САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Магистерская программа "История Международных отношений XX-XXI веках"

Соколов Алексей Константинович

Публичная дипломатия Российской Федерации в период с 1992 по 2014 (Эволюция отношений с Европейским союзом)

 Public diplomacy of Russian Federation in 1992 to 2014 (Evolution relationship with European Union)

 Диссертация

на соискание степени магистра

по направлению 031900 - «Международные отношения»

 Научный руководитель –

доктор политических наук,

профессор С.М. Виноградова

Студент:

 Научный руководитель:

Работа представлена на кафедру

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 2017

Заведующий кафедрой:

Оглавление

[Введение 3](#_Toc483242142)

[Глава 1. Теоретические особенности исследования феномена «публичной дипломатии» в политической науке. 7](#_Toc483242143)

[Параграф 1.1. Эволюция дипломатических действий в контексте микрополитических процессов. 7](#_Toc483242144)

[Параграф 1.2. Историография публичной дипломатии 15](#_Toc483242145)

[Параграф 1.3 Инструменты публичной дипломатии 21](#_Toc483242146)

[Глава 2. Становление и развитие программ и механизма публичной дипломатии на примере США. 28](#_Toc483242147)

[Параграф 2.1 Программы и их роль в организации функционирования механизмов публичной дипломатии. 28](#_Toc483242148)

[Параграф 2.2 Механизмы современной публичной дипломатии. 43](#_Toc483242149)

[Глава 3: Публичная дипломатия РФ 64](#_Toc483242150)

[Параграф 3.1 Особенности публичной дипломатии РФ 64](#_Toc483242151)

[Параграф 3.2 Основные направления деятельности публичной дипломатии РФ 71](#_Toc483242152)

[Параграф 3.3 Модель публичной дипломатии России 76](#_Toc483242153)

[Параграф 3.4 Публичная дипломатия РФ в отношениях с ЕС 81](#_Toc483242154)

[Параграф 3.5. Публичная дипломатия РФ в период с 1992 по 2014. 84](#_Toc483242155)

[Заключение 89](#_Toc483242156)

[Список используемых источников и литературы 91](#_Toc483242157)

##

## Введение

Дипломатия как вид деятельности уходит своими корнями в далекие времена. Описание древнейшей истории дипломатии мы можем найти у английского дипломата и историка дипломатии Г.Никольсона1

Современная дипломатия (назначение постоянных послов) зарождается в среде итальянских городов-государств в XIII-XIV веках. И до конца XVIII века внешней политикой занимался узкий круг людей, связанных между собой европейской культурой и родственными узами. Часто члены одной семьи служили разным государствам. Кроме этого, существовала практика смены страны и места службы в личных целях. Важное значение для упорядочивания дипломатической деятельности и ее профессионализации сыграл Венский конгресс 1815 г. На нем дипломатия была признана особым видом государственной деятельности и были установлены категории дипломатических представителей.

**Актуальность** исследования обусловлена тем, что в ХХ веке происходят серьезные изменения в дипломатической практике. К этим изменениям относятся:

Во-первых, постепенный отказ от политики тайной дипломатии и переход к открытой (демократической) дипломатии. Данные изменения состояли в следующем: во-первых, в соответствии со статусом (уставом) Лиги Наций все договоры между ее членами должны были регистрироваться в ее секретариате. Сходное положение содержится и в Уставе ООН (статья102).

 Во-вторых, была установлена практика ратификации наиболее важных внешнеполитических документов в парламенте стран. В настоящее время практика ратификации важных международных договоренностей в парламенте стала устоявшей традицией практически во всех странах.

В-третьих, произошло относительное снижение роли и посольств и послов. Если в XIX и начале XX веков посольства были не многочисленны, и посол выполнял множество функций собственноручно, то сегодня, хотя посол остается во многом универсальной фигурой, штат посольств во многом расширился. В него входят пресс-атташе, торговый атташе, военный атташе, консул, разведслужбы и другие. Увеличение штатной численности посольства – это результат, связанный с увеличением объема и сложности международных взаимодействий в настоящий период.

Парадигмой настоящего времени является то, что, несмотря на рост профессионализма дипломатов, их роль в переговорах с иностранным партнером становится меньше. Значительный массив работы посольств переносится либо в международные организации, где есть представители от соответствующих государств, либо на эпизодические встречи первых лиц государств или их полномочных представителей. Это связано: во-первых, с активным развитием всех средств коммуникаций, что облегчает непосредственное общение политиков высших рангов разных стран и, во-вторых, с усложнением и глобализаций проблем мировой политики и международного развития.

В-четвертых, несмотря на сохранение статуса двусторонней дипломатии, преобладающее значение в ХХ, а особенно в XXI веке стала играть многосторонняя дипломатия. Причины усиления роли многосторонней дипломатии связаны, прежде всего, с ростом числа глобальных проблем, требующих совместного обсуждения и решения.

Формы многосторонней дипломатии многообразны. Это деятельность ООН и других межправительственных организаций, международные конференции, форумы, в том числе и неформальные (экономический форум в Давосе, Санкт-Петербурге и др.).

В-пятых – возрастание роли неформальной дипломатии, связанной, прежде всего, с таким понятием, как публичная дипломатия[[1]](#footnote-1).

Даже краткий исторический анализ произошедших изменений в дипломатический практике свидетельствует о том, что наиболее сложной проблемой в практической деятельности дипломатии является проведение эффективной публичной дипломатической работы государства.

В последнее время в России все больше говорят и пишут о необходимости активизации общественной или публичной дипломатии. Такую задачу ставит и руководство страны. Немаловажно, что в подписанном уже в день вступления в должность Президента России указ «О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации В. В. Путин призвал «в интересах повышения результативности российской внешней политики эффективнее использовать ресурс публичной дипломатии вовлекать гражданское общество во внешнеполитический процесс…».[[2]](#footnote-2)

Несмотря на общее признание необходимости усилить роль публичной дипломатии, взгляды на цель этого усиления среди политиков и экспертов разнятся.

В целом здесь можно выделить две точки зрения. Одни принимают публичную дипломатию, как более активное и умелое использование современных средств PR и механизмов, наработанных неправительственными организациями (НПО), для продвижения и популяризации целей государственной политики.

Другие считают, что задача НПО, занимающихся публичной дипломатией – не обслуживание государства, но осуществление непосредственных связей с гражданским обществом других стран с целью углубления взаимопонимания между народами.

В данной работе использовались действующие документы МИД РФ по направлению «стратегические коммуникации», а также документы, анализирующие деятельность департаментов МИД в сфере продвижения и популяризации «Русского мира». В данных документах анализируется эффективность проведения программ публичной дипломатии на различные регионы мира. Нельзя не отметить, что особая эффективность данные программы имеют на постсоветское пространство, так как русскоговорящего населения там значительно больше чем в других регионах.

