САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

РОЖКОВА Анастасия Владимировна

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА США И РФ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

**FEATURES OF FORMATION OF FOREIGN POLICY IMAGE OF RUSSIAN FEDERATION AND UNITED STATES: COMPARATIVE ANALYSIS**

Выпускная бакалаврская квалификационная работа

по направлению 41.03.05 – «Международные отношения»

Научный руководитель –

кандидат политических наук,

доцент кафедры мировой политики И.А. Антонова

Студент

Научный руководитель

Санкт-Петербург

2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение………………………………………………………………………………...………3

Глава I. Историко-теоретические аспекты формирования внешнеполитического имиджа США и РФ……………………………………………………………….…….….……………8

1.1. Понимание сущности имиджа государства на мировой арене в политических и научных кругах в США и РФ……………………………………………………..……….……8

1.2. История формирования и практической реализации внешнеполитического имиджа государства в США и РФ: общее и особенное………………………………….……….…12

Глава II. Влияние внутренних факторов на формирование внешнеполитического имиджа США и РФ………………..…….……………………………………………………………….20

2.1. Влияние менталитета граждан США и РФ на внешнеполитический имидж государства……………………………………………………………………………………...20

2.2. Сравнение национальных интересов США и РФ и их влияние на формирование позитивного имиджа ………………………………………………………………….……...27

Глава III. Международный имиджа США т РФ как неотъемлемая часть их современной внешней политики……………………………………………………………………………...33

3.1. Инструменты формирования имиджа РФ и США: общее и особенное……………………….……………………………………………………………...33

3.2. Сравнение механизмов формирования имиджа США и РФ………………………….…………………………………………………..………….……36

Заключение ……………………………………………………………………..………………45

Список использованных источников и литературы…………………………………………49

Введение

Возрастающая информатизация общества и усложнение самой системы международных отношений приводят к увеличивающейся популярности исследования имиджа государства, вследствие чего последний начинает занимать важное место в мировой политике. Имидж государства является отражением экономической, политической мощи и о культурных особенностях страны. Он играет немалую роль не только в отношении к нему зарубежной общественности, но и внутри своего государства, выполняя информационно-воспитательную функцию.

Проблема формирования позитивного имиджа государства приобретает особую актуальность в наши дни. Использование «мягкой силы» для увеличения авторитета и доверия на международной арене, привлечения инвестиций в страну, развития туризма, популяризации культуры и языка,- все это напрямую зависит от того, как именно государство воспринимается в мире. Многие исследователи посвящают свою деятельность изучению критериев и факторов, влияющих на создание определённого необходимого государству образа. О важности принятия единой концепции, которая формулирует цели и помогает выработать единую стратегию поведения на международной арене, задумываются не только политологи и исследователи во многих странах мира, но также политическая элита многих государств.

Согласно Концепции внешней политики РФ от 30 ноября 2016 «Неотъемлемой составляющей современной международной политики становится использование для решения внешнеполитических задач инструментов "мягкой силы", прежде всего возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий, в дополнение к традиционным дипломатическим методам»[[1]](#footnote-1). Страной, которая активно развивает и внедряет «публичную дипломатию» являются Соединенные Штаты Америки. В течение Холодной войны, как СССР, так и США боролись не только за сферы влияния в мире, но также и за сердца людей с помощью культурной составляющей. Каждое государство формировало образ в зарубежных странах, используя разные методы и способы; институты, отвечающие за внешнеполитический имидж, проходили разные стадии развития и оперировали обширным инструментарием для реализации поставленных задач. После распада СССР, РФ продолжает использовать наработки СССР при формировании позитивного имиджа страны, но также создает новые институты, активно внедряя современные методы. Несмотря на то, что противостояние США и СССР подошло к концу с окончанием Холодной войны, тем не столкновение интересов двух стран не остановилось, а мягкая сила по-прежнему является важной составляющей политики каждого государства. Вышесказанное обуславливает актуальность выбранной темы.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы определить общее и особенное в процессах формирования внешнеполитического имиджа США и РФ.

Для достижения обозначенной цели в работе поставлены следующие исследовательские задачи:

- сопоставление историко-теоретических аспектов формирования внешнеполитического имиджа США и РФ с опорой на историю и практическую реализацию, а также понимание сущности имиджа в российских и американских научных и политических кругах;

- выявление значимости при формировании внешнеполитических образов США и России таких внутренних факторов, как национальный менталитет и национальные интересы;

- изучение деятельности правительственных и неправительственных учреждений и иных организаций, общей целью которых является создание позитивного имиджа государства.

Объектом исследования являются внешнеполитические образы Российской Федерации и США.

Предмет исследования - особенности и механизмы формирования внешнеполитических образов России и США.

Новизна. Несмотря на то, что тема внешнеполитического образа сегодня весьма популярна, и по данной тематике публикуется множество работ, исследования, сравнивающие состояние и процессы создания внешнеполитического имиджа на примере конкретных стран очень немногочисленны. Особенность работы заключается в том, чтобы определить какие факторы и исторические особенности привели к устойчивым образам США и России, как РФ, как правопреемница СССР, старается преодолеть трудности для формирования ее позитивного восприятия в мире. США и СССР на протяжении периода Холодной войны активно использовали многочисленные инструменты для влияния на другие страны и для привлечения союзников на свою сторону, тем интереснее становится исследование, так как именно в этот период появлялись основные институты, которые функционируют до сих пор, пусть даже и в измененном виде. РФ после краха социалистической системы столкнулась с целым рядом проблем, по причине которых необходимо было изменить стратегию своего поведения на международной арене, а также преобразовалась сама позиция государства на международной арене. Достижения СССР таковыми и оставались, была необходимость построения нового жизнеспособного демократического государства, которое при этом будет обладать значимым политическим влиянием.

Методологическую базу исследования составляют методы исторического, системного и сравнительного анализа. Эмпирическая база исследования представлена нормативно-правовой документацией, докладами министерств, федеральных агентств, фондов и других государственных учреждений России и США, неправительственных организаций, исследовательских центров, которые занимаются вопросами изучения «мягкой силы».

Источники, использованные в данном исследовании, можно разделить на несколько групп. В основу исследования легли официальные документы органов государственной власти, закрепляющие использование механизмов формирования внешнеполитического имиджа РФ и США, среди которых Стратегия национальной безопасности США от февраля 2015, Указ Президента РФ об установлении дня русского языка, Указ Президента об учреждении Фонда им. Горчакова, Концепция внешней политики РФ от 30.11. 2016, Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом от 3.11.2015, отчеты о деятельности департамента Международного сотрудничества министерства культуры России, Доклад о результатах деятельности Россотрудничества по реализации возложенных на него полномочий за 2016 г., отчет USC Center of Public Diplomacy, Public Diplomacy: Strengthening U.S. Engagement with the World. A strategic Approach for the 21st Century.

Вторая группа источников составляют уставы фондов и данные, полученные с сайтов правительственных и неправительственных организаций, целью которых является популяризация языка в мире, государственных ценностей, предоставление грантов научному сообществу и укрепление связей между соотечественниками. Среди таких фондов можно выделить: Eurasia Foundation, MacArthur Foundation, Open society foundations, Digital Outreach Team, Агентство по международному сотрудничеству (USAID) (США); Россотрудничество, Международный комитет славистов, Международный союз общественных объединений, Союз советских обществ дружбы и культурных связей с зарубежными странами, Фонд сотрудничества с русскоязычной зарубежной прессой, «Валдай», Фонд «Русский мир», Фонд им. А.М. Горчакова (РФ)

Литература в данном исследовании представлена монографиями и статьями зарубежных и российских исследователей. Основоположником внедрения инструментов мягкой силы во внешнюю политику США был Дж. Най[[2]](#footnote-2), по его мнению не только с помощью силовых методов можно достигать поставленных стратегических задач государства, но также и с помощью популяризации ценностей и культуры. Важной особенностью этой концепции является также и тот факт, что ценности не должны навязываться правящей элитой государства, а распространяться носителями этой культуры посредством музыки, литературы, кино, образовательных программ для иностранных студентов. Российский исследователь А.М. Юдина[[3]](#footnote-3) в своей статье «Джазовая дипломатия США» рассматривала влияние джаза на корректировку политики США за рубежом, тем самым устраняя негативный образ в общественном мнении зарубежной публики о расовой дискриминации в американском обществе. Отношение к понятию «публичная дипломатия» меняется не только в научном сообществе, но и с точки зрения восприятия. Так, например, Эдмунд Гиллион противопоставил понятие «публичная дипломатия» существующему в обществе термину пропаганда. Новый термин позволил избавиться от ненужного негативного окраса выбранных методов. Российские политологи Почепцов Г[[4]](#footnote-4). и Силина Л.[[5]](#footnote-5) посвятили свои статьи изучению совествкой пропаганды, благодаря их исследованию мы может судить не только о том какими методами действовали внешнеполитические институты государства, но также и о том, какая картина мира была создана в умах советского гражданина, что во многом определяло отношения СССР с зарубежными партнерами. Среди российских исследователей также стоит упомянуть Цветкову Н. А[[6]](#footnote-6)., которая занимается изучением публичной дипломатии США, а также уделяет особое внимание активному использования социальных сетей для изменения имиджа США за рубежом.

Также исследованная литература позволила сопоставить понимание сущности имиджа, так американский социолог и экономист Кеннет Боулдинг[[7]](#footnote-7) в своем труде «Имидж. Знание о жизни в обществе» определяет имидж как образ, который не всегда опирается на действительную реальность в стране, а является продуктом бессознательного поведения людей и имидж прежде всего направлен за пределы страны. Российский политолог Э.А. Галумов[[8]](#footnote-8) в своей монографии «Имидж против имиджа» подчеркивает, что имидж является отражением действительных объективных процессов в стране и определяет тенденции развития в различных областях внутри самой страны. Изучению менталитета русского и американского гражданина, а также определению национальных интересов стран посвящены труды многих журналистов, философов и исследователей, среди которых, Гудков Л.Д, Анненков Н.В, Емельянов С.А, Paul R. Pillar, Dana Malbank, Аксаков К.С., где каждый из них дает свой ответ на вопрос о загадочности «русской души», «американской мечты» и «американской исключительности», о причинах успеха США и как исторических контекст и ярлык «страны иммигрантов» способствовал инновациям и новым технологиям, о «третьем пути» России и о том, насколько любой испробованный путь развития не подходит государству с таких особенным менталитетом как у русских.

Структура работы обусловлена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав и заключения. Введение раскрывает актуальность темы и новизну, выбранной тематики, цель, задачи и методы исследования. В первой главе рассматриваются понимание сущности имиджа в научных и политических кругах сравниваемых стран, история формирования и практическая реализация внешнеполитического имиджа, а также сравнение РФ и США с целью определения общего и различного. Во второй главе рассматриваются факторы, которые являются неотъемлемой частью современной политики США и РФ то, как эти факторы могут улучшить или наоборот скорее вносят негативный оттенок к восприятие страны. Третья глава посвящена используемым инструментам и механизмам, которые активно используют страны для корректировки своего образа за рубежом. В заключении сделаны выводы в соответствии с поставленной целью и задачами.

Глава 1. Историко-теоретические аспекты формирования внешнеполитического имиджа США и РФ

* 1. *Понимание сущности имиджа государства на мировой арене в политических и научных кругах США и РФ*

Первым, кто обосновал важность изучения имиджа для успехов в бизнесе и политике, был американский экономист и социолог Кеннет Боулдинг. По его мнению, «имидж – поведенческий стереотип, основанный не на действительных фактах, а на престиже мнениях, иллюзиях, которые люди создают о самих себе, на мифологическом представлении о прошлом, на воображаемом представлении о будущем, который способен влиять как на поступки отдельных личностей или групп, так и на поведение целых наций»[[9]](#footnote-9).

Имидж (англ. Image- от лат. Imago- образ, вид) - целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, предмета, явления), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.д.[[10]](#footnote-10).

«Имидж государства - комплекс объективных, взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и др.), сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективности взаимодействия звеньев, которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов в стране»[[11]](#footnote-11).

Понимание внешнеполитического имиджа в США и РФ проходило разные этапы и видоизменялось с течением времени. Основоположником концепции «мягкой силы», которая включает в себя внешнеполитический элемент как важную составляющую, является американский политолог и профессор Гарвардского университета Дж. Най. В одной и своих книг, посвященной «мягкой силе» дается следующее определение: «Мягкая сила»- способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения или выплат»[[12]](#footnote-12). «Soft power» состоит из трех компонентов: культура, политические ценности и внешняя политика[[13]](#footnote-13). Внешняя политика выражается в таких аспектах как создание позитивного имиджа государства, умение влиять на принимаемые решения другими акторами международных отношений, определение повестки дня. Концепция, которая в 1960-х гг. официально оформится под названием «soft power», была не новой и носила и другие названия, такие как культурный империализм, культурная дипломатия, публичная дипломатия, культурная политика, информационный экспансионизм. Возможно, вариант предложенный Дж. Найем был более приемлемым, так как позволял допускать различные трактовки и не был таким агрессивным, что можно было использовать как минус политики США, пытающейся довлеть над всеми остальными странами ООН. Особенностью такой концепции было прежде всего то, что позитивный образ государства навязывался не правящей элитой этого самого государства, а носителями этой культуры, представителями общественных групп. Именно они позволили распространять американские ценности и традиции и укрепить в умах миллионов людей стремление к «американской мечте».

Одной из составляющей концепции «мягкой силы» предложенной Дж. Наем было то, что США возглавит информационную революцию. Новым измерением силы станет информация, «лидерство в коалициях, обеспечивающих безопасность будет определяться не военной мощью, способностью оперативно прояснять неоднозначность ситуации. Основа таких возможностей –наличие наиболее полной информации о происходящем в конкретной ситуации. США будут предоставлять информацию о том, что происходит в конкретной ситуации, другим странам»[[14]](#footnote-14).

В этот же период приходит и осознание того, что память поколений будет составлять не только политическая и экономическая мощь, но и культурная составляющая, которая и останется наследием последующим поколениям. А. Хекшер, американский промышленник и меценат, в своем докладе «Искусство и национальное правительство»: «Мы стали осознавать себя народом не только потому, что сделались сильнее, но и потому, что благодаря развитию искусства почувствовали уровень развития национального благосостояния»[[15]](#footnote-15), то есть то, каким США хотели себя видеть, помогало им развиваться, изобретать и искать новые пути, не только ради достижения поставленных политических и экономических задач, но и ради сплочения собственного народа. Образ страны, который транслируется на весь мир, стал национальной идеей всех жителей этой страны.

«Мягкая сила» является составляющей публичной дипломатии. В 1965 году термин публичная дипломатия получает другое значение, Эдмунд Гиллион включает в это понятие такие составляющие как международное вещание, публикации материалов, культурные/ образовательные/ технические обмены, а также распространение другой информации, отвечающей выбранной стратегии[[16]](#footnote-16). Использование термина «публичная дипломатия» в новом смысле обуславливалась заменой термина пропаганда, который воспринимался более негативно из-за связи с политикой Советского Союза.

