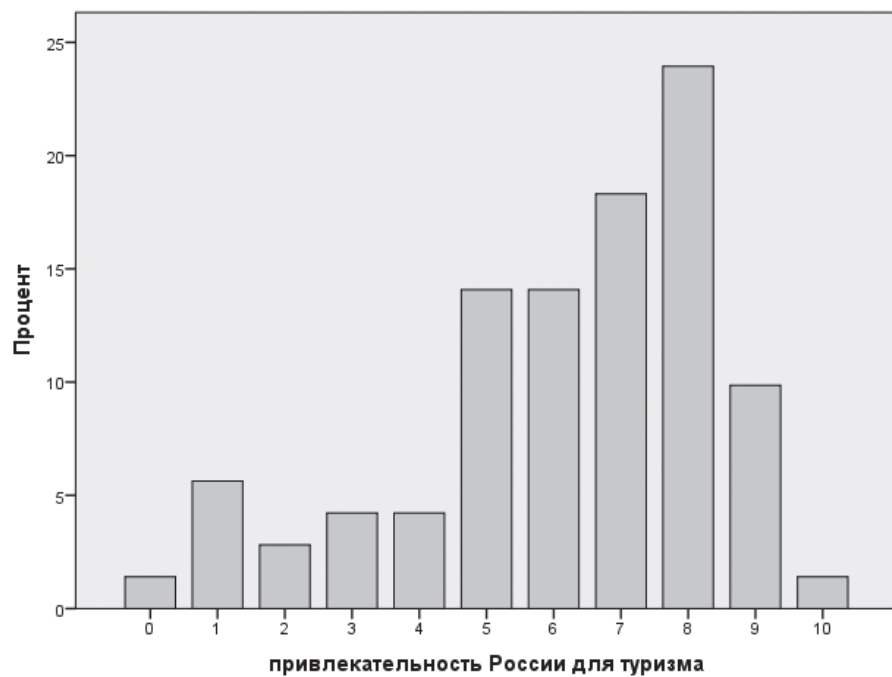


Рисунок А.5.

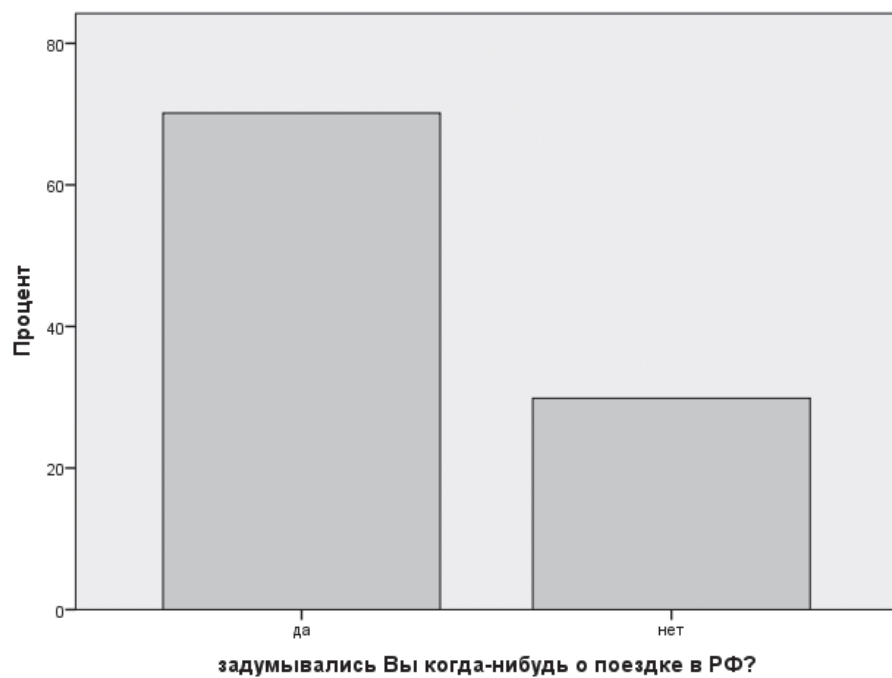


Рисунок А.6.