Анализ используемых источников литературы определил **теоретическую и методологическую основу** данного диплома.

**Объектом** данного исследования выступают участники современной дипломатии, т.е. государства и негосударственные акторы.

**Предметом** исследования являются существующие механизмы сотрудничества в рамках современной публичной дипломатии РФ.

**Цель** исследования - изучение особенностей организации и проведения сотрудничества РФ с другими государствами и негосударственными акторами в контексте публичной дипломатии.

**Задачи** исследования:

1. Выявление основных вех истории появление и эволюция публичной дипломатии, ее целей, средств и круга участников.

2. Определение понятия «публичная дипломатия», выявление отличительных особенностей и современных черт, новой публичной дипломатии.

3. Научная характеристика национальных моделей публичной дипломатии России.

4. Оценка существующих инструментов российской публичной дипломатии.

5. Определение отличительных черт публичной дипломатии в период с 1992 по 2014 года.

**Новизна** работы заключается в том, что в ней на примере взаимодействия РФ и ЕС дана развернутая характеристика механизмов, используемых мировой и отечественной дипломатией в контексте изменений международной жизни.

Работа состоит из введения, заключения, 3 глав и списка использованных источников и литературы.

## Глава 1. Теоретические особенности исследования феномена «публичной дипломатии» в политической науке.

## Параграф 1.1. Эволюция дипломатических действий в контексте микрополитических процессов.

В век информационных технологий, когда информация является неотъемлемой частью внешней политики государств, появляется необходимость в увеличении эффективности и активизации публичной и общественной дипломатии. В Российской Федерации за последние несколько лет увеличилось количество документов и дискуссий, посвященных публичной дипломатии. Например, в указе Президента «О мерах реализации внешнеполитического курса Российской Федерации» В. В. Путин заявил, что «в интересах повышения результативности российской внешней политики эффективнее использовать ресурс публичной дипломатии, вовлекать гражданское общество во внешнеполитический процесс…»[[3]](#footnote-3).

В данном документе отдельным пунктом обозначена необходимость «укреплять взаимодействие с неправительственными организациями внешнеполитической направленности, содействовать их широкому участию в деятельности мировых экспертно-политологических диалоговых форумов, в международном гуманитарном сотрудничестве, совершенствовать информационное сопровождение внешнеполитической деятельности в интересах объективного восприятия Российской Федерации на международной арене.»[[4]](#footnote-4)

Соглашаясь с важностью публичной дипломатии во внешнеполитической деятельности государства, понимание цели данного усиления у экспертов и политиков различны. Данные взгляды можно разделить на две основные группы.

К первой группе можно отнести восприятие публичной дипломатии как использование современных PR-систем и механизмов для реализаций целей внешней политики. Различием со второй группой является понимание роли НПО. Представители второй группы считают, что НПО выполняют рол посредника между государством и целевой аудиторией для улучшения взаимопонимания наций.

На современном этапе главной причиной разногласия является различие в понимании термина. Для многих исследователей термины публичная дипломатия и общественная дипломатия являются разными по значению терминами, однако же оба этих термина являются переводом с английского «public diplomacy».

Впоследствии термин «публичная дипломатия» обозначал «открытость в дипломатической деятельности». «Публичная дипломатия» в XX в. стала пониматься как дипломатия национальных государств.

 В эпоху, когда именно «нации» (во французском понимании), то есть народы, пришли на смену монархам в качестве источника суверенитета, дипломатическая деятельность должна стать открытой, в отличие от старой, основанной на тайных переговорах и сделках между феодальными владыками.»[[5]](#footnote-5)

Наибольшую популярность данное понимание термина можно отнести к периоду первой мировой войны, когда на международной арене появился новый актор, а именно народные массы и политические партии. В данный период увеличивается значение общественного мнения и образа государства в глазах зарубежной аудитории. «На повестку дня встала задача формирования благоприятного образа собственной страны и отношения к ее внешней политике в других государствах, в том числе с учетом возрастающего воздействия на массовую аудиторию современных СМИ (радио и телевидение) и кино. В период «холодной войны» эта задача в основном трактовалась как необходимость воздействия на иностранное общественное мнение силами и средствами государственной пропаганды.»[[6]](#footnote-6) Таким образом изменяется суть публичной дипломатии, новой линией стала линия государство - зарубежная аудитория. Увеличилась значимость изучения зарубежного общества и необходимость специалистов по конкретным регионам на государственной службе.

«Долгие годы столпами дипломатии считались военная и экономическая мощь, взятые либо в сочетании, либо по отдельности. Они и сегодня выполняют эту роль, но усилившееся в последнее время влияние народных масс на правительства, некоторые внешнеполитические цели могут быть достигнуты путем прямого взаимодействия с народами иностранных государств, а не их правительствами.»[[7]](#footnote-7)

На современном этапе, благодаря прогрессу в сфере коммуникаций, появилась возможность более детально ориентировать информацию и точнее выбирать целевую аудиторию, а также направлять пакеты информации крупным или влиятельным слоям общества информируя их в необходимом ключе и манипулировать их мнением. В терминологии периода середины ХХ века в СССР появляется новый аналог термина публичной дипломатии – «народная дипломатия». Отличием народной дипломатии от публичной заключалось в использовании искусственно созданных общественных структур вместо НПО.

К середине ХХ века публичная дипломатия, благодаря широкому применению радиовещания и телевиденья, публичная дипломатия стала применяться для ведения культурной политики и зачастую пропаганды. Термин «публичная дипломатия» стал применяться к правительственной деятельности в сфере информации. В 1953 году У. Липпман, известный эксперт и общественный деятель, соединил 3 понятия - публичная дипломатия, пропаганда и психологические операции — в термин «публичная дипломатия». В 1965 г Э. Гуллион создал свое определение публичной дипломатии: «Публичная дипломатия оказывает влияние на отношение зарубежной целевой аудитории к внешней политике; она взращивает общественное мнение в других странах; она устанавливает коммуникацию между дипломатами и журналистами; и она создает межкультурную коммуникацию»[[8]](#footnote-8).

Однако в последующие года термин публичная дипломатия в научной и практической сфере деятельности не использовался, даже при наличии при президенте США «комиссии по публичной дипломатии». Определение «публичной дипломатии», данное Э. Гуллионом, давало возможность для интерпретации понимания термина в области образования, культуры и информации. Восприятие публичной дипломатии через интерпретацию культурной дипломатии доминировал во внешней политике США, вследствие того, что многими деятелями публичная дипломатия вызывала ассоциацию с пропагандой и СССР. В период холодной войны в Европе шло противостояние советизации и американизации, процесс который подразумевал замену ценностей и изменения позиции общества к одному из полюсов.