Изначально целью концепции, предложенной Дж. Наем было преодоление скорого «конца» Соединённых Штатов. Боязнь падения авторитета страны была характерна не только для научных кругов, но также и для самого населения. В 70-е гг. ХХ века политика, проводимая Ричардом Никсоном, пошатнула устойчивость американского общества не только в экономическом плане, но и в моральном. Война во Вьетнаме, нефтяной кризис, США к 1980 году из мирового кредитора превращается в должника- все это повлияло на состояние общества и была необходима стратегия, которая позволила бы убедить американцев и весь мир в том, что США обладает не только сильной армией и экономическими возможностями, но также и культурным влиянием на многих людей в мире.

Концепция, предложенная американским политологом, видоизменялась на практике. Во время первого срока Буша-младшего, концепция мягкой силы не использовалась, ко второму сроку изменилась внутренняя ситуация в стране, поэтому был взят курс на активное использование инструментария этой концепции. «Стратегические и материальные сложности военной кампании в Афганистане, рост антиамериканизма в мире»[[17]](#footnote-17) вынудили президента и его администрацию прибегнуть к методам «мягкой силы», так как авторитет власти начал снижаться как внутри страны, так и за ее пределами. Госсекретарь Хилари Клинтон представила новую видоизмененную «мягкую силу», названную «умной силой». Концепция умной силы также была представлена Дж. Наем. Суть новой идеи заключается в комбинации мягкой и жесткой силы и применяется в зависимости от обстоятельств и того результата, который бы страна хотела получить. На сайте Госдепартамента понятие «умная сила» упоминается гораздо чаще, чем «мягкая сила», так как при описании мягкой силы, всегда упоминается и жесткая сила, новый термин позволяет избежать двойного повторения, так как уже включает в себе обе эти составляющие[[18]](#footnote-18). К тому же использование слова умный встретил позитивный отклик со стороны СМИ, рекламы, так как это слово часто применяется и к техническим нововведениям, которые должны облегчать и упрощать человеческую жизнь, сохраняя больше времени на саму жизнь.

Отношение к понятию «внешнеполитический имидж» и «мягкая сила» в научных и политических кругах РФ точно так же, как и в США изменялось и приобретало новые акценты. Но для российских исследователей «мягкая сила»- не инструмент имиджа, а инструмент достижения внешнеполитических целей.

Впервые упоминание мягкой силы встречается в интервью Министра иностранных дел РФ С.В. Лаврова, опубликованное в «Российской газете» в 2008 году, по его мнению «мягкая сила»- способность проецировать за пределы национальных границ достижения в экономике, науке, технологическом развитии, культурно-гуманитарной сфере, повышая тем самым привлекательность своей страны»[[19]](#footnote-19). Именно инструменты мягкой силы должны помогать правительству выстраивать свои отношения с соотечественниками за рубежом. В этом случает «soft power» приравнивается к первоначальному значению, предложенному Дж. Наем.

К 2012 году отношение к «мягкой силе» в российских политических кругах сильно изменилось. В своей программной предвыборной статье в «Московских новостях» В.В. Путин определил «мягкую силу» как «комплекс инструментов и методов достижения внешнеполитических целей без применения оружия, а за счет информационных и других рычагов воздействия»[[20]](#footnote-20). Можно сказать, что несмотря на то, что это определение отражает суть все той же концепции, но несет в себе другой смысловой окрас и посыл. Любое применение мягкой силы, рассматривается не как изменение образа страны, который помогает государствам привлекать иностранные инвестиции, способствует популяризации культуры и формирует устойчивый позитивный имидж государства, а исключительно как метод и способ влияния, чаще всего негативный. Эта сила используется для развития и поощрения экстремизма, сепаратизма, управления сознанием людей с помощью СМИ, а также позволяет вмешиваться в политику государств, нарушая тем самым их право на суверенитет.

Для В.В. Путина понятие «мягкая сила» приравнивается к лоббизму. «Следует четко различать-где свобода слова и нормальная политическая активность, а где задействуются противоправные инструменты»» мягкой силы. Имею ввиду случаи, когда активность неправительственной организации не вырастает из интересов (и ресурсов) каких-то местных социальных групп, а финансируется и опекается внешними силами. Когда они выступают открыто- это просто одна из форм цивилизованного лоббизма»[[21]](#footnote-21). Лоббизм может быть как открытым, который позволяет компаниям и движениям различной направленности, разрешённой в рамках существующего национального законодательства, отстаивать и защищать свои права в политике, но также может быть и тайным. В последнем случае контролировать такие вмешательства будет очень сложно, к тому же это не гарантирует того факта, что иностранные государства не будут вмешиваться во внутренние дела страны, через внутренних лоббистов.

* 1. *История формирования и практической реализации внешнеполитического имиджа государства в США и РФ: общее и особенное*

История развития политического имиджа в США и РФ и применения выбранных стратегий на практике имело много схожих и различных черт. Это было связано со многими факторами, например, географическим положением, политическим строем, ситуацией внутри страны и за ее пределами. Но особенно интересно рассматривать эти две страны, так как важную роль в развитии концепции имиджа сыграла Холодная война, конфронтация между двумя этими странами стала поводом для создания многих политических институтов и неправительственных организаций.

Необходимость в формировании внешнеполитического имиджа Соединенных Штатов Америки относится к периоду после Первой мировой войны, когда перед руководством страны встала необходимость вовлеченности в европейские дела. К тому же изменяется и мировая ситуация, в частности с приходом Второй промышленной революции, которая принесла с собой новое изобретение как электричество, а также поспособствовала появлению новых видов связи как телеграф и радио. Они не только ускорили и изменили экономическое развитие стран, но и сделали их взаимозависимыми от информации, которая была необходима для расширение зоны инвестирования капиталов промышленников. С этого момента информация становится главным оружием против конкурентов, возможностью для накопления богатств и налаживания экономически выгодного сотрудничества.

Начало американской идеологической экспансии начинается с Вудро Вильсона, который стал инициатором нового миропорядка, способного стабилизировать положение стран после разрушений Первой мировой войны. «Американская пропаганда в этот период мечтала об отказе от тайной дипломатии, которая по мнению политических элит, символизировала «коварство и аморальность» европейцев»[[22]](#footnote-22). Тайная дипломатия предусматривает постоянную вовлеченность в дела Европы, а по причине удаленности США, осуществлять сотрудничество на постоянной основе требовало больших затрат. Создание Лиги Наций не только решало проблему равного доступа к информации между всеми участниками, но и предоставляла площадку для диалога по значимым мировым вопросам, но также позволило выполнить США свои стратегические цели, такие как «проникновение крупного бизнеса на Ближний и Средний Восток, ослабление морской мощи Британской империи и предотвращение надвигающегося военно-политического лидерства Германии в Европе»[[23]](#footnote-23).

Точкой отсчета, когда публичная дипломатия США официально закрепляется в государственных актах принято считать 1936 год, когда был создан план межамериканского культурного сотрудничество, этот план служил ответом нацистской «культурной экспансии 1930-х гг.»

В 1947 году создается Совет национальной безопасности, который издает директиву СНБ-4, целью которой является контроль за иностранной информационной деятельностью и оказание влияния на общественное мнение. Благодаря этой директиве, такие проекты как радио «Голос Америки», Информационная служба США, программы образовательных обменов (Дж. У Фулбрайта) и многие другие смогли укрепить позитивный образ США. После Второй Мировой войны США настаивали на еще большей мультиполярности и взаимозависимости, которые бы позволили им проникать в самые отдаленные регионы мира и осуществлять свою политику.

Знаковым событием в построении имиджа Соединенных Штатов Америки играет основание в 1953 году информационного агентства США (USIA) при президентстве Эйзенхауэра, которая на данный момент является с 1999 года частью Государственного Департамента США.

24 января 1953 года Д. Эйзенхауэр создает специальный комитет по информационной политике за рубежом во главе с Уильямом Джексоном. Задача комитета была сформулирована предельно четко: проанализировать деятельность правительственных органов в информационной области за рубежом и соотнести результаты этой деятельности с целями и задачами внешней политики и политики в области национальной безопасности США[[24]](#footnote-24). В 1953 году публичная дипломатия выходит из под ведения только Государственного Департамента США, в этот же период формируется автономная структура, известная как Информационное агентство Соединённых Штатов. Борьба за умы людей становится важной составляющей системы национальной безопасности государства, но и выходящей за рамки отдельно взятой страны.

Ярким примером применения мягкой силы для улучшения образа США является «джазовая дипломатия». В 1954 Президент Д. Эйзенхауэр запрашивал у Конгресса специальные полномочия для осуществления этой дипломатии, джаз смог бы изменить имидж страны и был бы ответов на пропаганду СССР о существующей в стране расовой дискриминации. Была создана «имиджевая программа», которая включала концерты джазовых исполнителей от США до Ближнего Востока. Музыка способствует стиранию границ между людьми, а также способна выполнять возложенные на нее политические задачи, такие как например корректировка образа США в сфере расовой дискриминации и распространением американских ценностей. Джаз превратился в своеобразный мост для общения людей из разных идеологических миров и способствовал интернационализации культуры[[25]](#footnote-25). Этот вид музыкального искусства, существующий вопреки общественным законам, возможен только при демократии, так как именно она позволяет допускает плюрализм мнений и уничтожает барьеры, возникающие из-за дискриминаций по цвету кожи, полу, возрасту и вероисповеданию. Джаз как искусство, вышедшее из бедных слоев общества было гораздо ближе к народу, нежели такие виды искусства как классическая музыка, театр, балет, которые активно использовал СССР для формирования внешнеполитического имиджа. Ко всему прочему выбор именно этого музыкального направления был обусловлен его увеличивающейся популярностью в мире. Джаз полюбился и советский гражданам в 1952 году Полу Робсону, американскому певцу, была присвоена Сталинская премия «За укрепление мира между народами».

Наибольшее развитие Концепция «мягкой силы» приобретает в 1960-е гг., Карибский кризис и угроза ядерной войны, заставила политическую элиту США искать новые пути, которые позволили бы без возможной эскалации конфликта оказывать влияния и не быть проигравшей стороной в Холодной Войне с Советским Союзом, к тому же этот новый путь смог бы привлечь новых союзников, которые не хотели военизации конфликта.

В период становления концепции внешнеполитического имиджа в США был создан ряд проектов, которые охватывали несколько сфер влияния от массовой культуры до программы студенческих обменов, стоит сказать, что все они до сих пор функционируют. Среди таких программ важное место занимает программа Фулбрайта. Она является флагманом международной образовательной программы обмена, спонсируемых правительством США и предназначен для улучшения взаимопонимания между народами Соединенных Штатов Америки и жителями других стран. Программа Фулбрайта дает возможность учиться, преподавать и проводить исследования, обмениваться идеями и способствовать поиску путей решения общих международных проблем[[26]](#footnote-26). Программа была основана 1946 году на основании законодательного акта от сенатора Арканзаса Джеймса Уильяма Фулбрайта и финансируемая Госдепартаментом США. Многие современные политические лидеры обучались в США, а сейчас занимают важные политические должности. Все это ведет к распространению контактов США по всему миру, также облегчает сотрудничество по международным вопросам.

Еще один крупный инструмент, который использовали США для улучшения своего имиджа, Голос Америки (Voice of America). Радиостанция была основана в 1942 году. Единственный способ, которым было возможно распространять информацию в СССР и который не так жестко контролировались и отслеживались советскими спецслужбами. «Черную» пропаганду, которая ставила бы под сомнения деятельность высшего политического руководства СССР, решено было передать радиостанциям неправительственных организаций, а «белую» пропаганду осуществлял бы Голос Америки. Этой радиостанции отводилась главная роль в распространении информации о позиции правительства США на международной арене, разъяснение действий Вашингтона в мире и знакомство с культурой США для советских государств. Разделение черной и белой пропаганды позволило «снизить градус возможных обвинений в проведении подрывных действий против социалистических стран со стороны правительства США»[[27]](#footnote-27). Голос Америки позволял создать благоприятный образ среди жителей социалистических республик, так как образ агрессора созданный в стране не подтверждался официальной позицией Вашингтона. Так, например, в 1953-1955 годы особое внимание уделялось предложением Д. Эйзенхауэра о мирном использовании атомной энергии, которая бы исключала возможность в будущем атомной войны между двумя странами.

Развитие внешнеполитического имиджа в СССР в некоторой степени проходило те же стадии, что и в США, также упор делался на развитие программ для популяризации советской культуры и советского образа мыслей. Активно пропаганда начала использоваться после прихода большевиков к власти. Это обуславливалось целым рядом причин: это было необходимо для удержания власти в руках большевиков, так как несмотря на изменение политического строя страна по прежнему была расколота, а в будущем то могло привести к еще одному народному волнению; распространение коммунизма как гарантии вовлеченности слоев общества в новую советскую жизнь. «Советская пропаганда занялась созданием своей модели мира, пользуясь инструментарием не только журналистики, но и литературы и искусства, кино и телевидения»[[28]](#footnote-28). Именно советская пропаганда создала в сознании людей два антагонистических мира «наш» и «чужой», позволила создать как врагов, которые угрожали благополучию страны и светлому будущему каждого советского человека, так и героев, которые своим примером доказывали насколько прекрасен «наш» мир и как другим стоит у него учиться.

Пропаганда была исключительно государственным инструментом влияния. В 1939 году был основан Агитационно- пропагандистский отдел ЦК под их контролем находилось Телеграфное Агентство Советского Союза (ТАСС), Советское Информационное бюро (СИБ), Радиокомитет, Главлит. 1919 был создан Коминтерн, который объединял все коммунистические партии разных страна также позволял выработать стратегию и тактику коммунистического движения во всем мире. В 1943 году Сталин распорядился распустить Коминтерн и позволить коммунистическим партиям действовать самостоятельно[[29]](#footnote-29).

Особенность пропаганды в РСФСР в 1920 и СССР в 30е гг. заключалось в том, что закрепилось различие между пропагандой и агитацией. Первое сводилось к «ознакомлению отдельных товарищей с несколькими идеями», приобщение к истинам марксизма-ленинизма; второе ограничивалось «изложением одной или нескольких идей, рассчитанных на народные массы» с помощью аргументации и лозунгов[[30]](#footnote-30). При Сталине произошло объединение пропаганды и агитации и новый отдел получил название Агитпроп. Все средства массовой информации были задействованы в распространении пропаганды, к тому же такая активная деятельность была необходима для укрепления политической системы и распространение в массе новой идеологии[[31]](#footnote-31). До окончания Великой Отечественной войны пропаганда была направлена исключительно вглубь страны, чтобы стабилизировать положение и создать единую национальную идею.