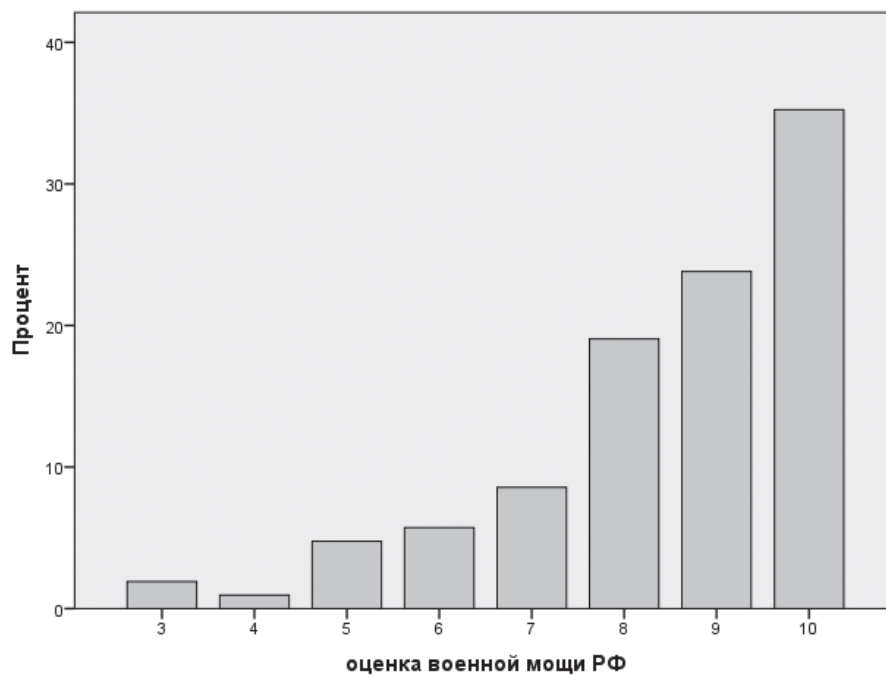


Рисунок А.7.

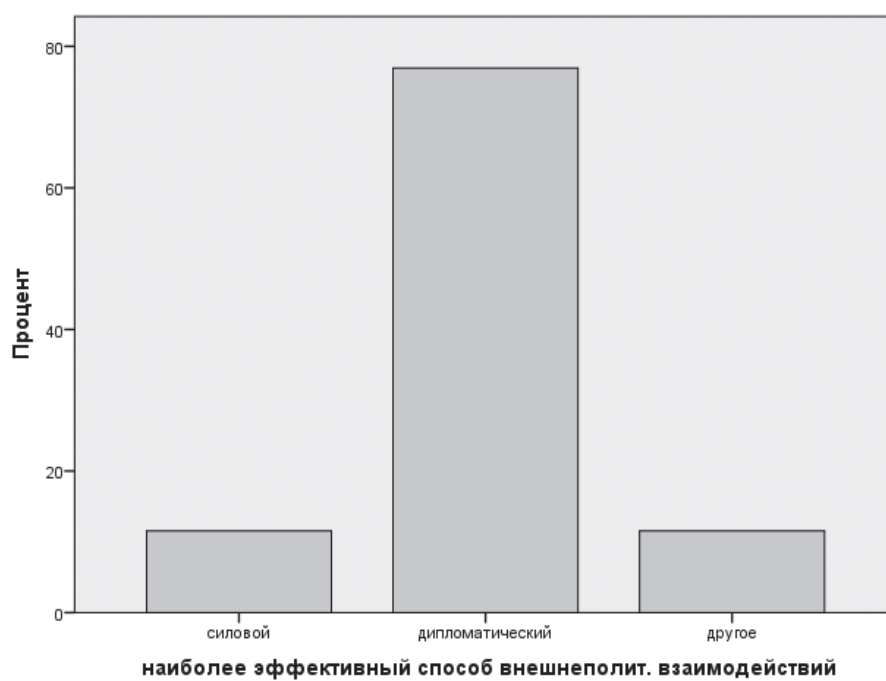


Рисунок А.8.