В США многие эксперты настаивали на жестком разграничении между информационной деятельностью и образовательными программами. В итоге термин «публичная дипломатия» практически вышел из использования, а термин «культурная дипломатия» получил наибольшую популярность. Именно он, последний термин, использовался для определения деятельности Отдела в области культуры и образования Госдепартамента.

Исходя из определения можно определить субъектов деятельности публичной дипломатии:

1. Государства
2. Частные группы интересов
3. СМИ и журналисты
4. Участники межкультурных коммуникаций

«Завершение «холодной войны» привело к снижению внимания государств к публичной дипломатии как внешнеполитическому инструменту. Это выразилось как в понижении статуса (или даже расформировании) соответствующих ведомств, так и в значительном сокращении финансировании. Информационное Агентство США в период своего расцвета в 1960-е гг. насчитывало свыше 12 тысяч сотрудников, в 1994 г. – уже около 9 тысяч, а незадолго до расформирования ведомства и включения его подразделений в состав Государственного Департамента – лишь чуть более 6700 сотрудников.»[[9]](#footnote-9)

Появление в 1990 г. разработанной Джозефом Наем концепции «мягкой силы» (soft power)[[10]](#footnote-10) являлось результатом анализа деятельности внешнеполитических ведомств США в период «холодной войны», в ходе которой уже существовало информационное противостояние и впервые информация использовалась как оружие достижения целей государства, примером могут служить войны США на Евразии, и оказалось неким противовесом в понижении деятельности публичной дипломатии. Концепция Дж. Ная не привносила ничего нового в науку, а лишь описывало уже существующие аспекты, однако до этого они не имели общего академического понимания.

Итогом распространения его концепции стало понимание возможности реализации желаемого не через использование силы и подкупов, а посредством благоприятного восприятия актора. Его концепция стала важной частью фундамента публичной дипломатии. В контексте концепции мягкой силы публичная дипломатия становится способом улучшения привлекательности государства, имиджа и авторитета. Согласно мнению Дж. Ная, публичная дипломатия является одним из наиболее эффективных способов наращивания потенциала и эффективности мягкой силы. Основная сила в её реализации лежит в информационном ресурсе государства и контролю за информационными потоками. Главной задачей публичной дипломатии является создание возможности для долговременных взаимоотношений и создания благоприятных условий для внешней политики в конкретном регионе. Таким образом публичная дипломатия не является очередной рекламной компанией, её цели более глобальны.

На современном этапе восприятие публичной дипломатии изменилось, сейчас данный термин воспринимается как «действия, направленные на строительство долгосрочных отношений, защиту целей национальной внешней политики и лучшего понимания ценностей и институтов собственного государства за рубежом. Публичная дипломатия продвигает национальные интересы и обеспечивает национальную безопасность путем изучения настроений иностранного общественного мнения, информирования его и воздействия на тех, кто это мнение формирует. Публичная дипломатия в основном нацелена на массовую аудиторию.»[[11]](#footnote-11)

В начале нового тысячелетия после событий 11 сентября 2001 года публичная дипломатия начинает использоваться как средство предотвращения угроз национальной безопасности.

В XXI веке произошло динамическое развитие теории публичной дипломатии. В контексте теории международных отношений публичная дипломатия рассматривается через призму мягкой силы, вследствие того, что эффективное взаимодействие с зарубежной аудиторией увеличивает возможности государства вилять на предпочтения реципиентов и определять их действия в определённых случаях.

Информационно-технологический прогресс привел к изменению формы и скорости коммуникации. Распространение интернета дало импульс глобализации и фактическому размытию границ между внутригосударственными и международными СМИ. Фактически исчезает языковой барьер, увеличивается количество языков используемые СМИ. Так же интернет создал возможность распространения информации между жителями разных регионов мира. В результате этого государственная монополия на коммуникацию фактически исчезла.

Интернет стал новым полем деятельности публичной дипломатии. Активные действия в отношении сотрудничества привели к вовлечению новых акторов к деятельности на международной арене, данный процесс назвали «новой публичной дипломатией». Данный термин обозначает изменение уровня взаимоотношения и целей. «Новая публичная дипломатия» ориентирована на взаимоотношение между обществами разных государств, давая благоприятную почву для реализации взаимоотношений государств и негосударственных акторов.

На современном этапе возрастает роль индивида в информационной среде, появляется новая прослойка пользователей, работы которых являются не менее популярными, чем документы, выпускаемые СМИ с многолетней историей. Данный факт оказывает влияние и на публичную дипломатию. К примеру в современной публичной дипломатии США все более популярно воздействие или подкуп группы лидеров. Лидером в данном контексте служит индивид-блогер, являющийся авторитетом для большого круга лиц и его слова воспринимаются как факт.

Другим же уровнем коммуникации является взаимодействие между представителями государства и общественностью. Однако в обоих вариантах основными действующими лицами служат индивиды и их общение носит двусторонний характер. Следующим важным аспектом является роль знаменитостей в формировании общественного мнения, немаловажно их участие в общественной деятельности и всестороннем представлении своего государства. Фактически знаменитости на современном этапе занимаются пропагандой определённых аспектов спонсируемых правительством государства.

Таким образом, изменения в теоретической базе публичной дипломатии не внесли огромного изменения в реализации внешнеполитических целей. Государство остаётся основным актором международных отношений, и, тем не менее, изменяются инструменты публичной дипломатии, т.к. расширяется круг акторов. Данная эволюция публичной дипломатии является важным аспектом успеха коммуникации между акторами международных отношений.

## Параграф 1.2. Историография публичной дипломатии

Появление программ в области информации, культуры и образования, используемые во внешней политике государств и обычно определяемые термином публичная дипломатия, переживают сегодня новый виток развития и внимания со стороны правительства и ученых.

Такое положение вещей вызвано несколькими факторами. Наиболее важный из них – это признание всеми государствами того факта, что умелое и активное использование программ публичной дипломатии может обеспечить реализацию внешнеполитических задач.

 Вторым фактором новой волны внимания и развития публичной дипломатии стало широкое распространение новых научных концепций в данной сфере, которые приобрели популярность не только в академическом сообществе, но и среди политиков и журналистов. Новые концепции мягкой силы, бренда нации и пр. стали основой для обобщения и переосмысления исторического опыта реализации публичной дипломатии, а также для дискуссий о развитии современной публичной дипломатии разных стран.

 Третьим фактором актуализации данного дипломатического инструмента является идеологическая война, которая развернулась между США и исламским фундаментализмом в странах Ближнего Востока. После 11 сентября 2001 года США вернули программы публичной дипломатии в актив внешней политики для расширения влияния и улучшения своего имиджи в данном регионе.