Особая роль принадлежала Телеграфному Агентству Советского Союза (ТАСС) Главная редакция информации за границей (ГРИДЗ) отвечала за отбор точной информации о политической ситуации СССР для зарубежных читателей. Информация готовилась на 6 языках для 115 стран. В 1961 году было образовано Агентство печати «Новости». Основная задача этого агентства заключалась в формировании положительного образа СССР через перевод и распространение официальных документов СССР, выступлений руководства страны, книг, брошюр и бюллетеней. Это агентство имело статус общественной организации, хотя было отделом ЦК КПСС, это позволяло использовать различные методы и формы обмена информацией, избегая ограничений накладываемых политической системой. По структуре Агентство было похоже на МИД, так как сектора внутри системы делились по территориальному принципу, это позволяло лучше готовить информацию для определенного региона. Агентство не только взаимодействовало со СМИ в других странах, но также и делилось важной информацией с ЦК КПСС об антисоветских пропагандистских акциях и случаи информационного давления на СССР. Основная задача этого института заключалась в транслировании и разъяснении внутренней и внешней политики СССР в другие страны.

Немаловажную роль в организации пропаганды в печати играл ЦК КПСС. Он старался подстраивать свою издательскую деятельность с другими постсоветскими странами.

Особое место занимал Союз советских обществ дружбы и культурных связей с зарубежными странами (ССОД), который был учрежден в 1958 году и просуществовал в такой названии до 1992 года. Основной целью было «развитие и укрепление дружбы, взаимопонимания, доверия и культурного сотрудничества народов СССР с народами зарубежных стран»[[32]](#footnote-32). В 1962 ССОД осуществлял контакты с 128 странами, оказывая помощь зарубежным обществам дружбы в издательской деятельности. Также основывал Общества дружбы в различных странах в 1963 таких обществ было 38, в 1975 их число увеличилось до 63[[33]](#footnote-33). Этот институт занимался профессиональными обменами, организацией туристических программ, распространением русского языка и достижений русской культуры в области кинематографии и живописи, также информировал советское население о зарубежных партнерах.

Таким образом, проанализировав все определения, можно сделать вывод о том, что, как и любая другая концепция, идея формирования внешнеполитического имиджа государства изменялась в связи с внешними обстоятельствами, а также напрямую зависела от выбранного курса внутренней политики. Несмотря на то, что Дж. Най разработал свою концепцию основываясь на политической ситуации США, она смогла быть применима во многих странах, но не все американское руководство выбирало эту концепцию как основное направление своей внешней политики. Что касается российской политической элиты, то изменение отношения власти к понятию мягкой силы напрямую зависело от событий, которые произошли в 2008 году из-за конфликта в Южной Осетии. Именно тогда Россия впервые осознала влияние и силу информационной войны и оценила закрепившийся в Западной Европе образ «агрессора». Поэтому уже в интервью 2012 года Президент и Министр иностранных дел рассматривают «мягкую силу» как способ давления на страны и расшатывание внутренней обстановки в каждом из государств, на который такая сила будет направлена.

История развития термина «внешнеполитический имидж» в каждой стране зарождался по разному и каждая из стран преследовала свои цели внедряя новый инструмент в свою внешнюю и внутреннюю политику. Если в Советской России это было необходимо для объединения страны под знаменем общей идеи, то для США это позволяло стать ближе к делам континента, где промышленники смогли бы найти себе новые рынки сбыта. Особый интерес в изучении применения методов для формирования имиджа в конкретных странах заключается в том, что большой отрезок времени эти страны развивались параллельно, пытаясь опередить своего соперника. Это касалось не только технического оснащения или научных открытий, но также и сфер влияния, которые не имели общих границ с этими государствами, поэтому приходилось изобретать различные способы, которые бы привлекали население других стран и пополняли ряды единомышленников. Общей чертой для каждого из этих государств является прежде всего то, что СССР и США были вынуждены выбрать именно такой, «мягкий», путь влияния, то есть ни та ни другая страна не могли осуществить свои идеи военным способом. Воевать с Европой Америка не могла, не только из-за географической удаленности, но также из-за поиска союзников. Большевики пришли к власти пролив кровь и устроив в стране Гражданскую войну, необходимо было найти что-то что объединит людей и мобилизует.

Основными различиями в развитии является тот факт, что вся пропаганда в СССР была государственной. Любое учреждение было подотчетно ЦК КПСС и действовало в рамках установленного курса. В США мягкую силу выводили из под руководства государства, она применялась как государственными учреждениями, так и неправительственными организациями. Вариант использованный США был удобнее и более гибким, система быстрее реагировала на изменяющиеся условия, вариант СССР был бюрократическим и нуждался в постоянном одобрении вышестоящего руководства, по этой причине использовалось не такое обширное количество вариаций применяемых способов и требовало больших временных затрат. Еще одним существенным различиям является тот факт, что каждая из представленных стран делала разный акцент на политике. В Соединенных Штатах Америки была как черная так и белая пропаганда, для государства всегда существовали пути отступления, в случае, если критика в сторону СССР оказывалась слишком грубой и неоправданной. К тому же, сам термин «мягкая сила» был придуман для того, чтобы избежать сформированного образа «советской пропаганды» у населения Западной Европы. В СССР все действия как внутри страны, так и за ее пределами входили в сферу ведения Агитпропа, объединяющего в себе и пропаганду и агитацию. Поэтому для многих людей действия Советского Союза казались слишком довлеющими и грозными.

Глава 2. Влияние внутренних факторов на формирование внешнеполитического имиджа США и РФ

*2.1 Влияние менталитета граждан США и РФ на внешнеполитический имиджа: сравнительный анализ*

То, как страна будет восприниматься за рубежом зависит в равной мере от того, как она представлена политическими лидерами и влиятельными фигурами, так и самими гражданами этой страны. Население страны являются важным показателем всей страны в целом, представляя недостатки или достоинства существующего в стране порядка. Менталитет граждан помогает популяризировать культуру и язык страны, тем самым являясь главными проводниками мягкой силы.

Согласно большому толковому словарю по культурологии менталитет- «мироощущение, мировосприятие, формирующееся на глубоком психическом уровне индивидуального или коллективного сознания, возникает в недрах культуры, традиций, социальных институтов, среды обитания человека и представляет собой совокупность психологических, поведенческих установок индивида или социальной группы. Менталитет формирует соответствующую картину мира и в значительной степени определяет образ жизни, поведение человека и форму отношений между людьми»[[34]](#footnote-34).

Американская политическая элита активно использует свой менталитет как средство формирования собственного позитивного имиджа. Основной идеей, использующейся в СМИ, американской литературе и кинематографии, является образ «американской мечты». Впервые такое словосочетание употребляется в трактате Джеймса Адамса «Эпос Америки», написанного во времена Великой Депрессии. В этот период необходимость этого труда была обусловлена сложившейся экономической, политической и социальной обстановкой в стране. Необходим был стимул, который позволил бы людям решать сложившиеся проблемы и верить в лучшее будущее. По мнению Дж. Адамса, «американская мечта-мечта о земле, на которой жизнь должна быть лучше и богаче и полнее для всех, с возможностями согласно способностям и достижениям конкретного человека. Это мечта о социальном порядке, в котором каждый мужчина и каждая женщина должны быть в состоянии достичь тех высот, на которые они способны от рождения, и быть признаны другими, такими какими они являются, независимо от обстоятельств рождения или положения»[[35]](#footnote-35). Несмотря на то, что на данный момент «American dream» не имеет четко очерченных границ и каждый может трактовать ее как захочет, термин активно используется политиками для популяризации американского образа жизни. Нередко этот термин встречается в текстах известных авторов, представителей американской литературы, таких как Френсис Скотт- Фитцджеральд, Теодор Драйзер, Джон Стейнбек, в речах политических личностей, Мартина Лютера Кинга в «Письме из Бермингемской тюрьмы», Генри Киссинджера, Хилари Клинтон. В 2006 году Барак Обама опубликовал книгу «Дерзость надежды: Мысли о возрождении американской мечты». Именно эта «американская мечта», которая сейчас все чаще называется утопичной моделью построения общества, заставляет весь мир стремится в эту страну, учить английский язык, смотреть фильмы американского производства, чтобы перенимать их образ жизни.

США были созданы эмигрантами, которые уезжали с континента в поисках лучшей жизни. Сама идея переезда уже формировала образ новой страны, места, где все будет по-другому, по новому, поэтому Америку долгое время называли Новым Светом. Для новых жителей Америка предстала тем самым, «Потерянным Раем», где все мечты сбываются и все возможно. К тому же на новый континент не распространялась существовавшая в то время европейская модель жизни: не было строгой иерархии в обществе, не было четко выработанных и сформулированных правил поведения, не было даже единой религии. Эмигранты представляли разные страны с разными жизненными устоями, религиозными верованиями, они жили вместе, поэтому им приходилось сосуществовать, это привело к плюрализму и многообразию. «Жизнь американца не сковывали сотни и тысячи формальных законов, традиций и обычаев. Таким образом, житель США получал невиданную для основного мира свободу-самовыражения, творчества и предпринимательства» [[36]](#footnote-36). По мнению Вуфнау, профессора социологии в Принстонском университете «Общество с таким менталитетом обречено на то, чтобы постоянно стремиться» [[37]](#footnote-37). Речь идет о том, что американцы считают себя потомками эмигрантов, а это значит, что они позиционируют себя как людей без национальных корней, это позволяет им смотреть только вперед, ставить недосягаемые цели, которые порой трудноосуществимы.

По мнению американского социолога Д. Брукса: «Американцы проживают свою жизнь, мечтая о будущем. Чтобы понять Америку , необходимо серьезно относиться к центральному клише американской жизни- американской мечте. Несмотря на то, что мы сталкиваемся со скукой и банальностью повседневности, эта мечта оживляет нас, придает нам сил и заставляет работать так много, переезжать так часто, изобретать так активно и меняться столь стремительно»[[38]](#footnote-38).

Еще одной важной составляющей популярности имиджа США является образ человека, который сам себя сделал «self-made man». Этот образ всячески поддерживается публицистикой, киноиндустрией, социальными сетями создавая в сознании людей образ страны, где каждый может достичь желаемого. Легенда о «Настоящем Американце», как о человеке, начавшего с нуля (или «минуса») и достигшего высот успеха. Как Генри Форд, Авраам Линкольн, Франклин Рузвельт, Билл Гейтс и множество других известных персон»[[39]](#footnote-39). Наравне с этой идеей появляются методики построенные на «этике успеха», которые направлены на то, что человек может изменить не только свою жизнь, но и самого себя, в каждом из нас существует скрытый потенциал, который помогать достигать желаемого.

Важной частью американского образа жизни является спорт, во всех его проявлениях от утренней пробежки в парке до игр профессиональных спортсменов в НБА. В книге Дж. Ная приводятся следующие цифры доказывающие, что спорт объединяет людей по всему миру «Матчи Национальной сборной по баскетболу транслируются в 212 странах на 42 языках. Игры высшей бейсбольной лиги транслируются в 224 странах на 11 языках»[[40]](#footnote-40) по данным на 2003 год. Пропаганда здорового образа жизни, здоровое питание, групповые занятие в спортзалах, культ здорового подтянутого тела, поддерживающийся крупными компаниями, производящими спортивную одежду, такие как например Nike, New Balance, Roxy и Quiksilver. Популяризатором американского образа жизни также стал Голливуд. Фильмы, мюзиклы, мультфильмы, которые смотрят люди со всего мира, это помогло сформировать четкую картину образа жизни мечты, который можно получить только переехав в США, если же такой возможности нет, то можно приложить максимальные усилия, чтобы приблизить свою жизнь к продиктованному идеалу.

Еще одним важным идеологической составляющей является идея «американской исключительности», эта идея принадлежит скорее американским политическим кругам и не находит такого же отклика среди населения. Однако термин «американская исключительность» принадлежит совсем не американцам, а Иосифу Сталину, который в 1929 от лидера коммунистической партии Джей Ловстоуна узнал, что американские коммунисты не заинтересованы в революции, И.В. Сталин ответил, что «это ересь американской исключительности»[[41]](#footnote-41). Активно термин вновь начал использоваться политическими элитами США в 1980-х, использование этого термина в печатных СМИ за последующие 20 лет составило 457 раз, за следующее десятилетие число выросло до отметки 2 558 раз, с 2010 года употребление «американской исключительности» в печатных и онлайн публикация перевалило за 4 172[[42]](#footnote-42). Термин активно использовался бывшим президентом США Бараком Обамой в свои речах, так например в Обращении Барака Обамы к Сирии 10.09.2013: «Когда небольшими усилиями мы можем не допустить смерти детей от удушающих газов и тем самым сделать жизнь наших детей безопасней в долгосрочной перспективе, я думаю, что мы должны действовать. Вот что делает Америку другой. Вот что делает нас исключительными»[[43]](#footnote-43). Эта фраза вызвала бурные дискуссии в американском и российском обществе. Ответ российского президента В.В. Путина на такое заявление «считаю очень опасным закладывать в головы людей идею об их исключительности, чем бы это ни мотивировалось»[[44]](#footnote-44). Различные американские издания активно начали публиковать ответы на заявление российского главы государства, например, статья Dana Milbank в The Washington Post где автор утверждает, что американская исключительность не означает превалирование одной нации над другой, а лишь подчеркивает уникальность американского опыта, в частности, в военном деле и экономике[[45]](#footnote-45). Нет единого представления и понимание такого слова как исключительность, так как после исторического опыта с нацистской Германией использование таких слов воспринимается негативно.

Споры о русском характере, русской душе, третьим пути не утихают до сих пор. Политические элиты и интеллигенция пытается выработать конкретную идею, которая смогла бы объединить весь народ и стать идеалом, к которому люди будут стремиться. В 30 гг. ХIХ века широкую популярность получает теория «официальной народности» С.С. Уварова, по которой столпами всего общества является «православие, самодержавие, народность». В 40-е годы в обществе начинают активно развиваться либеральные течения, возникает спор западников и славянофилов о будущем России и о пути ее развития. По мнению славянофилов особенность России заключается в ее самобытности, она не похожа ни на одну страну, а значит те законы, по которым функционируют многие европейские державы не могут быть применимы для русского человека, так как не могут выявлять лучшие качества русского народа. Западники же наоборот считали, что в самобытности России заключается ее осталось, необходимо применять и внедрять европейские разработки во всех сферах жизни, у России уже был пример, когда Петр Первый, основываясь на опыте европейцев смог модернизировать страну, в результате чего Россия получила статус Империи. На что славянофил И.С. Аксаков считал, что последствием петровских реформ, которые привели в Россию иностранную систему, которая чужда этой стране, а значит итогом этого будет являться то, что «Россия перестанет быть Россией»[[46]](#footnote-46). Тема будущего России и введение единой идеи была очень популярна и терзала многих философов, государственных деятелей того времени. Несмотря на то, что основные изменения, которые предлагались славянофилами и западниками касались политических преобразований, это было бы невозможно без понимания менталитета и особенностей характера русского народа, а также единой национальной идеи, которая бы смогла объединить общество при проведении необходимых реформ. Все изменилось с приходом к власти большевиков. Лозунги «Фабрики-рабочим! Земля-крестьянам!», которые позволили большевикам прийти к власти и эта новой идеологии занять главенствующее место. К 30-му году эта идеология стала главенствующей в стране. Ее активно поддерживали СМИ и система образования. Следующим этапом развития национальной идеей было стремление Н.С. Хрущева «осчастливить народ», в итоге в октябре 1961 года была принята Третья Программа КПСС. Основной целью было строительство в будущем коммунизма. «При коммунизме люди будут иметь равное положение в обществе, одинаковое отношение к средствам производства, равные условия труда и распределения и активно участвовать в управлении общественными делами»[[47]](#footnote-47) советский народ жил в убеждении, что к 1980-му году в стране наступит коммунизм: где не будет классового деления, где все люди будут трудиться на благо единого советского народа.