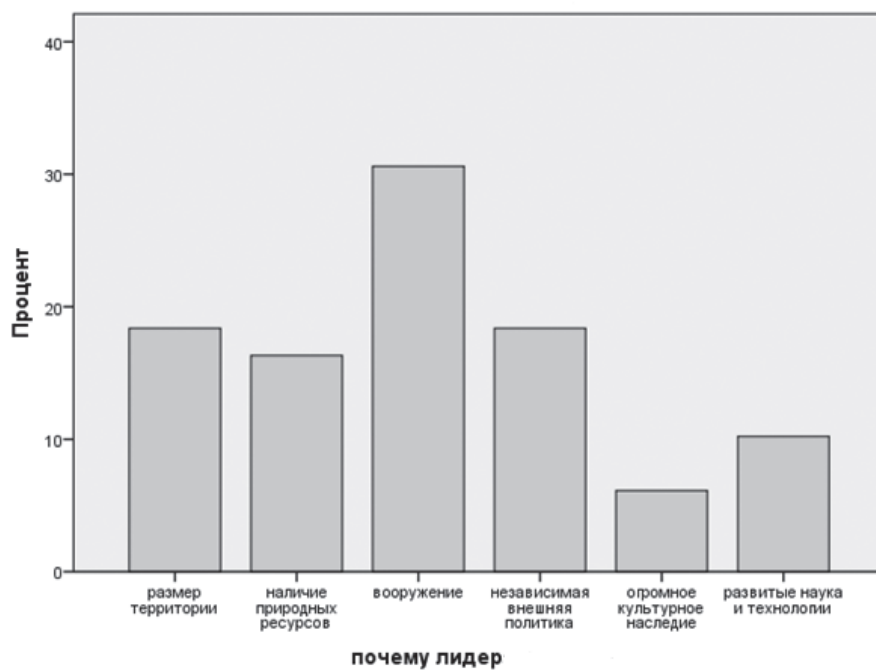


Рисунок А.9.

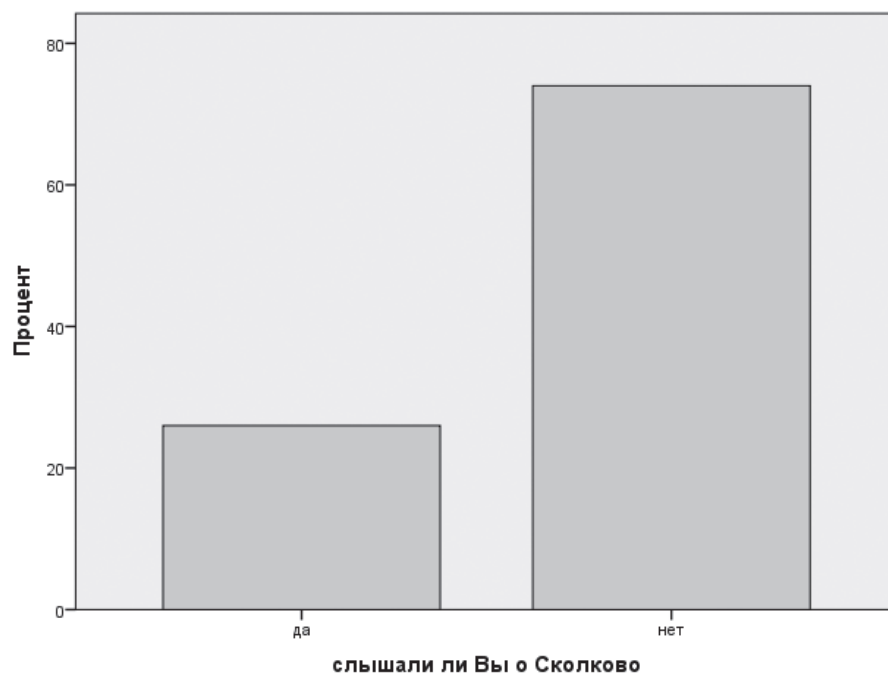


Рисунок А.10.