Четвертым фактором, оказывающим влияние на развитие внимания к публичной дипломатии, стали события, вязанные государственным переворотом, произошедшим на Украине, изменениями в геополитических процессах, связанных с воссоединением Крыма с Россией, событиями, происходящими на Ближнем Востоке, и активизацией деятельности России в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Теоретическое осмысление публичной дипломатии началось примерно в конце 1950-х годов – начале 1960 гг., когда накопился определенный эмпирический материал о действиях правительства США в данной сфере. Тогда дискурс о внешней культурной политике или о культурной дипломатии доминировал среди ученых-историков. Начиная с конца 1950-х гг., историческая наука исследует исторические предпосылки, внешнеполитические цели и стратегию публичной дипломатии.

 Исследователи данного направления, как правило, оперируют такими понятиями как «внешняя культурная политика», «культурная дипломатия», «народная дипломатия» для анализа проектов США в области культуры, образования, информации, спорта и т.д.

В 1960-19890-е гг. к изучению американской культурной дипломатии присоединились специалисты в области культурологии и антропологии. Ученые данного направления изучают вопрос о конечных результатах программ публичной дипломатии. «Получатели» программ, т.е. зарубежные государства и общества, являются основным объектом исследования. Сторонники данного подхода используют в своих исследованиях такие концепты, как «культурный империализм», «американизация» и «взаимный культурный обмен».

Сторонники данного направления считают, что информация, культура и образование США проникают в зарубежное общество и оказывают на него существенное влияние, трансформируя политическую, экономическую и социальную систему государства. У этой концепции имеется как большое количество сторонников, так и противников.

В 1990-2000-е гг. политология и наука о международных отношениях сделала свой вклад в теоретическое осмысление природы публичной дипломатии. Специалисты в этих отраслях науки при рассмотрении понятий публичная дипломатия в своих эмпирических рассуждениях опираются на такие известные теории как неолиберализм и конструктивизм.

Сформулированное гарвардским политологом Джозефом Наем[[12]](#footnote-12) положение об эффективности «мягкой мощи» во внешней политике государств становится все более особенно актуальным. Об этом свидетельствует внешняя политика, проводимая администрацией президента США Б Обамы При этом сама формулировка «мягкая сила» - собирательный символ, отражающий сугубо американское мировоззрение и подходы США к пониманию специфики невоенных компонентов внешнеполитической мощи государства.

 Совместно Р.Кохеном[[13]](#footnote-13) Най закладывает теоретические основы неолиберального институционализма, констатируя возросшее влияние неправительственных организаций на мировую политику. В рамках этой системы координат движущей силой истории предстают транснациональные

промышленные и банковские корпорации, форсирующие, по мнению этих авторов, взаимозависимость всех стран-участниц международного общения.

Теория конструктивизма привнесла новые идеи в понимание публичной дипломатии США. Публичная дипломатия стала рассматриваться конструктивистами как средство понимания «иной» культуры, традиций «других», что приводить к формированию более гуманных отношений между людьми и государствами.

Если неолиберальная концепция Дж. Ная о «мягкой силе» утверждает, что передача социального поведения, норм международного права от государства к государству способна гармонировать международные отношения или сделать их более предсказуемыми, то сторонники конструктивизма отмечают, что каждое из государств имеет собственное восприятие мира, отличное от других культур и ценностей, и в этом разнообразии кроется основа для создания стабильного мира и отношений. Основное усилие – стремление понять «других» без отрицания их права на собственную идентичность. А это понимание достигается через реализацию программ публичной дипломатии.

В 2010-е гг. представители таких областей научного знания как маркетинг и политическая коммуникация стали изучать принципы публичной дипломатии, имиджа и бренда сквозь призму маркетинговых методов продвижения товара.

 Специалисты в области маркетинга полагают, что концепция «национального бренда» объясняет природу современной публичной дипломатии. Соединение публичной дипломатии с маркетингом, а также применение законов последнего в продвижении имиджа государства сделало возможным появление идеи, что имидж правительства и политика его страны – это продукт, который необходимо продать иностранно аудитории. В итоге правительственный имидж стали называть национальным брендом.

Однако нужно констатировать, что в настоящее время теория неолиберализма постепенно уступает место новой концепции, связанной с таким понятием, как политика коммуникации.

Сторонники политической коммуникации утверждают, что публичная дипломатия – это установление прямого диалога между правительством США и лидерами зарубежного общества.

Новое прочтение термина «пропаганда» и понимание публичной дипломатии как краткосрочного информационного механизма стали доминировать среди специалистов. Диалог между США и представителями зарубежного общества через информационные порталы, социальные сети (цифровая дипломатия) создает условия для формирования так называемой стратегической коммуникации.

Данная концепция сегодня вытесняет концепцию о мягкой силе Дж. Ная не только в научных публикациях, но в практике публичной дипломатии США. Сторонники данной концепции утверждают, что идеи Дж. Ная о привлечении зарубежных стран к ценностям США не востребованы в мире, где нарастает напряженность и нужна прямая политическая пропаганда.

Развернутое толкование публичной дипломатии с позиции стратегической коммуникации дано американским экспертом Р. Захарна. Она впервые предложила рассматривать публичную дипломатию как средство так называемой диалоговой пропаганды. Данный тип пропаганды подразумевает установление двухстороннего общения между теми, кто распространяет политическую пропаганду (в данном случае – США), и теми, кто ее принимает в зарубежном обществе.

В отличие от традиционной пропаганды, новая пропагандистская публичная дипломатия – это понимание (диалог), информирование и влияние. Основная цель такой публичной дипломатии – краткосрочные политические кампании, направленные на информирование обеспечение и продвижение внешнеполитических задач в других странах или улучшение политического имиджа государства.[[14]](#footnote-14)

В итоге, как справедливо отмечает в своей статье «Публичная дипломатия США: теории и концепции» кандидат исторических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета Цветкова Н.А., история, международные отношения, политическая коммуникация, культурология и антропология предлагают всем нам определенное число концепций, которые возможно применить к изучению публичной дипломатии и объединить в две большие группы относительного того, как они трактуют отношения между спонсорами или инициаторами программ публичной дипломатии и получателями этих программа в других странах.

Концепции первой группы применимы к изучению целей публичной дипломатии, в то же время концепции второй группы применимы к оценке конечных результатов публичной дипломатии США.

К первой группе мы относим сторонников неолиберализма (мягкая сила), конструктивизма, стратегической коммуникации и брендинга, которые акцентируют свое внимание на деятельности правительств в рамках публичной дипломатии.

Ко второй группе мы относим концепции, которые используют историки, культурологи или антропологи и которые концентрируют свое внимание на изучении реакции получателей программ публичной дипломатии.