Существовала модель советского человека, прототип человека живущего в СССР служащего примером как для граждан своей страны, так и для представителей зарубежных государств. Смотря на плакаты советского периода можно представить образ человека, который ведет здоровый образ жизнь, который служит на благо отечестве, человек любящий семью, но всегда готовый защищать свое отечества до последнего вздоха, и готовый прийти на помощь, когда его об этом просят. На данный момент отношение к термину приобретает негативные очертания, с точки зрения социологов Левада-центра основными характеристиками советского человека является «неиндивидуализированный, массовидный, простой до примитивности и инфантильный из-за зависимости от государства»[[48]](#footnote-48), несмотря на это люди выражали свое мнение о политике отправляли письма к Н.С. Хрущеву об агрессивных действиях США на Кубе. С распадом Советского союза, на смену национальной идее построения светлого будущего должна была прийти другая идея, движения общества в новом мире, с новыми реалиями. Но этого не произошло.

До сих пор в политической элите России нет единой стратегии, которая бы стала общим ориентиром для развития и формирования стабильного здорового российского общества. Не существует тыла, который мог бы опереться индивид. По мнению Н.В. Анненкова, «в ситуации политической нестабильности ни сфера политики, ни сфера профессии не сможет выступать в качестве тыла»[[49]](#footnote-49). На данный момент существует несколько точек зрения на то, какой должна быть национальная идея России, кто-то считает, что объединяющей силой должна стать Русская Православная церковь, как институт формирующий моральные устои в обществе, опирающейся на семью, Бога, Отечества. Либералы наоборот стремятся к дезинтеграции экономики и пытаются объединить людей под общей идеей улучшения своего материального состояния, попытка угнаться за «золотым миллиардом». Консерваторы наоборот настаивают на общих интересах, неким коллективном сознании. Но национальная идея может быть создана только коллективными усилиями всех этих направлений. Но «в российском обществе ни одна социальная группа не готова и не в состоянии взять роль «объединителя нации, продемонстрировать базисные социальные ценности»[[50]](#footnote-50). В этом плане Россия в значительной мере проигрывает США, так как после распада СССР в советском обществе так и окончательно не оформилась единая идея. «У нас нет никакой и не может быть никакой другой объединяющей идеи, кроме патриотизма»[[51]](#footnote-51).

Стоит так же учитывать и особенности характера каждого из двух народов. Отличительной чертой русского характера является терпение, которое позволяет преодолевать все препятствия в истории, во всем мире ценится русская щедрость, гостеприимность. Особенными чертами американского характера является независимость, где каждый по своей сути индивидуалист, высоко ценящий свободу «жить свободным или умереть», внутренняя независимость помогла избежать одинаковости мышления и благодаря этому США обладают таким уровнем развития, трудоголизм, всего можно достичь только собственным тяжелым трудом; изобретательность, постоянное стремление сделать что-то лучше, быстрее, дешевле, амбициозность, упорство. Кочетков В.В. в «Психологии межкультурных различий» проводит множество параллелей между особенностями русского и американского характера, например в восприятии индивидуальности и самого себя. Американцы больше поощряют автономию, каждый может отвечать только за себя, русские же наоборот стремятся к коллективизму, где ответственность делится между членами группу, не всегда равномерно. В отношении мотивации существует существенное различие, если для американцев соревнование- лучший стимул для получение желаемого, это относится ко всем сферам жизни, к спорту, к работе, получению признания в обществе, то у русского человека соревнование воспринимается негативно, так как в уже сформированной референтной группе существуют свои правила. Также если у американцев успех напрямую зависит от вложенных тобой усилий, то у русского человека, кроме усилий важную роль играют независящие от него обстоятельства[[52]](#footnote-52).

Таким образом можно сделать следующий вывод, что имидж государства отражает все стороны внутренней и внешней политики. Национальные особенности и менталитет могут помочь улучшить образ страны, путем транслирования своего образа жизни и своих идеалов. В отличие от США, у России на данный момент отсутствует устойчивая стратегия формирования национальной идеи. Россия еще не выбрала единую национальную стратегию по консолидации общества, так как после распада СССР необходимо было уладить экономические и политические вопросы, поэтому эта сфера выпала из внимания высшего руководства. На данный момент общество разобщено и нет единого стимула для его объединения, это не значит, что нет предложений со стороны политической элиты о том, какой должна быть национальная идея, но ни одна из сторон не готова взять на себя эту ответственность и высказанные идеи, не отражают современные общественные настроения. Американская мечта смогла продержаться как национальная идея в течении длительного срока, так как не имеет четких образов, каждый трактует ее так как ему заблагорассудится, она не привязана к конкретной стороне общественной жизни. Американская мечта в политических и экономических кругах будет иметь разные значения, но будет в равной степени использоваться как стимул к достижению поставленных задач. Идея патриотизма не предполагает такой же вариативности, это прежде всего служение и любовь к своему Отчеству, но не понятно как именно это должно проявляться и как эта любовь будет влиять на личную жизнь и благосостояние отдельно взятого человека,

*2.2 Влияние национальных интересов на внешнеполитический имидж США и РФ*

Необходимо определить, что научное сообщество понимает под термином национальные интересы. Согласно К.С. Гаджиеву «национальный интерес- выражение и осознание потребностей государства, мотивация его существования и деятельности»[[53]](#footnote-53). По мнению американского политолога, Ганса Моргентау, «смысл национального интереса заключается в выживании, защите физической, политической и культурной самобытности против покушений со стороны других государств»[[54]](#footnote-54). Внешняя политика определяется прежде всего национальными интересами каждого государства. Процесс формирования таких интересов долговременный и редко подлежит существенным изменениям, поэтому очень часто, несмотря на смену правящих партий, внешнеполитический курс редко идет кардинально в разрез с политическими установками. В этом понимании национальные интересы это исторический феномен, который не может существовать отдельно от носителей определенных культур. Г. Моргентау в понятие национальных интересов включал такие компоненты, как многогранность, где был отражен весь спектр реалий в которых существует государство: его геополитическое положение, социо-культурные характеристики; имидж государства транслирует на весь мир национальный интерес, то как будет восприниматься действия государства зависят от ее образа, а образ зависит от политики; национальные интересы обеспечиваются исключительно внешней политикой. Интересы могут быть постоянными, например, защита территории, забота о экономическом благосостоянии, поддержание определенного демографического уровня и т.д., и преходящими к ним относят локальные интересы.

Несмотря на то, что очень часто отношения РФ и США представляется СМИ как конфронтация, существуют общие интересы обеих стран. Ограничение ядерной программы Ирана, война в Сирией, борьба с ИГИЛ, борьба с терроризмом, экологические проблемы. Необходимо достигнуть договоренности, несмотря на несовпадении взглядов на решение проблемы, иначе важные для всех проблемы останутся нерешенными. По мнению Пол Пиллар, журналист The National Interest, достижение поставленных целей может произойти только в том случае, если США признает национальный интересы России в своих восточных соседях, но при этом должны использоваться исключительно легитимными методами[[55]](#footnote-55).

Национальные интересы прежде всего находят отражение в «Концепциях национальной безопасности» США и «Концепции внешней политики Российской Федерации». Последняя Концепция национальной безопасности США[[56]](#footnote-56) была утверждена в 2015 году во время второго срока Президента Барака Обамы, Концепции внешней политики РФ вступила в силу с 2016 году. Стоит сказать, что США и РФ указывают общие национальные интересы для себя, среди которых: защита суверенитета страны, экономический рост, повышение качества жизни граждан, развитие науки и культуры, решение экологических проблем, поддержка деятельности ООН и проводимых ею операций, поддержание мира, искоренение терроризма и любой транснациональной преступности, которая угрожает каждому государству. Так как главным интересом каждого государства является защита собственных границ и благополучие граждан конкретной страны.

Региональные приоритеты РФ в сфере внешней политики прежде всего касаются стран Содружества Независимых Государств. Распад СССР ослабил связи с бывшими республиками, поэтому РФ заинтересована в поддержании двустороннего и многостороннего сотрудничества со странами СНГ. Это обусловлено многими факторами, такими как, количество соотечественников, проживающих на территории бывших республик, популяризация русского языка, так как в эти странах, еще не забыт язык, который считался общегосударственным, обеспокоенность расширением структур НАТО на восток, также заставляет задуматься от налаживании отношений с этими странами для обеспечения безопасности Российской Федерации. Экономическая заинтересованность России в странах бывшего СССР способствовала появлению Евразийского экономического союза (ЕАЭС) «с целью повышения жизненного уровня экономик стран участниц[[57]](#footnote-57)». Присутствие в Арктике и развитие арктического сотрудничества, заинтересованность в разработках, которые позволят добывать энергоресурсы в этом регионе.

Заинтересованность в развитии партнерских отношений с ЕС, сотрудничество с ОДКБ и ОБСЕ, которые также способствуют поддержанию мира путем кооперации сил. Укрепление позиций в Азиатско-Тихоокеанском регионе, укрепление своих позиций в ШОС, партнерство с АСЕАН. Стратегическое партнерство с Социалистической Республикой Вьетнам, Республикой Индонезией, Королевством Таиланд, Республикой Сингапур, Малайзией и др государствами АТР. Развитие торгово-экономических отношений с Индией. Стабилизация Ближнего Востока и Северной Африки борьба с терроризмом и транснациональной преступностью, урегулирование ситуации в Сирии. Урегулирование политических проблем с Афганистаном.

Особое внимание уделяется популяризация русского языка и русской культуры, оказание всяческого содействия зарубежным образовательным организациям, осуществляющим преподавание на русском языке. Поддержка соотечественников проживающих за рубежом, помощь в формировании позитивного имиджа государства за рубежом.

Национальные интересы США основаны прежде всего на деятельности НАТО и на развитии сотрудничества со странами участницами этого Союза. Это обуславливается несколькими причинами, во-первых, НАТО является доказательством победы в «Холодной войне», а значит, существует образ силы, которая не имеет равных себе соперников в мире и готова гарантировать защиты своих союзников; во-вторых, несмотря на первоначальную идею создания военного союза, влияние НАТО выходит далеко за рамки только военного сотрудничества и является активным политическим игроком на мировой арене, что помогает США, как основателю данной организации распространять свое влияние в мире, повышать свой статус сильной державы и вмешиваться в дела других государств, прикрываясь угрозой безопасности своих союзников. США заинтересована в модернизация союзов с Японией, Южной Кореей, Австралией и Филиппинами и укрепления сотрудничества с АСЕАН в АТР.

Заинтересованность в поддержании и развитии Северной Америкой и Латинской Америкой путем сотрудничества с Мексикой и Канадой для усиления коллективной конкурентоспособности в своем полушарии, установления единых глобальных стандартов с Чили, Перу, Канадой для усиления Транстихоокеанского партнерства между странами Северной и Латинской Америки. Однако, в связи с политикой, проводимой новым Президентом США Дональдом Трампом, сотрудничество в этой сфере больше не является актуальным.

Сотрудничество со странами ЕС по вопросам мира в регионе, а также поддержка США в решении политических конфликтов в других регионах. Стабильность Среднего Востока и Северной Африки для искоренения терроризма и угрозы людям, снижение агрессии против союзников, предотвращение использования оружия массового поражения. Помощь Израилю, Иордании и другим союзникам в регионе для снижение агрессии и стабилизации региона. Инвестиции в будущее Африки, озабоченность конфликтами и действиями правительства, развитие экстремизма в политически нестабильных странах.

Отдельные пункты посвящены распространению в мире американских ценностей, таких как демократия и защита прав человека, не только в рамках Соединенных Штатов Америки, но в рамках всего мира. Если по какой-то причине страна сама не может построить демократические институты, США окажет поддержку в процессе демократизации. «Наши ценности являются источником силы и безопасности, и наши возможности по продвижению наших ценностей за рубежом напрямую связаны с готовностью соблюдать их дома[[58]](#footnote-58)». Поддержка гражданского общества и молодых лидеров, так как такое общество является сильным механизмом развития внутри страны и способствует инновациям, к тому же сильное и процветающее гражданское общество является гарантом стабильности в стране.

Страны по-разному относятся к отношениям с КНР, если для РФ это политический и экономический партнер и партнер по БРИКС, то США активно следят за действиями Китая в регионе и за его присутствием и наращиванием военной мощи. Россия больше заинтересовано в статусе Китая как страны с сильной экономикой и поддержкой в решении политических вопросов, то США готовы сотрудничать с КНР по вопросам кибербезопасности и защита американского бизнеса от воровства, решению экологических проблем, проблем региона, например, денуклеаризация Корейского п-ова.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что существуют схожие национальные интересы государств, среди которых поддержание безопасности и гарантия безопасности собственной страны, суверенность, поддержание уровня жизни и благосостояния своих граждан, популяризация культуры и языка. Разница заключается в том, на какие регионы направлена деятельность РФ и США. Это обуславливается рядом исторических причин и прежде всего географическим положением стран. В силу того, что страна находится на другом континенте сотрудничать с европейскими странами было почти не возможно, но на себя взял такую функция структура НАТО, которая обеспечивает диалог между странами по совместному решению мировых проблем и защищает интересы стран в разных регионах мира. Также особенность заключается в том, что НАТО не ограничивается территориальными рамками. Сотрудничество с Канадой, Мексикой и странами Латинской Америки обуславливается местоположением и заинтересованностью в расширении собственных рынков сбыта. Ситуация с национальными интересами РФ также обуславливается ее географическим положением, так например отношения со странами СНГ, которые непосредственно граничат с территорией или с КНР, также связи налаживались страной с другими своими соседями на протяжении долгого времени как например с Вьетнамом.

Обе страны заинтересованы в урегулировании ситуации на Ближнем Востоке и Африке, так как это дестабилизирует весь регион в целом и угрожает распространением транснациональной преступности и терроризма по всеми миру, но методы, которые каждая страна для этого выбирает, кардинально различаются. Главным является различие во заключается во взглядах на решение одних и тех же проблем. это взгляды формируют негативный образ государства, представляя одну страну как врага другой, так например, модель, существовавшая еще в годы Холодной войны «свой-чужой», вновь становится актуальной со стороны РФ к США, США в свою очередь обвиняют РФ в имперских замашках.