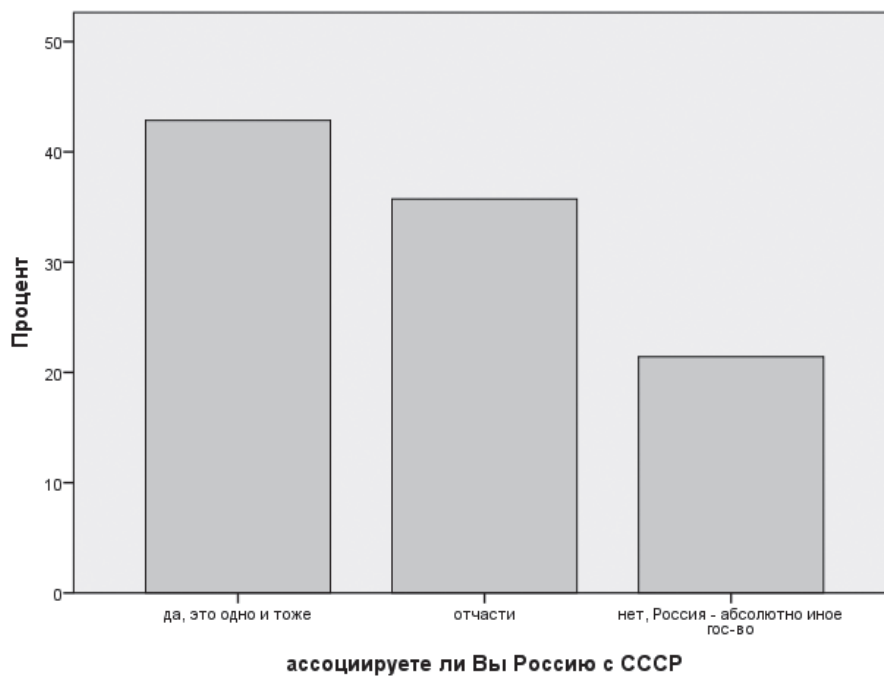


Рисунок А.11.