## Параграф 1.3 Инструменты публичной дипломатии

Публичная дипломатия как инструмент достижения целей внешней политики своей целевой аудиторией рассматривает зарубежное целевое общество, наибольшим её отличием от других инструментов внешней политики являются не только цели, но и инструменты, используемые для достижения конкретных задач. После создание сети интернет перед акторами международных отношений появились огромные возможности как в способах достижения своих целей, так и в сфере уменьшения затрат на распространение информационного контента среди аудитории. «Сегодня к проведению программ публичной дипломатии привлекается тысячи НПО, представители деловых и академических кругов, деятели культуры и искусства. Заинтересованность привлечения НПО к программам публичной дипломатии объясняется той ролью, которая отводится общественности в современной политике, и формальной независимостью НПО, которые имеют больший кредит доверия у граждан зарубежных стран, нежели государственные учреждения. Особая роль частных лиц и негосударственных организаций во внешней политике США опирается на осознание того, что их отношения с зарубежными партнерами имеют тенденцию продолжаться независимо от межгосударственных отношений.»[[15]](#footnote-15)

На современном этапе наиболее продуктивной является публичная дипломатия США. «В период со второй половины XX века по наше время очевидно усиление культурной экспансии США, что является эффективным орудием реализации внешней политики в руках американского правительства.»[[16]](#footnote-16)

Рассматривая вопрос программ публичной дипломатии, мы подразумеваем её деятельность в нескольких основных направлениях.

Образовательные программы направленные на создание лояльного зарубежного населения для обеспечения поддержки в случае конфликтных ситуаций между акторами МО.

Резким изменением в данном направлении служит террористическое событие начала XXI века. Эти изменения коснулись регионального и смыслового изменения данных программ. Наиболее важным стало обеспечение безопасности государства. В период 2000-2001 гг. проводились исследования под руководством Конгресса США и президента, задачами данного исследования являлось выявление причин провала образовательных программ и того, откуда происходила угроза национальной безопасности. До 2001 года образовательная политика считалась наиболее эффективной программой публичной дипломатии. Госдепартамент неоднократно приводил в пример должности занимаемые выпускниками данных программ в других государствах. Среди них Т. Блэр, М. Тэтчер, Г. Шредер и М. Саакашвили, а также другие являлись участниками правительственных образовательных программ; 80 % членов правительства Саудовской Аравии получили образование в Американских университетах, 75 % парламента в Кении были обучены в США и т.д.

В век технологического прогресса, когда практически всё можно найти в интернете, когда за счёт техники мы можем узнать практически всё о другом конце мира за считанные секунды. Появилась возможность использования СМИ, Интернета и социальных сетей в качестве инструмента имиджевой дипломатии. Рассмотрим наиболее используемые инструменты.

Интернет.

Если интернет, по напоминанию скептиков, был создан для быстрого обмена информацией между частями войск, то WWW(World Wide Web) создавалось с иными функциями. В 1989 г. Т. Бернерс-Ли, сотрудник Европейской лаборатории физики элементарных частит в Женеве, предложил идею создания сети для быстрого обмена идеями и открытиями между исследователями, и эта сеть соединит все информационные ресурсы и создаст возможность к быстрому переходу от одного документа к другому по средством гиперссылок.

По замыслу Бернерса-Ли это должно было дать возможность человеку получить доступ к публикации написанного и прочтению интересующей информации или документации, Бернерс-Ли говорил: "Я хотел, чтобы пользователи могли сами создавать нужные ссылки и документы в любом количестве, не видя при этом кода, форматирующего документ. Это должно было стать новым средством фиксирования текста - возможено, WWW могла бы заменить бумагу. В континууме гипертекста, простирающемся от страницы президента до страницы школьника, люди создавали бы общее поле знаний"[[17]](#footnote-17) Эта проблема была позднее решена созданием нового сервиса Web 2.

На сегодняшний день идея Бернерса-Ли практически воплотилась в реальность. Сейчас мы имеет просто десятки социальных сетей, в которых имеется информация чуть ли не на всех жителей планеты. Такие сети, как "ВКонтакте" стали всё больше использоваться СМИ чтобы показать новости, также используются для показа множества фильмов, которые ещё не поступили в продажу, но на носителях информации уже есть. Интернет стал подобным "миром внутри мира", там есть и правители, преступники, обычные граждане и правоохранители. Бизнесменами этого виртуального мира стали все, кто создал свой сайт, также этот мир стал способом "созданием денег для настоящего мира.

 Также на страницах СМИ появились категории новостей "Интернет" где описываются основные новости интернет мира. Так что касается публичной дипломатии в интернете, то страны тоже имеют свои сайты, конечно, они бесплатны, но на них расписаны ТОЛЬКО хорошие стороны каждой из стран. Сейчас не проблема посмотреть, что твориться на улицах New York, или на Красной площади в Москве или на Дворцовой площади. Интернет стал таких огромным источником информации где можно найти практически всё, где есть практически всё.

Дипломаты сейчас очень зависимы от мнения общественности, а общественность, в свою очередь, в третьем тысячелетии стала создаваться на основе интернет-общественности, мы имеем сотни сайтов различных движений, сегодня в них один два интернет-члена, потом их станет сотни, а потом и вообще создастся нормальное общественное движение. Однако не стоит недооценивать и тот момент, что в основе культуры Интернета лежит идея об освобождающем влиянии технологии, основанной на таких принципах как децентрализация, активная роль получателя информации, которой помимо получателя является ещё и автором и передатчиком её. Это дало возможность к запуску программы "промывания мозгов".

Легкость доступа к информации, безрегистрационный вход на онлайн дебаты дали настолько разношерстную публику, что стало очень сложно найти поистине специалистов в конкретной сфере. В интернете появилось множество пособий "для чайников", где человек может найти основы практически всех сфер работы. Также человек, посещая онлайновые дебаты, уже изначально подписывается на "загрузку" политической информации, многие рекламы в своём смысле несут политический характер. Что касается детей, конечно, они любят играть во всякие игрушки, в компьютерных играх в ребёнка уже изначально вкладывают мысль о том, что все бандиты находятся в России, если внимательно посмотреть, то каждый второй плохой персонаж является русским по национальности. А интернет стал распространителем этих игр, где главный смысл убить тебе подобного.

Вернёмся снова к онлайн дебатам, "кибероптимисты" считают положительным появления онлайн-дебатов, так как они дают возможность общаться на расстоянии без барьеров, а главное, никогда не узнаешь, с кем ты ведёшь разговор. Новый способ общения, по их мнению, делает так, чтобы люди, не имеющие никакой заинтересованности в политике, стали принимать в ней участия. А с помощью поисковых систем смогли делать свои речи более аргументированными. Практически все люди, участвующие хоть раз в подобных дебатах, стали развиваться интеллектуально.