Что касается вопросов распространения своего влияния и своих ценностей, то в этом контексте, РФ заинтересована в распространении своего языка и культуры, в то время как США готовы не только распространять свои идеалы демократии и защиты прав человека, но и участвовать в реформировании системы, которая бы позволила стране построить прочные институты и сильное гражданское общество, которые будут являться не только живым доказательством «жизнеспособности» модели США, но и смогут поддерживать США при распространении идей. Согласно Концепции внешней политики РФ, РФ выступает за многообразие и не считает, что существует единая модель государственного устройства, которую бы другие страны могли использовать как идеал[[59]](#footnote-59).

Глава 3. Международный имидж США и РФ как неотъемлемая часть их современной внешней политики

*3.1. Инструменты формирования имиджа США и РФ: общее и особенное*

Для достижения поставленных целей, все страны используют набор программ, которые можно разделить на группы. Аналитические инструменты- необходимы для сбора информации о выстраивания правильной стратегии поведения, а также для того, чтобы видеть как иностранная публика реагирует на то или иное изменение или действие страны на международной арене; информационные инструменты- использование СМИ для разъяснения внешней и внутренней политики государства, а также средства массовой информацию используются для корректировки образа государства или политического лидера; образовательные инструменты: организация программ обмена студентами и преподавателями; программы в области культуры: организация фестивалей, выставок, театральных гастролей и т.д.

США, как и РФ, использует все инструменты по формированию имиджа государства. Особое внимание уделяется опросам общественного мнения. Они позволяют увидеть какие проблемы интересуют население США, как граждане реагируют и оценивают то или иное событие в мире, и как США минимизировать последствия определенных действий или же наоборот каким вопросам стоит уделять больше внимания. Одним из таких агентств, позволяющий увидеть и проанализировать социальный срез является Zogby International. Компания предоставляет широкий спектр услуг по аналитике, перечень рассматриваемых вопросов касается разных сфер общественной жизни от одобрения политики нового Президента США Дональда Трампа до отношения к свадьбе среди пар, которые долгое время живут вместе. Особое внимание уделяется сбору информации о том, что говорят и пишут о США. Развитие интернет коммуникации способствует упрощению отслеживания информации о цитировании и об интересующих аспектах деятельности США. Общение в рамках форумов, блогов, видео каналов, позволяет составить картину о том, как воспринимаются действия политических лидеров со стороны обычных граждан в разных уголках земного шара. Каждый желающий может поучаствовать в диалоге о США любым удобным для него способом, в США был создан America.gov, целью которого является влияние и изменение общественного мнения о внешней и внутренней политике США.

Роль радиовещания с течением времени не меняется, несмотря на то, что телевидение казалось бы вытеснил этот вид передачи информации, тем не менее по-прежнему существует Совет управляющий вещанием, который координирует деятельность Голоса Америки, Свободную Европу, Свободную Азию. Такое деление по географическому принципу помогает точнее формировать предаваемую информацию, в которой заинтересован конкретный регион и конкретная аудитория. Особенность мягкой силы США заключается в том, что она предоставляет широкий спектр различных материалов, направленных на разную целевую аудиторию. Распространению влияния США и включение представителей разных Государств в диалог способствуют и социальные сети такие как Facebook, Twitter, YouTube где информация представлена в разных аудиовизуальных контентах и направлена на разнообразную целевую аудиторию.

Особое внимание уделяется образовательным программам, они направлены не только на популяризацию американского образа жизни и идеалов, но также высокий уровень образования позволяет привлекать в страну одаренных студентов, которые возвращаясь в свою страну формируют новую политическую элиту, которая внедряет в политику государств американские ценности, а также заинтересована в дальнейшем развитии тесного сотрудничества с США. Среди таких программ можно выделить программу Фулбрайта, о которой упоминалось выше. Особого внимания заслуживает программа Work&Travel, которая позволяет работать в любом из 50 штатов, улучшать уровень владения языком и дает шанс познакомиться со страной. Участниками этой программы являются студенты, которые на протяжении летних каникул работают в сфере обслуживания, а затем путешествуют.

Активным инструментом для улучшения своего внешнеполитического имиджа РФ использует популяризацию русского языка и культуры. Этому способствует целый ряд мероприятий. Существует «Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом» принятая 3.11.15 и утвержденная Президентом РФ. Это концепция содержит приоритетные задачи и шаги, такие как проведение крупномасштабных акций и мероприятий (прежде всего День русского языка); создание единой государственной системы курсового обучения русскому языку за рубежом; оказание всяческого содействия зарубежным образовательным организациям, осуществляющим преподавание на русском языке и т.д. [[60]](#footnote-60) Перекрестные годы. 2011 год стал перекрестным годом России, Италии и Испании, 2012 России и Германии, 2013- России и Нидерландов, 2014- России и Великобритании. В рамках таких культурных обменов происходит открытие выставок, продолжается знакомство людей с историей и культурой страны, с национальными менталитетом, также продвигается и сам язык, так как происходит коллаборация иностранных представителей различных профессий с российскими специалистами для дальнейшего сотрудничества. Указом Президента от 6.06.2011 года был установлен День Русского языка. Основной целью является поддержка и развитие русского языка, как языка международного общения и неотъемлемой части наследия мировой цивилизации[[61]](#footnote-61). День русского языка празднуется ежегодно 6 июня, в день рождения А.С. Пушкина. В Российском центре науки и культуры в Вашингтоне в 2014 году был открыт памятник А.С. Пушкину. Всего в США, русский осваивают 16 тысяч студентов, по количеству вузов, где преподается русский язык, США занимает третье место в мире, по словам главы Россотрудничества Юрий Зайцева[[62]](#footnote-62).

Организация Культурных форумов помогает установлению связей среди специалистов творческих специальностей, также происходит сближение стран и договариваются о возможности проведении культурных мероприятий.

Еще одним важным событием, является Конгресс соотечественников. Это мероприятие направлено на поддержку российского сообщества за рубежом, оказание помощи, сотрудничество в рамках улучшения имиджа страны в других государствах. Существует также Международный Совет российских соотечественников, которые ставят перед собой такие цели как «консолидация российской диаспоры; содействие формирование единого российского культурного, информационного и образовательного пространства,; привлечение в Россию интеллектуальных, экономических и финансовых ресурсов российских соотечественников; распространение языка и культуры за рубежом»[[63]](#footnote-63).

На данный момент особое внимание заслуживает развитие канала Russia Today (RT), канал появился в 2005 году, но особое внимание он начал привлекать к себе в течении последних пяти лет, так как изменилась мировая обстановка и Россия на данный момент участвует в решении самых крупных конфликтах: в Сирии, на Украине. Поэтому необходимо представление позиции России за рубежом. С самого начала RT позиционировалась как независимый канал, «Это будет взгляд на мир из России. Мы хотим отразить мнение России о мире, и чтобы сама Россия была лучше видна»[[64]](#footnote-64) - заявила Маргарита Симонян, руководитель проекта. В России эту идею восприняли как очередную попытку пропаганды и не все были уверены, что она себя окупит. Однако, к 2017 году, RT зарекомендовала себя как развивающийся успешный проект, который проводит трансляции е только в США, но и в других европейских странах. Иностранные СМИ активно обсуждают ту информацию, которую представляет российский канал.

*3.2. Сравнение механизмов формирования имиджа США и РФ*

В США существует разветвленная система, отвечающая за формирование внешнеполитического имиджа страны, которая отвечает реалиям времени и постоянно видоизменяется. Ответственными структурами за формирование позитивного образа США являются отделы Госдепартамента, такие как отдел по образованию и культуре, отдел по информационным программам и отдел по изучению зарубежной блогосферы. Агентства по международному развитию и Совет управляющих вещанием, которые несмотря на то, что не входят в общую государственную структуру, тем не менее отвечают перед госсекретарем США. Отделы по публичной дипломатии и Агентство по сотрудничеству в области обороны и безопасности, подотчетные Министерству обороны Соединенных Штатов Америки. Важный вклад в формирование образа США вносят неправительственные организации и благотворительные фонды, такие как например, «Евразия», фонд Сороса, фонд Маккартуров.

Отделы Госдепартамента по образованию и культуре и по информационным программам подотчетен заместителю госсекретаря по публичной дипломатии. Отдел по образованию и культуре занимается формированием и реализацией образовательных программ. Отдел по информационным программам «реализует программы по распространению особой печатной, электронной, визуальной и аудиоинформации о США[[65]](#footnote-65)», а также разъясняет внутреннюю и внешнюю политику США и готовит материалы, направляемые в консульства и посольства.

Особое внимание уделяется программам интерактивного радио и телевидения. Они позволяют быстрее находить свою аудиторию и незамедлительно получать от нее отклики на свою деятельность, что позволяет менять содержание информации[[66]](#footnote-66). В связи с популярностью Интернета , социальных сетей и блогов, в 2006 году был создан отдел по изучению зарубежной блогосферы, первоначальной целью было противодействие распространению дезинформации и объяснение внешней политики США путем использования социальных медиа и сети Интернет. С 2010 года целью ее деятельности является противодействие распространению пропаганды «Аль-Каиды» в Интернете и в социальных сетях. Сотрудники этого отдела работают с различными новостными ресурсами, в микро-блогах, формируют дискуссии или наоборот сами становятся участниками уже созданного обсуждения, чтобы донести официальную позицию США во внешней политике и действия по борьбе с организованной преступностью. Это обеспечивает широкое распространение аудиовизуального контента, направленного на разную целевую аудиторию[[67]](#footnote-67). В этом направлении США использует новую технологию общения с представителями различных государств, где все данные находятся в открытом доступе и каждый может присоединиться к обсуждению.

Агентство по международному развитию было создано в 1961 году при президентстве Д. Ф. Кеннеди. Задачей этого Агентства является стимулирование человеческого прогресса, создание рынков и торговых партнеров для США. Направления его деятельности это поощрение всеобщего экономического процветания, укрепление демократии, защита прав человека, гуманитарная помощь при техногенных и природных катастрофах, предотвращение и помощь в восстановлении после конфликтов[[68]](#footnote-68). Это Агентство является основным исполнителем политических программ США. Очень часто именно с деятельностью этого службы связаны скандалы и обвинения в сторону США о подрыве суверенитета. Так как USAID открыто поддерживает оппозиционные группы. Она пропагандирует демократические американские ценности по всеми миру, оказывая поддержку в различных отраслях.

Совет управляющих вещанием- глобальная сеть медиа-агентств. В ее состав входят пять медиа-организаций, цель которых информировать, привлекать и объединять людей со всего мира в поддержку свободы и демократии[[69]](#footnote-69). В ее состав входят Голос Америки, Свободная Европа, Свободная Азия, Аль-Хурра и Савва. Совет определяет стратегическое направление информационных программ США, оценивает эффективность служб вещания и занимается вопросами финансирования.

Агентство по взаимной безопасности занимается вопросами военного обучения. После окончания Холодной войны, целью программ такого военного обучения становится распространении демократических ценностей и борьба с авторитарными политическими режимами.

Немаловажную роль играют частные и фонды, такие как например Фонд Евразия- частный фонд, который существует при поддержке USAID. Основной целью этого фонда является поддержка и распространение демократических ценностей и помощь в становлении сильного гражданского общества, воспитание лидерских качествах у женщин и молодого поколения стран, для создания сильного гражданского общества, а деятельность организаций и политических структур была более устойчивой и эффективной[[70]](#footnote-70).

«Институт Открытого общества» или фонд Дж. Сороса – международная благотворительная организация , созданная Джорджем Соросом. Основной целью данного фонда является укрепление верховенства права, уважение прав человека, помощь в формировании государственной политики, которая была бы основана на справедливых принципах и защищала основные права своих граждан, поддержка образования, независимых СМИ, кооперация между странам по вопросам коррупции и свободы информации[[71]](#footnote-71). Фонд Сороса также осуществляет широкомасштабную кампанию по предоставлению грантов научному сообществу. Этот фонд открыл свое отделение и в РФ в 1996 году, однако в связи с обострением политической ситуации между США и РФ в 2013 году все программы в стране были свернуты.

Фонд Макартуров -один из самых крупных благотворительных фондов в США, основан в 1970-х гг. Основными целями этого фонда является борьба с изменениями климата, изменение системы уголовного наказания в США, снижение опасности применения ядерного оружия, инвестирование и оказание помощи некоммерческим организациям и предприятиям для удовлетворения потребностей определенных групп населения. Также Фонд организовывает специальные программы получения грантов «100 Change» этот грант в размере 100 млн долларов для предложенного решения, которое обещает реальный и ощутимый прогресс в решении важной проблемы нашего времени. Это не ограничивается конкретной областью знаний[[72]](#footnote-72).

Механизмами формирования позитивного политического имиджа в РФ выступают МИД РФ, Министерство образования и науки России, Министерство культуры России, Россотрудничество и фонды, среди которых «Русский мир», «Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова», «Фонд сотрудничества с русскоязычной зарубежной прессой», программы созданные при поддержке Государственных институтов РФ. При их поддержке организовываются различные мероприятия которые способствуют укреплению положения страны в мире и не допускают искажения фактов о ситуации внутри страны.

Деятельность МИДа РФ формируется согласно курсу, выбранному главой государства и Правительством РФ и базируется на основополагающих документах по внутренней и внешней политике России. Так, например, Концепция внешней политики РФ от 30.09.2016, Основные направления политики РФ в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества от 18.10.2010. Эти документы закрепляют за МИД РФ следующие функции: «выработка приоритетов политики в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества РФ, разработка во взаимодействии с заинтересованными министерствами и ведомствами проектов межправительственных договоренностей о культурно-гуманитарном сотрудничестве, участие в реализации действующих соглашений»[[73]](#footnote-73), также отвечает за представлении и защиты национальных интересов Российской Федерации в мире.

Еще одним важным пунктом деятельности МИД РФ является Конгресс соотечественников, так как именно Министерство является инициатором данных встречи. V Всемирный Конгресс соотечественников состоялся в 2015 года в Москве. В рамках этой встречи обсуждались формы и методы консолидации объединений соотечественников, противодействие попыткам искажения истории и сохранения наследия, роль субъектов РФ в работе с соотечественниками, обсуждали государственную программу по содействию соотечественников, проживающих за рубежом. МИД РФ содействует консолидации соотечественников на профессиональной основе; проводит мероприятия, направленные на привлечение интеллектуального, инвестиционного и профессионального потенциала к процессу модернизации в России.