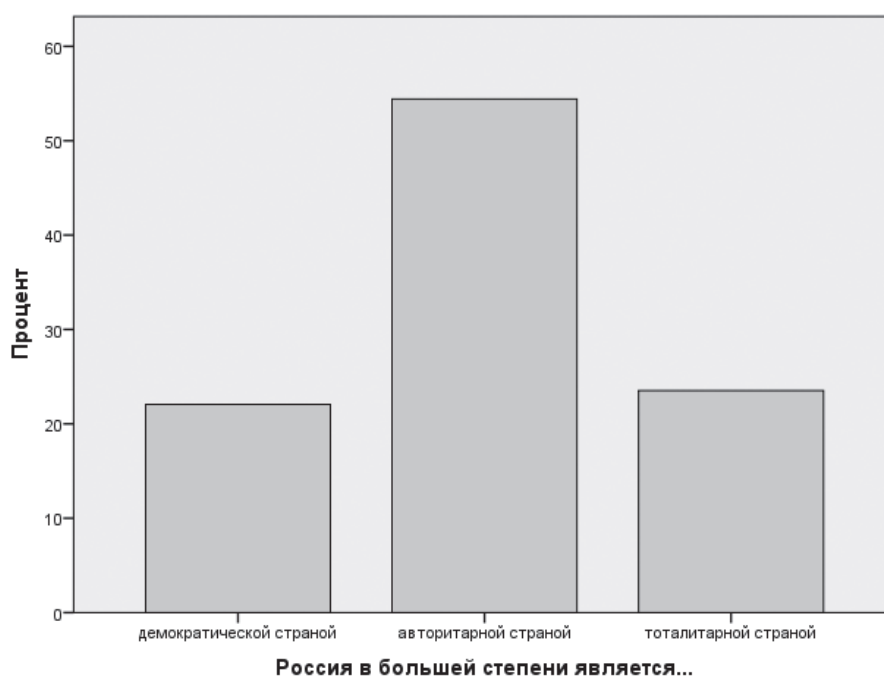


Рисунок А.12.

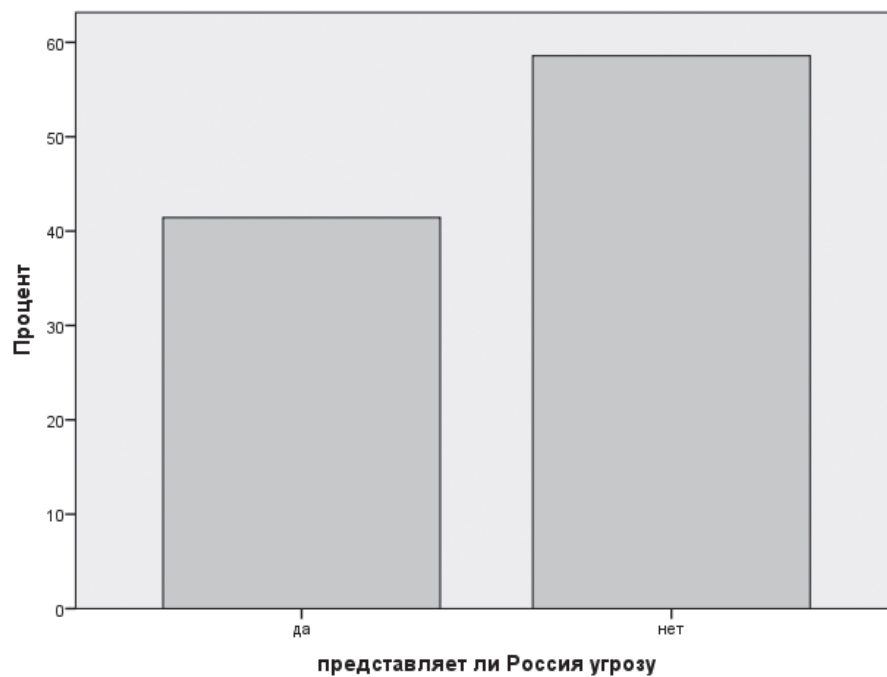


Рисунок А.13.