Вот такими дебатами и пользуются в промывании мозгов. При развитии человека в отрасли, в которой он не работал, его мировосприятие строиться на основе точки зрения другого государства, это приводит к тому что он становится сторонником одной из стран мира, что впоследствии приведет к эмиграции, если он не был специалистом в одной сфере, то вполне может являться специалистом в другой сфере.

СМИ раньше и пока что сейчас являются главным источником информации, СМИ пока что остаются местом борьбы за имидж государства. Радио является одним из средств массовой информации, также служит инструментом публичной дипломатии, например радио "Голос Америки". Это радио служит для того чтоб рассказать об основных обычаях и законах США. Там мы можем услышать основные новости, также информацию о некоторых законах, а также о том, как хорошо там живется и что в США есть всё для радостной жизни. Даже при неимении официальных взаимоотношении между США и Тегераном СМИ играют роль посредника в политике двух стран по отношению друг к другу, как передавая информацию, так и осуществляя непосредственную связь.

Указанные выше факты символизируют значимость и степень влияния СМИ на внешнюю политику государства, а также на уровень взаимоотношения сторон. Именно из-за своего влияния многие масс-медиа аккредитуются государствами для предоставление определённого спектра информации и обеспечения необходимого имиджа государства. Во избежание отрицательного эффекта деятельности СМИ, правительству необходимо создание определённого круга «проверенных» журналистов, которые будут предоставлять только правильную и проверенную информацию, обеспечивая достоверной информацией обывателя. В случае же невозможности создания такого поля, необходимо наличие возможности прямой связи с целевой аудиторией длят донесения информации или опровержения ранее виденной информации.

«Несоблюдение этих правил ставит руководителей государства в прямую зависимость от СМИ, а внешняя политика сводится в основном к реакции на поставляемую ими информацию. В феврале 1994 г. американское телевидение передало репортаж об артиллерийском обстреле рынка в Сараево, совершение которого приписывалось сербам. Просмотрев репортаж, не удосужившись проверить факты, У. Клинтон заявил, что он прикажет нанести бомбовые удары по сербам, если они не примут выдвинутые им условия»[[18]](#footnote-18). Касаясь этого случая, помощник министра обороны Г. Аллисон сказал: "Если бы снаряд упал в Сараево, и были бы убиты 68 человек, но это не было бы показано по телевидению, изменилась бы политика США? Я не думаю, чтобы это произошло"[[19]](#footnote-19).

Приведенные факты показывают, что к "телевизионной демократии" следует относиться с большой осторожностью. Внешняя политика не может строиться на весьма избирательном и далеко не полном освещении событий журналистами. Значение этого положения все чаще отмечается руководителями внешней политики. Государственный секретарь США У. Кристофер заявил: "Телевидение является чудесным феноменом и порой даже служит инструментом свободы. Однако телевизионные образы не могут быть Северной звездой американской внешней политики"[[20]](#footnote-20).

Таким образом, инструменты публичной дипломатии различны и при этом каждый инструмент имеет свою эффективность. Каждый актор, избирая целевую аудиторию, выбирает для себя наиболее полезный инструмент и делает большую ставку на него, однако максимальная эффективность может быть получена только посредством синтеза инструментов публичной дипломатии и создания либо чего-то нового в данной сфере или соединение публичной дипломатии с другими сферами внешней политики.

## Глава 2. Становление и развитие программ и механизма публичной дипломатии на примере США.

## Параграф 2.1 Программы и их роль в организации функционирования механизмов публичной дипломатии.

Становление и развитие программ публичной дипломатии США можно разделить на несколько этапов, которое было обусловлено произошедшими изменениями в международной обстановке.

Первый этап относится к концу XIX в., когда появились первые неправительственные и правительственные программы обменов в области культуры.

 Второй этап – начало ХХ в., когда правительство США создало первые программы пропаганды и стало рассматривать публичную дипломатию как политический инструмент для достижения поставленных целей.

 Третий этап – использование программ публичной дипломатии в межвоенный период, а также в условиях военного конфликта, когда правительство США создало правительственные структуры нового дипломатического инструмента.

 Четвертый этап – это период «холодной войны», когда в условиях жестокого идеологического противостояния США сумели разработать и реализовать масштабные программы культуры, образования и информации с целью слома коммунистической идеологии.

 Пятый этап – эпоха 1990-х годов, когда правительство США стало использовать публичную дипломатию для построения демократии и рыночной экономики в мире.

 Шестой этап – это современная эпоха, когда правительство США разработало новый инструментарий цифровой дипломатии.

Исходя из целей и задач диссертации, мы рассмотрим четвертый и последующие этапы становления и развития программ публичной дипломатии.

Поле окончания войны все программы публичной дипломатии утверждались созданным в августе 1945 г. Отделом по вопросам международной информации и культуры в Госдепартаменте.

Главой отдела был назначен помощник госсекретаря по общественным связям Уильям Бонтон, одна из наиболее значимых фигур в области формирования новой международной политики США в начальный период «холодной войны».

У. Бонтон выступил за всестороннее развитие пропаганды США и утверждал, что все другие программы – это способ оказания влияния в течение длительного времени, который применим только в отношении и зарубежной элиты, а фильмы, радио и печатная продукция оказывают быстрое влияние на массовую пассивную аудиторию. Он сумел убедить СНБ начать разработку новой политики в области пропаганды против распространения коммунистической идеологии. После длительных дискуссий правительство США обозначило политическую цель осуществления международного вещания, проведения различных мероприятий в области культуры и организации образовательных обменов как «развитие сопротивления коммунистической агрессии среди народов, порабощенных СССР, и укрепление понимания общего интереса среди свободных наций».

С целью активизации работы в 1948 году отдел по делам в области информации и культуры в Госдепартаменте был разделен на два отдела – Отдел по международной информации и Отдел по образовательным обменам под контролем Госсекретаря. Важнейшая особенность реализации этих программ состояла в том, что программы обменов осуществлялись только с потенциальными союзниками США. Это положение исключало страны, находящиеся в сфере влияния СССР. На дальнейшее формирование стратегии международной образовательной политики повлияли события в АТР: провозглашение КНР, корейская война и распространение идеологии коммунизма в странах Азии, Ближнего Востока и Латинской Америки.

Корейская война побудила политический истеблишмент США окончательно признать, что СССР готов к экспансии и мировому господству, и оценить это как угрозу американским интересам.

 Именно тогда возникла идея о том, что масштабность программ, распространяющих информацию о намерениях США, о ценностях либеральной идеологии и о враждебной позиции СССР, будет эффективным идеологическим оружием против коммунистов.