Министерство культуры РФ поддерживает развитие всех областей культуры и оказывает помощь в сохранении культурного наследия страны, стремится к популяризации культуры и распространении русской культуры за рубежом. Несмотря на то, что деятельность Министерства по большей части относится к укреплению и помощи культуре внутри страны, оно совместно с МИД РФ организовывает ряд программ, которые способствует установлению контактов со специалистами из других стран и облегчает взаимодействие в области культуры и искусства. При поддержке Министерства культуры организовываются гастроли театров. Содействие Минкульта в проведении гастролей балетной труппы Михайловского театра в Соединенных Штатах Америки с 11-30 ноября 2014 года, «за период гастролей общее количество зрителей, посетивших выступления российской труппы оценило более 50 000 человек»[[74]](#footnote-74). При поддержке Министерства культуры проходили русские дни, в рамках Всемирной универсальной выставки EXPO-2015. Темой этой выставки становится девиз «Feeding the Planet, Energy for Life» каждая страна должна была представить павильон, построенный из экологически чистых материалов, в каждом из таких павильонов или кластеров страна представляет особенности свой гастрономической идентичности. В рамках этого мероприятия с 24-29 сентября проходили дни русской культуры, в программе которых показывали русские народные танцы, каждого приходящего угощали блюдами русской кухни[[75]](#footnote-75).

Фонд «Русский мир» был создан по Указу В.В. Путина от 21. 06. 2007. Основными задачами этого Фонда является поддержка общественных, научных организаций, который исследуют и разрабатывают методики по преподаванию русского языка и литературы; содействие распространению объективной информации о современной России; поддержка диаспор за рубежом; поддержка организаций и объединений преподавателей русского языка за рубежом; сотрудничество с российскими и международными организации в деле популяризации русского языка; взаимодействие с Русской православной церковью и другими конфессиями в деле продвижения русского языка[[76]](#footnote-76). «Русский мир» занимается осуществлением проектов по созданию Русских центров и Кабинетов Русского языка, организовывает Педагогические форумы Русского мира, Ассамблеи Русского мира, Международный форум русского языка и культуры «Паруса Русского мира». Особого внимания заслуживает организация работы Русских центров, работа в которых направленна не только на образовательный аспект деятельности, включающий в себя проведение курсов изучения русского языка, но также способствует развития творческого потенциала и развитию коммуникации. Это включает в себя проведение выставок, творческих вечеров и участие в организации праздников, научных конференций и круглых столов, посвященных актуальным проблемам развития русского языка в мире.

Распространение русского языка и культуры также являются направлениями деятельности федерального агентства Россотрудничества, именно с таким названием агентство начало существовать с 2008 года. Задачами Россотрудничества является формирование объективного представления о России за рубежом, о духовном потенциале, о содержании внутри- и внешнеполитического курса страны; реализация политики в области русского языка и его поддержки за рубежом, путем установления сотрудничества с образовательными учреждениями[[77]](#footnote-77). В рамках укрепления позиций русского языка реализуются такие проекты как Дни русского языка и Дни славянской письменности и культуры, направленные на привлечение внимание к русской культуре, но также служащие напоминанием для других языков славянской группы об общем языковом происхождении . Россотрудничество с 2013 года занимается отбором иностранных граждан для обучения в российских вузах за счет бюджета РФ. Ежегодная квота на обучение составляет 15000. Был создан электронный ресурс, который позволяет подать заявку на получение бесплатного высшего образования в России RUSSIA.STUDY. По данным Доклада о результатах деятельности Россотрудничества по реализации возложенных на него полномочий за 2016 год общее количество таких заявок превысило 80 000[[78]](#footnote-78). Каждый желающий может оставить заявку на обучение, заполнить необходимые документы и участвовать в конкурсе на получение высшего образования в одном из городов России по выбранной студентом специальности.

В рамках государственных институтов создаются программы, способствующие популяризации русского языка. «Послы русского языка в мире» - международная волонтерская программа, созданная при поддержке Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина. Целью этой программы является популяризация русского языка, культуры и литературы в России и за рубежом. Участники программы отправились в образовательно-просветительские экспедиции в страны СНГ, и проводили занятия в 24 школах в 4 странах СНГ: Армении, Киргизии, Молдавии и Таджикистана. Также в рамках Института русского языка проходят Съезды славистов, XVI пройдет в 2018 году в Белграде. Целью создания такой организации, а следовательно и встреч Съездов является «содействие развитию наук о славянских языках и литературах, истории культуры славянских народов»[[79]](#footnote-79).

«Фонд сотрудничества с русскоязычной зарубежной прессой»- Фонд ВАРП был создан в 2014 году. Цель Фонда- «формирование объективного образа России, широкое информирование о социальных, экономических, культурных, научных, и прочих достижениях народов России в среде русских (русскоязычных) диаспор за рубежом»[[80]](#footnote-80), Фонд выступает не только за сохранение и популяризацию русского языка, но также и за представление объективного образа России за рубежом, налаживание контактов с русскими диаспорами за рубежом и оказывают поддержку одаренным представителям русской диаспоры в образовании по направлению «журналистика» или смежных специальностей. Организовываются Конгрессы русской прессы, в котором представители русскоязычных медиа обсуждаю важные для них вопросы и вырабатывают общую стратегию формирования образа РФ путем использования СМИ.

«Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова» был создан распоряжением Президента России в 2010 году, которые провозгласил следующие цели «поддержка публичной дипломатии, содействие участию российских неправительственных организаций в международном сотрудничестве и активное вовлечение институтов гражданского общества во внешнеполитический процесс»[[81]](#footnote-81). Фонд содействует продвижению политических и социальных программ в сфере международных отношений, оказывает поддержку СМИ, также на базе Фонда разработан ряд программ для молодых специалистов, который позволяет на площадке данной организации обмениваться опытом представителям международных отношений, журналистам, исследовательским центрам, также существуют программы посвященные Кавказскому диалогу, Академии ОДКБ, где участники обсуждают важные проблемы этих регионов или организации.

Важной площадкой для диалога между представителями научного и политического сообщества является «Международный дискуссионный клуб «Валдай». Клуб был учрежден в 2004. Целью «Валдая» является содействие диалогу российской и международной интеллектуальной элиты и независимый, объективный научный анализ политических, экономических и социальных событий в России и мире[[82]](#footnote-82). «Валдай» представляет собой площадку для общения и осуждение важных международных проблем в различных сферах. За годы существования Клуба в его деятельности активное участие принимает не только представители научных и политических кругов РФ, но также и ведущие специалисты известных и передовых мировых институтов, таких как Гарвардский, Колумбийский, лондонский, Токийский, Тель-Авивский университеты, Университет имени Джонса Хопкинса, Лондонская школа бизнеса и многие другие. Также участниками дискуссий и обсуждений являются действующие представители политической элиты разных стран, таких как Франция, Словения, Италия, Великобритания, Президент России В.В. Путин неоднократно принимал участия в Дискуссионном клубе «Валдай», что не только свидетельствует о серьезности намерений России по решению международных проблем, но также о готовности к конструктивному диалогу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждая из стран использует одинаковые группы методов для формирования политического образа страны, но главное различие заключается в том, как она управляет информацией и какими мероприятиями реализуются ее методы. Методы США больше приспособлены к современному миру, они направлены на аудиторию разных возрастов, так как молодое поколение в последствии будет составлять политическую, творческую и научную элиту государства, поэтому интерес к политике США и к самой стране является определяющим. Политика РФ соответствует общему пониманию методов, но она в большей степени зависит от уже налаженных связей и не может быстро реагировать на реалии и внедрять новые технологии, так как не совсем понимает как работает те или иные виды взаимодействия в Интернете.

Проанализировав существующие механизмы формирования имиджа в США и РФ можно сделать следующие выводы. И в США и в РФ, государственный институт, который выполняет функции по формированию позитивного имиджа государства, это орган внешних сношений, в РФ это Министерство иностранных дел, в США это Госдепартамент. Но если некоторые направления деятельности МИД совпадают с другими гос учреждениями, например развитие образовательных программ или организация Международных форумов, то вопросы решаются путем кооперации. В США ситуация выглядит по другому, так как в система федеральных агентств отсутствует орган, занимающийся культурой, то часть международных функций берет на себя Государственный департамент. Различия заключается в том, что система в США более гибкая, так, например, существует отдел занимающийся анализом блогосферы, в РФ такого отдельно выведенного отдела нет, это обуславливается рядом причин, в России блоги не достигли такого же уровня развития, как в США, и эта сфера еще только осваивается, а во-вторых, нет такого количества специалистов, которые бы смогли активно взаимодействовать с иностранной публикой в виртуальном пространстве. Также различается деятельность российских и американских фондов, во-первых они имеют разную направленность, если в РФ все фонды в основном являются государственными и выполняют возложенные на них государством функции, то большая часть фондов в США являются частными. С одной стороны это плюс, так как деятельность фонда является самостоятельной и никак не связано с проводимым в стране курсом, с другой существует минус так как функционирование фондов исключительно на деньги инвесторов в РФ не будет достаточным, а государственная поддержка сможет поддерживать фонды на плаву. В США фонды занимаются конкретной деятельностью, то есть они активно взаимодействуют с иностранными гражданами, в России фонды кроме выполнения своих непосредственных функций, являются площадкой для взаимодействия и обсуждения разных мировых проблем. Возможно, такое различие обусловлено существующим в мире отношением к странам, РФ старается активно не продвигать свои интересы, так как в лице мирового сообщества она по-прежнему обладает своими имперскими замашками и выглядит как агрессор, не способный пойти на компромисс и прислушиваться к мнению других.

Заключение

В современном мире уделяется особое внимание образу государства и тому, как оно будет восприниматься СМИ и гражданами других стран. Все чаще слышны разговоры о необходимости использования «мягкой силы», которая более действенна и продолжительна в отличие от запугивания и открытой конфронтации. Эти методы были изучены и применены во внешней политике США. В настоящее время европейские страны, азиатские гиганты и РФ внедряют эти механизмы в свою политику, в эти странах создаются языковые центры, происходит распространение массовой культуры, что в свою очередь увеличивает интерес граждан других стран в изучении страны и ее языка. Образ государства также влияет на положение страны на международной арене, весомости ее голоса при принятии решений.

Цель и задачи, поставленные в данной выпускной квалификационной работе, выполнены. Определено общее и особенное в процессах формирования внешнеполитического имиджа США и РФ, изучена деятельность министерств, фондов, федеральных агентств и других организаций в проведении мероприятий, способствующих формированию внешнеполитического имиджа США и РФ; выявлены факторы влияющие на формирования позитивного образа сравниваемых государств; систематизированы данные о трактовках термина «внешнеполитический имидж» в научных и политических кругах США и РФ.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что как и любая другая концепция, идея «мягкой силы» изменялась в связи с внешними обстоятельствами , а также напрямую зависела от выбранного курса внутренней политики. Несмотря на то, что Дж. Най разработал свою концепцию основываясь на политической ситуации США, не все американское руководство выбирало эту концепцию как основное направление своей внешней политики. У российской политической элиты, изменение отношения власти к понятию мягкой силы напрямую зависело от международной обстановки, поэтому заметен существенны сдвиг в отношении этой концепции от необходимого инструмента внешней политики до способа давления и угрозы суверенитету государства.

Сопоставление истории формирования и практической реализации внешнеполитического имиджа каждой из сравниваемых стран доказало, что история развития термина «внешнеполитический имидж» в каждой стране зарождался по-разному и каждая из стран преследовала свои цели внедряя новый инструмент в свою внешнюю и внутреннюю политику. Общей чертой для каждого из этих государств является прежде всего то, что СССР и США были вынуждены выбрать именно такой, «мягкий», путь влияния, то есть ни та ни другая страна не могли осуществить свои идеи военным способом. Воевать с Европой Америка не могла, не только из-за географической удаленности, но также из-за поиска союзников. Большевики пришли к власти пролив кровь и устроив в стране Гражданскую войну, необходимо было найти что-то что объединит людей и мобилизует. Главное различие заключается в методах исполнения поставленных задач. Вся пропаганда в СССР была государственной. Любое учреждение было подотчетно ЦК КПСС и действовало в рамках установленного курса. В США мягкую силу выводили из под руководства государства, она применялась как государственными учреждениями, так и неправительственными организациями. Вариант использованный США был удобнее и более гибким, система быстрее реагировала на изменяющиеся условия, вариант СССР был бюрократическим и нуждался в постоянном одобрении вышестоящего руководства, по этой причине использовалось не такое количество применяемых способов и требовало больших временных затрат. Еще одним существенным различием является тот факт, что каждая из представленных стран делала разный акцент на политике. В Соединенных Штатах Америки была как черная, так и белая пропаганда, для государства всегда существовали пути отступления, в случае, если критика в сторону СССР оказывалась слишком грубой и неоправданной. К тому же, сам термин «мягкая сила» был придуман для того, чтобы избежать сформированного образа «советской пропаганды» у населения Западной Европы. В СССР все действия как внутри страны, так и за ее пределами входили в сферу ведения Агитпропа, объединяющего в себе и пропаганду и агитацию. Поэтому для многих людей действия Советского Союза казались слишком довлеющими и грозными.

Подводя итоги влияния внутренних факторов на формирование позитивного образа страны, можно сделать вывод, что существуют схожие национальные интересы государств, среди которых поддержание безопасности и гарантия безопасности собственной страны, суверенность, поддержание уровня жизни и благосостояния своих граждан, популяризация культуры и языка. Разница заключается в том, на какие регионы направлена деятельность РФ и США. Это обуславливается рядом исторических причин и прежде всего географическим положением стран. В силу того, что страна находится на другом континенте сотрудничать с европейскими странами было почти не возможно, но на себя взял такую функция структура НАТО, которая обеспечивает диалог между странами по совместному решению мировых проблем и защищает интересы стран в разных регионах мира. Также особенность заключается в том, что НАТО не ограничивается территориальными рамками. Сотрудничество с Канадой, Мексикой и странами Латинской Америки обуславливается местоположением и заинтересованностью в расширении собственных рынков сбыта. Ситуация с национальными интересами РФ также обуславливается ее географическим положением, так например отношения со странами СНГ, которые непосредственно граничат с территорией или с КНР, также связи налаживались страной с другими своими соседями на протяжении долгого времени как например с Вьетнамом.

Что касается вопросов распространения своего влияния и своих ценностей, то в этом контексте, РФ заинтересована в распространении своего языка и культуры, в то время как США готов не только распространять свои идеалы демократии и защиты прав человека, но и участвовать в реформировании системы, которая бы позволила стране построить прочные институты и сильное гражданское общество, которые будут являться не только живым доказательством «жизнеспособности» модели США, но и смогут поддерживать США при распространении идей.