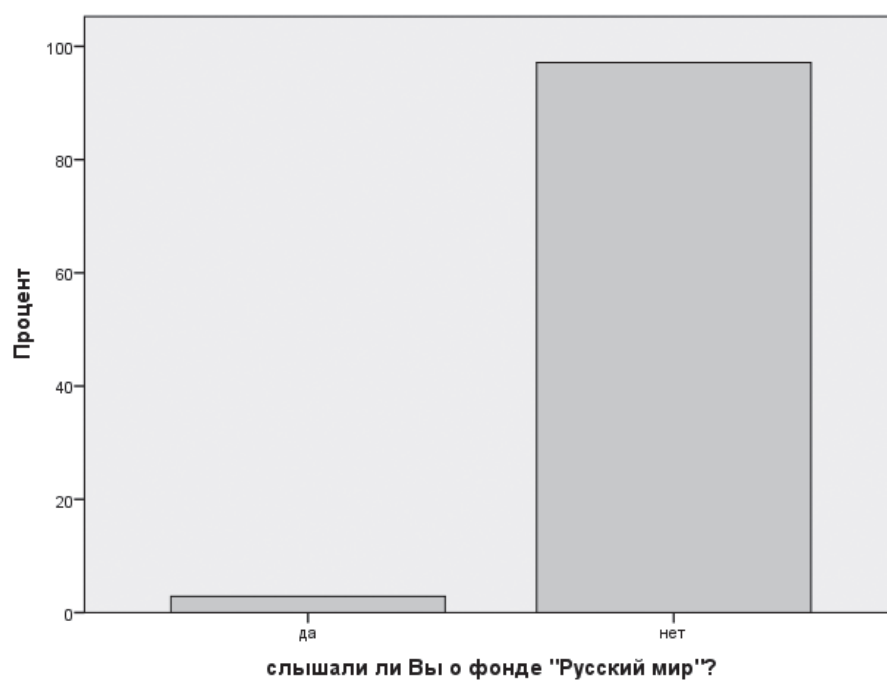


Рисунок А.14.

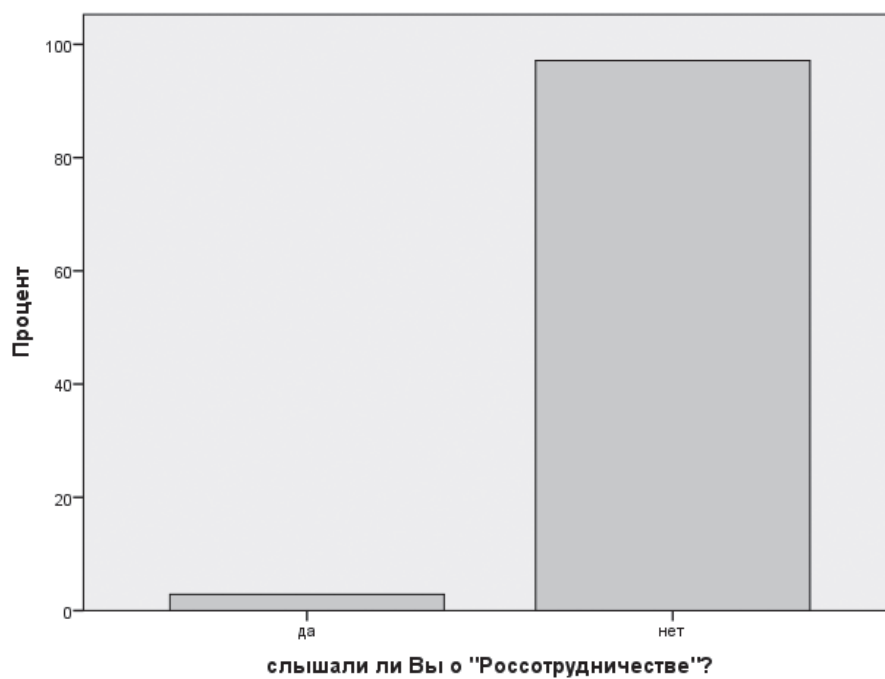


Рисунок А.15.

UDC 32.001

## **SMART POWER AS A RESOURCE OF AN INFLUENCE FACTOR FOR A COMMONWEALTH ATTRACTIVENESS GLOBALLY**

**Nosova Tatiana Nikolaevna,**

The Institute of Philosophy and Law,  
Ural Branch of the Russian Academy of Science,  
post-graduate student,  
Ekaterinburg, Russia,  
E-mail: nosova-t@list.ru

### *Annotation*

This article contains author's research conducted in 2016 of structured and analyzed opinions about Russia from its residents and non-citizens. The main purpose of this research, based on the obtained data was to determine global level of Russian potential impact. Due to the value of existing «smart» resources, even not being properly utilized, still allowing us to achieve foreign policy objectives aligned with commonwealth strategy of a «smart power».

### *Key words:*

smart power, Russian foreign policy, power resources.