В августе 1950 новый помощник госсекретаря по общественным связям и редактор журнала «Ньюсуик» Эдвард Баррет создаёт знаменитый проект публичной дипломатии США 1950-х годов, который получил название «Кампания правды» (Campaign of Truth). Основная идея проекта – развитие американского радиовещания, осуществление интенсивной информационной пропаганды в странах Европы и создание информационных центров за рубежом.

Исходя из принятой стратегии, по всему миру оперативно создавались американские информационные центры (United States Information Service, USIS), которые стали основными проводниками программы публичной дипломатии в период «холодной войны». Они просуществовали с 1951 по 1999 г. Сегодня их функции выполняют «Американские уголки» и отделы посольств США по общественным связям.

К 1952 году было создано – 196 информационных центров. Таким образом, был создан эффективный механизм радиовещания на страны Восточной Европы не только на территории США, и в Западной Европе (Мюнхене и Вене).

Информационные и пропагандистские центры сыграли важную роль в обеспечении внешнеполитических задач администрации США в разгар «холодной войны», создавая благоприятный психологический и политический климат для прямого вмешательства в дела стран, чей внешнеполитический курс не устраивал США.

 Классическим примером эффективного сочетания методов правительственной и публичной дипломатии Соединенных Штатов стали акции, организованные против правительства Мохаммеда Мосаддыка в Иране (1953), Хакобо Арбенса в Гватемале (1954), а также активизация американской политики в Индокитае в середине 1950-х годов, в период кризиса колониальной политики Франции в этом регионе.

Основным механизмом реализации публичной дипломатии в этот период становится Информационное Агентство США (ЮСИА), просуществовавшее с 1953 по 1999 годы. Информационное агентство являлось федеральным внешнеполитическим информационно-пропагандистским ведомством, на которое возлагалась прямая и непосредственная задача по деятельности в сфере идеологии и пропаганды по координации усилий в этих областях всех американских правительственных учреждений. В задачи агентства входило также распространение за рубежом информации о США и информирование правительства страны о восприятии имиджа Соединенных Штатов.

Созданная структура ЮСИА была достаточно гибкой, она включала в себя как штатные подразделения, так и подразделения, созданные на общественных началах. Именно союз частной инициативы и государственного аппарата - в основном чисто американское явление. Схематично ЮСИА представлена в приложении.

Особая роль в общей структуре ЮСИА отдавалась радиослужбе «Голос Америки», которая была полуофициальным органом Правительства США. Более скромная роль отводилась радиостанции «Свобода» и «Свободная Европа» о чем свидетельствуют выделение денежных средств данным организациям в 1998 году.

Одной из последних и чрезвычайно эффективных программ ЮСИА стала всемирная телевизионная сеть «Уорлднет». Международная телевизионная сеть «Уорлднет» связывает Вашингтон с более чем 100 городами в 80 странах. В Западной Европе её специализированная служба «Евронет» охватывает 96 местных кабельных систем, 8 телевизионных станций и 121 гостиницу, принимающих телепередачи из Вашингтона. Кроме того, приём передач «Евронет» осуществляли около 40 постов ЮСИА в Западной Европе, где передачи записывались и рассылались учреждениям, библиотекам и т.д. Вещание велось на английском языке два часа в сутки, ее аудитория составляет примерно 4 млн. человек.

Еще один действенный канал, применяемый ЮСИА для передачи информации за рубеж, - «беспроволочное досье», предназначено для хранения и распространения текстов официальных речей и материалов брифингов по политическим, социальным, научным и культурным проблемам непосредственно из Вашингтона.

Меньший удельный вес, но все же довольно важное место в структуре ЮСИА занимали различные культурно-образовательные обмены. Самая известная из программ - фулбрайтовская, в рамках которой, например, в разгар «публичной дипломатии» в 1984 г. свыше 4300 американских и зарубежных профессоров и исследователей приняли самое активное участие в распространении информации о США и ее достижениях.

Гораздо более скромное место в системе ЮСИА занимали печатные издания. Хотя агентство и публиковало 8 журналов и несколько коммерческих бюллетеней на 18 языках, тиражи их были невелики. Приоритетное значение традиционно отдавалось выходящему на русском языке ежемесячнику тиражом более 50 тыс. экз. «Америка» и двухмесячнику на английском и испанском языках – «Проблемы коммунизма».

 Первое издание было призвано с позиций социологии и пропаганды размывать у читателей негативный образ Америки, задачи второго – предупредить все страны мира об «угрозе коммунизма» и выработать единую стратегию и тактику действий.

Созданная система публичной дипломатии позволила США обеспечить себе максимально комфортное положение в современном медиапространстве и подготовила переход к пятому этапу, связанному с эпохой 1990-х годов, когда правительство США стало использовать публичную дипломатию для построения американской модели демократии и рыночной экономики в мире.

В период 90-х годов агентство принимало самое непосредственное участие в осуществлении программ обменов с государствами СНГ, которые были сфокусированы в первую очередь на научных, культурных и информационных обменах, призванных способствовать «развитию демократии и свободной рыночной экономики». До сих пор действует программа предоставления стипендий Э. Маски, в соответствии с которой одаренные выпускники образовательных учреждений приглашаются для участия в американских образовательных программах в области бизнеса, экономики управления. Предоставляются стипендии для аспирантов и молодых исследователей в области социальных и гуманитарных наук.

Основное направление публичной дипломатии этого периода направлено на формирование на территориях Восточного Блока и СНГ структур в виде неправительственных организаций (НПО), подконтрольных США.

На эти цели США по программам публичной дипломатии в России США расходовали около 100 млн. долларов. Из них: около 85 млн. предоставляло Агентство по международному развитию, 13 млн. – Национальный фонд в поддержку демократии и 2 млн. – Госдепартамент.

В начале 2000-х годов правительство США выработало новый подход к своей работе с неправительственными организациями и несистемной оппозицией, действующими в России, а именно: прямое финансирование проектов, а не организаций, минуя правительство России. На нашей территории стали создаваться ресурсные центры – из представителей давних и проверенных партнеров американской администрации. Они осуществляли прямое финансирование проектов.

Такие известные организации, как фонд «Евразия» (Eurasia Foundation, EF); Международный республиканский институт (International Republic Institute, IRI); Национальный фонд в поддержку демократии (National Endowment for Democracy, NED), созданный еще президентом Рейганом.

Для осуществления проектов в странах Восточной Европы; Национальный демократический институт (National Democracy Institute, NDI); Московская школа политических исследований, и ряд других заняли нишу основных посредников между программами Госдепартамента и Агентства по международному развитию, с одной стороны, и различными организациями в России – с другой.

Из 70 тыс. существовавших в начале 2000-х годов Российских НПО, США поддерживали 5 тыс., которые получали прямую помощь из 30 ресурсных центров, расположенных в 24 регионах России.