В результате созданного и проведенного исследования о том, благодаря каким механизмам и инструментам формируется имидж США и РФ, можно утверждать, что каждая из стран использует одинаковые группы методов для формирования политического образа страны, но главное различие заключается в том, как она управляет информацией и какими мероприятиями реализуются ее методы. Методы США больше приспособлены к современному миру, они направлены на аудиторию разных возрастов, так как молодое поколение в последствии будет составлять политическую, творческую и научную элиту государства, поэтому интерес к политике США и к самой стране является определяющим. Политика РФ соответствует общему пониманию методов, но она в большей степени зависит от уже налаженных связей и не может быстро реагировать на реалии и внедрять новые технологии, так как правящая элита не всегда понимает как происходит взаимодействие между людьми в Интернете, для этого необходимо привлекать молодых специалистов из разных областей. Относительно используемых механизмов, то и в США и в РФ, государственный институт, который выполняет функции по формированию позитивного имиджа государства, это орган внешних сношений, в РФ это Министерство иностранных дел, в США это Госдепартамент. Но если некоторые направления деятельности МИД совпадают с другими госучреждениями, например, развитие образовательных программ или организация Международных форумов, то вопросы решаются путем кооперации. В США ситуация выглядит по другому, так как в система федеральных агентств отсутствует орган, занимающийся культурой, то часть международных функций берет на себя Государственный департамент. Различия заключается в том, что система в США более гибкая, так, например, существует отдел занимающийся анализом блогосферы, в РФ такого отдельно выведенного отдела нет, это обуславливается рядом причин, в России блоги не достигли такого же уровня развития, как в США, и эта сфера еще только осваивается, а во-вторых, нет такого количества специалистов, которые бы смогли активно взаимодействовать с иностранной публикой в виртуальном пространстве. Также различается деятельность российских и американских фондов, во-первых они имеют разную направленность, если в РФ все фонды в основном являются государственными и выполняют возложенные на них государством функции, то большая часть фондов в США являются частными. С одной стороны это плюс, так как деятельность фонда является самостоятельной и никак не связано с проводимым в стране курсом, с другой существует минус так как функционирование фондов исключительно на деньги инвесторов в РФ не будет достаточным, а государственная поддержка сможет поддерживать фонды на плаву. В США фонды занимаются конкретной деятельностью, то есть они активно взаимодействуют с иностранными гражданами, в России фонды кроме выполнения своих непосредственных функций, являются площадкой для взаимодействия и обсуждения разных мировых проблем. Возможно, такое различие обусловлено существующим в мире отношением к странам, РФ старается активно не продвигать свои интересы, так как в лице мирового сообщества она по-прежнему обладает своими имперскими замашками и выглядит как агрессор, не способный пойти на компромисс и прислушиваться к мнению других.

.

**Список источников и литературы**

**Источники**

Broadcasting Board of Governors URL: <https://www.bbg.gov> (дата обращения 23.04.2017)

Digital Outreach Team URL: <https://www.counterextremism.org/resources/details/id/410/digital-outreach-team-dot> (дата обращения 03.05.2017)

Eurasia Fondation URL: <http://www.eurasia.org/Mission> (дата обращения 23.04.2017)

Fulbright Fact Sheet URL: <https://eca.state.gov/files/bureau/fulbright_fact_sheet_2.pdf> (дата обращения 20.04.2017)

MacArthur Foundation URL: <https://www.macfound.org/programs/100change/strategy/> (дата обращения 23.04.2017)

National security strategy February 2015// National security strategy archive URL: <http://nssarchive.us> (дата обращения16.04.2017)

Open society foundations URL: <https://www.opensocietyfoundations.org> (дата обращения 23.04.2017)

Remarks by the President in Adress to the Nation on Syria 10.09.2013 URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2013/09/10/remarks-president-address-nation-Syria> (дата обращения 13.04.2017)

Доклад о результатах деятельности Россотрудничества по реализации возложенных на него полномочий за 2016 г. URL: <http://rs.gov.ru/ru/pages/389> (дата обращения 21.04.2017 )

Коммунистический интернационал URL: <http://www.komintern-online.ru> (дата обращения 19.04.2017)

Концепция внешней политики РФ от 30.11. 2016 // URL: http://www.mid.ru/foreign\_policy/news/-/asset\_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248

Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом от 3.11.2015 URL: <http://kremlin.ru/acts/news/50644#sel=19:1,19:47;21:21,21:57;22:42,22:46;27:1,29:11;31:1,32:29;47:51,48:41;49:1,49:25;50:1,51:28;52:1,54:12;55:1,57:20;81:14,81:27;86:1,86:18;87:15,87:21;91:2,91:24;91:37,91:38> (дата обращения 17.04.2017)

О «Валдае» URL: <http://ru.valdaiclub.com/about/valdai/> (дата обращения 21.04.2017)

Основные направления политики РФ в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества от 18.10.2010 URL: <http://archive.mid.ru/bdomp/ns-osndoc.nsf/e2f289bea62097f9c325787a0034c255/fd3aa5ccb0c5f96b442579ec004ec849!OpenDocument> (дата обращения 23.04.2017)

Отчет о деятельности департамента Международного сотрудничества министерства культуры России на 2014 год. URL: http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2014/PREZ-MKult-INO.pdf (дата обращения 23.04.2017)

Распоряжение Президента РФ от 2. 02.2010 «О создании Фонда поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова» URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/30577> (дата обращения 21.04.2017)

Сайт Агентства по международному сотрудничеству (USAID) / URL: <https://www.usaid.gov/who-we-are> (дата обращения 03.05.2017)

Сайт Россотрудничества URL: <http://95.163.77.90/about#история> (дата обращения 21.04.2017)

Третья программа КПСС URL: <http://leftinmsu.narod.ru/polit_files/books/III_program_KPSS_files/III_program_KPSS.htm> (дата обращения 13.04.2017)

Указ Президента об установлении Дня русского языка 6 июня . от 06.06.2011 URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/11481> (дата обращения 14.04.2017)

Устав международного комитета славистов. URL: <http://www.fil.bg.ac.rs/wp-content/uploads/centri/mks/statut/Ustav-MKS.pdf> (дата обращения 21.04.2017)

Устав Международного союза общественных объединений «Международный Совет российских соотечественников» октябрь 2001 URL: <http://www.msrs.ru/docu>

Устав Союза советских обществ дружбы и культурных связей с зарубежными странами М. 1958

Устав Фонда сотрудничества с русскоязычной зарубежной прессой 2014 // URL: <http://warp.pro/data/Files/File/3.pdf> (дата обращения 21.04.2017)

Фонд «Русский мир» URL: <http://russkiymir.ru/fund/> (дата обращения 21.04.2017 )

Литература

**Монографии**

Boulding K.E. The Image: Knowledge of life in society/ Boulding K.E. //Ann Arbor University of Michigan Press- 1956. №48- C. 1

Campbell J. The Power of Myth./ Campbell J.- New York: Doubleday, 1988.

Heckscher A*.* The Arts and the National Government: Report to the President//Senate Document No. 28. 88th Congress, 1st Session. Washington, DC: US Government  Printing Office- 1963.- C. 36

1. Nye J. Soft power/ Nye J. - New York: Public Affairs, 2004- С. 368
2. Nye,J. The future of power./ Nye,J. -New York: Public Affairs, 2011- С. 415
3. Аксаков К.С. Записка «О внутреннем состоянии России», предоставленная Государю Императору Александру II // Аксаков К. С, Аксаков И. С Избранные труды / [сост., авторы вступ. ст. и коммент. A.A. Ширинянц, A.B. Мырикова, Е.Б. Фурсова]. -- М.: (РОССПЭН), 2010. C. 227-251
4. Берёзкин Ю.Е. Мифы заселяют Америку. / Берёзкин Ю.Е. М.: Правда- 2007- .C 147

Буллок А. Гитлер и Сталин. Жизнь и власть. Сравнительное жизнеописание /Буллок А. –Смоленск: Русич, 1994, Т.2- С. 1112

Галумов Э.А. Имидж против имиджа./ Галумов Э.А. -М.,-2005- с.372

1. Силина Л. Внешнеполитическая пропаганда в СССР в 1945-1985 гг. (по материалам отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП (б)- КПСС)/ Силина Л. // Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН)- М. 2011.

**Учебные пособия**

1. Adams James Truslow The Epic of America / James Truslow URL: <http://www.loc.gov/teachers/classroommaterials/lessons/american-dream/students/thedream.html> (дата обращения 18.04.2017)

Гаджиев К. С. Геополитика: учебник/ Гаджиев К. С. - 4-е изд., перераб. и доп.- М.: Юрайт, 2011- С. 315

Кочетков В.В. Психология межкультурных различий./ Кочетков В.В //Учебник для ВУЗов – М; ПЕР СЭ, 2001- С. 416

Кубышкин А.И. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США: учебное пособие/ Кубышкин А.И. Цветкова Н.А. //Аспект пресс,-М.,- 2013-С. 270

**Словари**

Encyclopedia of the Social Sciences 2008 URL: <http://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/national-interest> (дата обращения 13.04.2017)

Большой энциклопедический словарь /Под ред. Прохоров А.М.- СПб: Изд-во: Норинт. 2005.- С. 679

Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии/ Кононенко Б.И –М.: Вече. 2003. –С. 512

**Статьи**

Cull Nicolas J. «Public Diplomacy» before Guillion: the evolution of a phrase./ Cull Nicolas J. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (дата обращения 19.04.2017)

1. Friedman U. «American Exceptionalism”: a short history/ Friedman U. URL: <http://foreignpolicy.com/2012/06/18/american-exceptionalism-a-short-history/>

<http://www.expo2015.org/archive/en/the-days-of-russian-culture-at--expo-milano-2015--from-september-24-to-29.html> (дата обращения 23.04.2017)

1. Malbank D. What American have to say to Putin/ Malbank D. //The Washington post 12.09.2013 <https://www.washingtonpost.com/opinions/dana-milbank-what-americans-have-to-say-to-putin/2013/09/12/e6952c36-1be9-11e3-a6287e6dde8f889d_story.html?utm_term=.9727c0fcbe98> (дата обращения 13.04.2017)
2. Mccoy T. How Joseph Stalin Invented American Exceptionalism / Mccoy T. URL: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2012/03/how-joseph-stalin-invented-american-exceptionalism/254534/> (дата обращения 17.04.2017)

Nye Joseph S. President Bush goes soft / Nye Joseph S. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/president-bush-goes-soft?barrier=accessreg> (дата обращения 19.04.2017)

1. Pillar Paul R. American Interests, Russian Interests / Pillar Paul R. URL: <http://nationalinterest.org/feature/american-interests-russian-interests-18622> (дата обращения 16.04.2017)

The Days of Russian Culture at Expo Milan 2015 from September 24 to 29 URL:

1. Uttaro R. A. The Voices of America in International Radio Propaganda // Law and Contemporary Problems. Vol. 45. No 4. P. 103 – 122.
2. Анненков Н.В. О российском менталитете в ситуации нестабильности/ Анненков Н.В. // Вестник ФА- 2008. №1.- С. 97-104
3. Волков Ю.Г. Идеология гуманизма в становлении российской идентичности./ Волков Ю.Г. // Социально- гуманитарные знания. - 2006. - № 2. - С. 3-15.
4. Гапеев А. Russia Today из предпоследнего вагона 8.06.2005 Lenta.ru // URL: <https://lenta.ru/articles/2005/06/08/rttv/> (дата обращения 15.04.2017)
5. Гудков Л.Д Перерождение «советского человека»/ Гудков Л.Д. // Научный альманах «Одиссей: Человек в истории»- 2007. №1-С. 330-389
6. День русского языка отметили в Вашингтоне 05.06.2014// Риа Новости URL: <http://ria.ru/culture/20140605/1010759125.html> ( дата обращения15. 04. 2017)
7. Емельянов С.А. Феноменология русской идеи и американской мечты. / Емельянов С.А. //Общество.Среда. Развитие (Terra Humana)- 2009. №3- С. 57-63
8. Логинов А.Л. Мифологическая составляющая концепта «The American dream»/ Логинов А.Л. //Вестник нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского- 2012, №1(2)- С. 139-143
9. Мирошников С.Н Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно-психологической борьбы со странами социалистического лагеря. / Мирошников С.Н // Вестник Томского государственного университета История – 2014. №4(30).- С.56-61
10. Най Дж.С., Оуэнс У.А. Главная сила Америки — ее информационные возможности,/ Най Дж.С., Оуэнс У.А. URL:http://www.infousa.ru/information/gjcom6.htm.  (дата обращения 16.04.2017)
11. Почепцов Г. Феномен советской пропаганды/ Почепцов Г. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=4326&level1=main&level2=articles> (дата обращения 18.04.2017)

Путин В.В A plea for caution from Russia / Путин В.В URL: <http://www.nytimes.com/2013/09/12/opinion/putin-plea-for-caution-from-russia-on-syria.html?hp&_r=0> (дата обращения 13.04.2017)

Путин В.В. Россия и меняющийся мир / Путин В.В. URL: <http://www.mn.ru/politics/78738> ((дата обращения 19.04.2017))

1. Стенограмма Встречи В.В. Путина с активом Клуба лидеров 3.02.2016 URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/51263> (дата обращения 13.04.2017)
2. Цветкова Н.А . Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США/ Цветкова Н.А// Журнал США и Канада: экономика, политика, культура .- 2011. №3 С. 109-122
3. Филимонов Г. Ю., Цатурян С.А. «Мягкая сила» как форма непрямой аппликации «национального интереса». / Филимонов Г. Ю., Цатурян С.А.//Вестник Российского Университета Дружбы народов – М. 2012 №2 -С. 21-30

Харкевич \М.В. «Мягкая сила»: политическое использование научной концепции. / Харкевич \- Вестник МГИМО.- 2014. №2 (35).- С. 22- 29

Цатурян С.А. Общественная дипломатия США в новом информационном столетии // США v Канада: экономика, политика, культура. - М.: Наука, 2010- С. 106

1. Чогандарян М. Г. Методы, способы и приемы советской пропаганды в 1920-30-е гг. ХХ в. / Чогандарян М. Г. //Научный журнал: Теория и практика общественного развития- 2013. № 4- С.181-183
2. Шестаков Е. Мягкая сила/ Шестаков Е. //Российская Газета № 4783 URL: <https://rg.ru/2008/10/30/lavrov.html> (дата обращения 19.04.2017)

Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США. В 1950-1960- гг: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны./ Юдина А. М. // Вестник РГГУ – М, 2014. № 1 (140)- с. 95-105

1. Концепция внешней политики РФ от 30 ноября 2016 http://www.mid.ru/foreign\_policy/news/-/asset\_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 [↑](#footnote-ref-1)
2. Nye,J. The future of power (2011), *.* Soft Power. The Means to Success in World Politics (2004), President Bush goes soft (2005) [↑](#footnote-ref-2)
3. А. М. Юдина «Джазовая дипломатия» США. В 1950-1960- гг: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны. – М,: 2014 Вестник РГГУ № 1 (140 [↑](#footnote-ref-3)
4. Почепцов Г. Феномен советской пропаганды №9 (297) 20.07.2015 Научно-культурологический журнал <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=4326&level1=main&level2=articles> [↑](#footnote-ref-4)
5. Силина Л. Внешнеполитическая пропаганда в СССР в 1945-1985 гг. (по материалам отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП (б)- КПСС) М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН)- 2011. [↑](#footnote-ref-5)
6. Цветкова Н.А . Программы Web 2&0 в публичной дипломатии США [↑](#footnote-ref-6)
7. Boulding K.E The Image: Knowledge of life in society, Ann Arbor University of Michigan Press 1956. [↑](#footnote-ref-7)
8. Галумов Э.А. Имидж против имиджа.-М.,-2005- с.372 [↑](#footnote-ref-8)
9. Boulding K.E. The Image: Knowledge of life in society/ Boulding K.E. //Ann Arbor University of Michigan Press- 1956. №48- С. 20 [↑](#footnote-ref-9)
10. Большой энциклопедический словарь /Под ред. Прохоров А.М.- СПб: Изд-во: Норинт. 2005.- С. 267 [↑](#footnote-ref-10)
11. Галумов Э.А. Имидж против имиджа/ Галумов Э.А. –М.: Известия, 2005- С.255 [↑](#footnote-ref-11)
12. Nye J.Soft Power. The Means to Success in World Politics/ Nye J. *-* N.Y.,2004.-С. 174   [↑](#footnote-ref-12)
13. Nye,J. The future of power./ Nye,J. -New York: Public Affairs, 2011- С. 18 [↑](#footnote-ref-13)
14. Най Дж.С., Оуэнс У.А Главная сила Америки — ее информационные возможности/ Най Дж.С., Оуэнс У.А URL: http://www.infousa.ru/information/gjcom6.htm.  (дата обращения 16.04.2017) [↑](#footnote-ref-14)
15. Heckscher A*.* The Arts and the National Government: Report to the President//Senate Document No. 28. 88th Congress, 1st Session. Washington, DC: US Government  Printing Office- 1963. - С. 1.   [↑](#footnote-ref-15)
16. Cull Nicolas J. «Public Diplomacy» before Guillion: the evolution of a phrase/ Cull Nicolas J. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (дата обращения 19.04.2017) [↑](#footnote-ref-16)
17. Nye Joseph S. President Bush goes soft / Nye Joseph S. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/president-bush-goes-soft?barrier=accessreg> (дата обращения 19.04.2017) [↑](#footnote-ref-17)
18. Харкевич М.В. «Мягкая сила»: политическое использование научной концепции/ Харкевич М.В.// Вестник МГИМО.- 2014. №2 (35).-С. 25 [↑](#footnote-ref-18)
19. Шестаков Е. Мягкая сила / Шестаков Е. //Российская Газета № 4783 URL: <https://rg.ru/2008/10/30/lavrov.html> (дата обращения 19.04.2017) [↑](#footnote-ref-19)
20. Путин В.В. Россия и меняющийся мир/В.В. Путин URL: <http://www.mn.ru/politics/78738> [↑](#footnote-ref-20)
21. Там же [↑](#footnote-ref-21)
22. Филимонов Г. Ю., Цатурян С.А. «Мягкая сила» как форма непрямой аппликации «национального интереса»/ Филимонов Г. Ю., Цатурян С.А. //Вестник Российского Университета Дружбы народов. –2012. №2 -С. 27 [↑](#footnote-ref-22)
23. Цатурян С.А. Общественная дипломатия США в новом информационном столетии/ Цатурян С.А. // США v Канада: экономика, политика, культура. – 2010. №8- С. 106 [↑](#footnote-ref-23)
24. Мирошников С.Н. Перестройка администрацией Д. Эйзенхауэра механизма проведения информационно-психологической борьбы со странами социалистического лагеря/ Мирошников С.Н.// Вестник Томского государственного университета. История.- 2014 №4 (30)-С. 59 [↑](#footnote-ref-24)
25. Юдина А. М. «Джазовая дипломатия» США. В 1950-1960- гг.: из опыта использования американской «мягкой силы» в эпоху холодной войны/ Юдина А. М. // Вестник РГГУ.- 2014. № 1 (140).- С.100 [↑](#footnote-ref-25)
26. Fulbright Fact Sheet URL: <https://eca.state.gov/files/bureau/fulbright_fact_sheet_2.pdf> (дата обращения 20.04.2017) [↑](#footnote-ref-26)
27. Uttaro R. A. The Voices of America in International Radio Propaganda/ Uttaro R. A.// Law and Contemporary Problems.-1982. No 4. –C. 112. [↑](#footnote-ref-27)
28. Почепцов Г. Феномен советской пропаганды/ Почепцов Г. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=4326&level1=main&level2=articles> (дата обращения 18.04.2017) [↑](#footnote-ref-28)
29. Сайт Коммунистический Интернационал URL: <http://www.komintern-online.ru> (дата обращения 19.04.2017) [↑](#footnote-ref-29)
30. Буллок А. Гитлер и Сталин. Жизнь и властью/ Буллок А. –Смоленск: Русич, 1994, Т.2 –С. 199 [↑](#footnote-ref-30)
31. Чогандарян М. Г. Методы, способы и приемы советской пропаганды в 1920-30-е гг. ХХ в./ Чогандарян М. Г.//Научный журнал: Теория и практика общественного развития.- 2013. № 4- С. 181 [↑](#footnote-ref-31)
32. Устав Союза советских обществ дружбы и культурных связей с зарубежными странами М. 1958. [↑](#footnote-ref-32)
33. Силина Л. Внешнеполитическая пропаганда в СССР в 1945-1985 гг. (по материалам отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП (б)- КПСС)/ Силина Л. // Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН)- М. 2011. [↑](#footnote-ref-33)
34. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии/ Кононенко Б.И –М.: Вече. 2003. –С. 149 [↑](#footnote-ref-34)
35. James Truslow Adams The Epic of America / James Truslow URL: <http://www.loc.gov/teachers/classroommaterials/lessons/american-dream/students/thedream.html> (дата обращения 18.04.2017) [↑](#footnote-ref-35)
36. Логинов А.Л. Мифологическая составляющая концепта «The American dream»/ Логинов А.Л. //Вестник нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. №1(2).- С. 141 [↑](#footnote-ref-36)
37. Campbell J. The Power of Myth./ Campbell J.- New York: Doubleday, 1988.- С. 176 [↑](#footnote-ref-37)
38. Берёзкин Ю.Е. Мифы заселяют Америку./ Берёзкин Ю.Е. -М.: Правда, 2007. С. 278 [↑](#footnote-ref-38)
39. Емельянов С.А. Феноменология русской идеи и американской мечты. / Емельянов С.А. //Общество.Среда. Развитие (Terra Humana) – 2009. №3.- С. 62 [↑](#footnote-ref-39)
40. Nye J. Soft power/ Nye J. - New York: Public Affairs, 2004- С. 159 [↑](#footnote-ref-40)
41. Friedman U. «American Exceptionalism”: a short history/ Friedman U. URL: <http://foreignpolicy.com/2012/06/18/american-exceptionalism-a-short-history/> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-41)
42. Mccoy T. How Joseph Stalin Invented American Exceptionalism / Mccoy T. URL: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2012/03/how-joseph-stalin-invented-american-exceptionalism/254534/> (дата обращения 17.04.2017) [↑](#footnote-ref-42)
43. Remarks by the President in Address to the Nation on Syria 10.09.2013//Office of the Press Secretary URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2013/09/10/remarks-president-address-nation-Syria> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-43)
44. Путин В.В. A plea for caution from Russia/ Путин В.В. URL: <http://www.nytimes.com/2013/09/12/opinion/putin-plea-for-caution-from-russia-on-syria.html?hp&_r=0> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-44)
45. Malbank D. What American have to say to Putin / Malbank D. URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/dana-milbank-what-americans-have-to-say-to-putin/2013/09/12/e6952c36-1be9-11e3-a628-7e6dde8f889d_story.html?utm_term=.9727c0fcbe98> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-45)
46. Аксаков К.С. Записка «О внутреннем состоянии России», предоставленная Государю Императору Александру II // Аксаков К. С, Аксаков И. С Избранные труды / [сост., авторы вступ. ст. и коммент. A.A. Ширинянц, A.B. Мырикова, Е.Б. Фурсова]. -- М.: (РОССПЭН), 2010. С.230 227--251 [↑](#footnote-ref-46)
47. Третья программа КПСС URL: <http://leftinmsu.narod.ru/polit_files/books/III_program_KPSS_files/III_program_KPSS.htm> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-47)
48. Гудков Л.Д Перерождение «советского человека»/ Гудков Л.Д. // Научный альманах «Одиссей: Человек в истории»- 2007. №1-С. 356 [↑](#footnote-ref-48)
49. Анненков Н.В. О российском менталитете в ситуации нестабильности/ Анненков Н.В. // Вестник ФА- 2008. №1.- С. 98 [↑](#footnote-ref-49)
50. Волков Ю.Г. Идеология гуманизма в становлении российской идентичности/ Волков Ю.Г. // Социально- гуманитарные знания. - 2006. № 2. - С. 11. [↑](#footnote-ref-50)
51. Стенограмма встречи В.В. Путина с активом Клуба лидеров 3.02.2016 URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/51263> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-51)
52. Кочетков В.В. Психология межкультурных различий./ Кочетков В.В //Учебник для ВУЗов – М; ПЕР СЭ, 2001. – С. 196 [↑](#footnote-ref-52)
53. Гаджиев К. С. Геополитика: учебник/ Гаджиев К. С. - 4-е изд., перераб. и доп.- М.: Юрайт, 2011- С. 135 [↑](#footnote-ref-53)
54. Encyclopedia of the Social Sciences 2008 URL: <http://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/national-interest> (дата обращения 13.04.2017) [↑](#footnote-ref-54)
55. Pillar Paul R. American Interests, Russian Interests / Pillar Paul R. URL: <http://nationalinterest.org/feature/american-interests-russian-interests-18622> (дата обращения 16.04.2017) [↑](#footnote-ref-55)
56. National security strategy February 2015 URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/docs/2015_national_security_strategy.pdf> (дата обращения16.04.2017) [↑](#footnote-ref-56)
57. Концепция внешней политики РФ (утвержденная Президентом Российской Федерации В.В. Путиным)от 30.11. 2016 // URL: <http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248> (дата обращения 17.04.2017) [↑](#footnote-ref-57)
58. National security strategy February 2015// National security strategy archive URL: <http://nssarchive.us> (дата обращения 17.04.2017) [↑](#footnote-ref-58)
59. Концепция внешней политики РФ (утвержденная Президентом Российской Федерации В.В. Путиным)от 30.11. 2016 // URL: <http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248> (дата обращения 17.04.2017) [↑](#footnote-ref-59)
60. Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом от 3.11.2015 <http://kremlin.ru/acts/news/50644#sel=19:1,19:47;21:21,21:57;22:42,22:46;27:1,29:11;31:1,32:29;47:51,48:41;49:1,49:25;50:1,51:28;52:1,54:12;55:1,57:20;81:14,81:27;86:1,86:18;87:15,87:21;91:2,91:24;91:37,91:38> (дата обращения 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-60)
61. Указ Президента об установлении Дня русского языка-6 июня от 06.06.2011 URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/11481> (дата обращения 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-61)
62. День русского языка отметили в Вашингтоне 05.06.2014 // Риа Новости URL: <http://ria.ru/culture/20140605/1010759125.html> (дата обращения 15. 04. 2017) [↑](#footnote-ref-62)
63. Устав Международного союза общественных объединений «Международный Совет российских соотечественников» октябрь 2001 URL: <http://www.msrs.ru/docu> (дата обращения 15.04.2017) [↑](#footnote-ref-63)
64. Гапеев А. Russia Today из предпоследнего вагона 8.06.2005 Lenta.ru // URL: <https://lenta.ru/articles/2005/06/08/rttv/> (дата обращения 15.04.2017) [↑](#footnote-ref-64)
65. Кубышкин А.И. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США: учебное пособие/ Кубышкин А.И. Цветкова Н.А. //Аспект пресс,-М.,- 2013- С. 59 [↑](#footnote-ref-65)
66. Цветкова Н.А . Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США/ Цветкова Н.А// Журнал США и Канада: экономика, политика, культура .- 2011. №3 С. 110 [↑](#footnote-ref-66)
67. Сайт Digital Outreach Team URL: <https://www.counterextremism.org/resources/details/id/410/digital-outreach-team-dot> (дата обращения 03.05.2017) [↑](#footnote-ref-67)
68. Сайт Агентства по международному сотрудничеству (USAID) // <https://www.usaid.gov/who-we-are> (дата обращения 03.05.2017) [↑](#footnote-ref-68)
69. Сайт Broadcasting Board of Governors URL: <https://www.bbg.gov> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-69)
70. Сайт Eurasia Fondation URL: <http://www.eurasia.org/Mission> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-70)
71. Сайт Open society foundations URL: <https://www.opensocietyfoundations.org> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-71)
72. Сайт MacArthur Foundation

    URL: <https://www.macfound.org/programs/100change/strategy/> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-72)
73. Основные направления политики РФ в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества от 18.10.2010 // Архив Министерства Иностранных дел URL: <http://archive.mid.ru/bdomp/ns-osndoc.nsf/e2f289bea62097f9c325787a0034c255/fd3aa5ccb0c5f96b442579ec004ec849!OpenDocument> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-73)
74. Отчет о деятельности департамента Международного сотрудничества Министерства культуры России на 2014 год. //Министерство

    <http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2014/PREZ-MKult-INO.pdf> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-74)
75. The Days of Russian Culture at Expo Milan 2015 from September 24 to 29 URL:

    <http://www.expo2015.org/archive/en/the-days-of-russian-culture-at--expo-milano-2015--from-september-24-to-29.html> (дата обращения 23.04.2017) [↑](#footnote-ref-75)
76. Фонд «Русский мир» URL : <http://russkiymir.ru/fund/> (дата обращения 21.04.2017 ) [↑](#footnote-ref-76)
77. Сайт Россотрудничество URL : <http://95.163.77.90/about#история> (дата обращения 21.04.2017) [↑](#footnote-ref-77)
78. Доклад о результатах деятельности Россотрудничества по реализации возложенных на него полномочий за 2016 г. URL : <http://rs.gov.ru/ru/pages/389> (дата обращения 21.04.2017 ) [↑](#footnote-ref-78)
79. Устав международного комитета славистов.

    URL : <http://www.fil.bg.ac.rs/wp-content/uploads/centri/mks/statut/Ustav-MKS.pdf> (дата обращения 21.04.2017) [↑](#footnote-ref-79)
80. Устав Фонда сотрудничества с русскоязычной зарубежной прессой 2014 // URL : <http://warp.pro/data/Files/File/3.pdf> (дата обращения 21.04.2017) [↑](#footnote-ref-80)
81. Распоряжение Президента РФ от 2. 02.2010 «О создании Фонда поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова» URL : <http://www.kremlin.ru/acts/bank/30577> (дата обращения 21.04.2017) [↑](#footnote-ref-81)
82. О «Валдае» URL : <http://ru.valdaiclub.com/about/valdai/> (дата обращения 21.04.2017) [↑](#footnote-ref-82)