 Если говорить о принципах поддержки НКО в России, то к началу 2000 годов правительство США взаимодействовало более активно с теми организациями, которые занимались расширением прав человека в России.

 Для этого в каждом регионе были созданы одна или две НПО, работа которых была связана с продвижением и защитой прав человека. Основная задача, которых состояла в проведении - мониторинга политических ситуаций в России и осуществление соответствующих акций.

Основными задачами НПО и несистемной оппозиции, работающими под контролем США являются:

1. оказание влияния на общественное мнение с использованием своих экспертно-консультативных ресурсов (продвижение через СМИ независимых экспертных оценок, рейтингов, воздействие на целевые аудитории в рамках организуемых «круглы» столов, конференций и т.д.);

2. создание постоянно действующих дискуссионных площадок, клубов, а также открытие филиалов в других регионах для проведения своих идеологических и ценностных установок, сопровождения и лоббирования политических, экономических и деловых интересов США;

3. формирование позитивного имиджа США на территории РФ, пропаганде культурного, языкового и исторического наследия Америки, научно-технологического и человеческого потенциала;

4. создание негосударственных каналов взаимодействия и поддержки оппозиционных общественных сил в РФ и странах СНГ (в основном по проблемам нарушений прав человека, дискриминации национальных меньшинств, ограничений свободы слова, притеснений по религиозным, расовым или гендерным признакам и т.п.).

Однако нарастающие тенденции, связанные с практикой применения двойных стандартов по отношению к России, падение уровня жизни, связанного с проведением «шоковой терапии», негативной позиции правительства РФ в отношении американской и западной помощи, способствовавшей осуществлению «цветных» революций на Украине и в Грузии, привело к новому витку антиамериканизма в Росси.

Исходя из сложившейся ситуации в 2003-2004 гг. США начали разработку новой стратегии продвижения демократии в России: вместо создания партий и НПО принимается решение о стимулировании социального активизма россиян. Под активизацией россиян понималось, что все граждане РФ должны занимать активную гражданскую позицию, участвуя не только в крупных политических событиях страны, но и в борьбе за реализацию проектов в области окружающей среды, здравоохранения, обеспечения жильем и т.п. Таков был смысл данного подхода.

Основная задача публичной дипломатии США, которая была обозначенная в документе Агентства по международному развитию, - стимулировать общественную деятельность граждан.

Поскольку контакты между правительством США и РФ в области публичной дипломатии и продвижения демократии снизились в этот период до нуля по сравнению с периодом 1990-х годов, американское правительство продолжало поддерживать шесть тысяч неправительственных организаций, участвуя в деятельности более 212 ассоциаций НПО.

 Несмотря на имеющуюся негативную тенденцию в отношениях между РФ и США, последним удалось несколько расширить поддержку НКО в нашей стране.

Ресурсные центры и партнеры США в 2008 г. функционировали уже не в 21 регионе, как это было в 2001 г., а в 37. Кроме этого, с 30 до 48 возросло число самих ресурсных центров США в России.

В новой стратегии публичной дипломатии США в отношении России НПО, общественно-политические движения и пролиберальные партии стали играть роль, мобилизационных центров. Кроме этого им отводится роль посредника между чиновниками местного уровня и проектами российских неправительственных организаций. Также НПО стали местом подготовки наблюдателей в период проводимых избирательных кампаний в России с 2004-го по 2012 годы.

С 2006 г. Агентство по международному развитию стало осуществлять мобилизацию демократической оппозиции в России. Были проведены семинары для объединений НПО и существующих пролиберальных партий. Около 3 млн. долл. было потрачено на проведение тренингов для членов партий, особенно для молодой части российских партий, такими организациями, как Международный республиканский институт, Национальный фонд в поддержку демократии.

При этом необходимо учитывать, что Агентство США по международному развитию только разрабатывает программы и следит за их исполнением, а непосредственную реализацию проектов осуществляют партнеры данного агентства: НПО, Общественные фонды и ТНК.

Наиболее активными партнерами США в этот период являлись Национальный фонд в поддержку демократии и Международной республиканский институт, которые осуществляют поддержку общественно-политических движений в России. 2006 г. Агентство по международному развитию в периоды избирательных кампаний в России с 2004 по 2012 г.

ственных организац Они работают в России с начала 1990-х годов и реализовывают определенное количество проектов, направленных на создание партий, обучение их лидеров и активной части молодежи.

Национальный демократический институт (НДИ) также работает в России с 1990-х годов, он принимал активное участие в таком проекте, как создание партии «Союз правых сил». Открыв два новых представительства в Свердловске (Екатеринбурге) и Саратове, вместе со своими российскими партнерами НДИ в 2006 г. проводил обучение региональных чиновников и членов партий.

Ассоциация «Голос», получая финансирование из американского Национального фонда в поддержку демократии, проводит обучение наблюдателей для участия в выборах. Если в 2001 г. эта ассоциация ежегодно готовила около 400 наблюдателей, то с 2005 г. уже 1,2 тыс. граждан ежегодно проходят в ней обучение.

Фонд «Евразия», организация «Интерньюс» (Internews) и Фонд независимого радиовещания являются основными ресурсными центрами, через которые поступает помощь США по развитию региональных независимых СМИ и осуществляется обучение журналистов.

Московская школа политических исследований и Американский совет по международным исследования обменам (International Research and Exchange Board, IREX) – главные партнеры Агентства по международному развитию в подготовке демократических лидеров в России.

Учитывая роль неправительственных организаций в реорганизации и проведении так называемых «цветных» революций в РФ был принят Федеральный закон «О внесении изменении в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента». Цель данного закона сделать более прозрачной финансовую отчетность тех организаций, которые занимаются политической деятельностью на территории России и получают деньги из-за рубежа.

Принятие этого закона вызвало неоднозначную реакцию среди участников внешнеполитических процессов и особенно США. Именно будучи в этот период Госсекретарем США, Х.Клинтон пообещала найти такой выход из сложившейся ситуации, который позволит продолжить финансирования российских и некоммерческих организаций без проблем для грантополучателей.

Шестой период в развитии публичной дипломатии США связан с появлением и быстрым развитием Интернета.

«Использование сети Интернет в качестве инструмента дипломатии было положено директором Информационного агентства США Дж. Даффи в 1996 г. Печатные издания пропагандистского толка были размещены на сайтах американских посольств. Объединив несколько журналов, которые потеряли актуальность по причине окончания идеологического противостояния с СССР, Дж. Даффи получил первый интернет-журнал Washington Files. Этот журнал выполнял функцию распространения мнения правительства США о событиях, происходящих на мировой арене. С 1996 по 2000 г., правительство США создаёт ещё несколько электронных журналов и пытается объединить выпускников программ обмена с помощью сайта Госдепартамента. В 2001 г. США заявили о появлении так называемой сетевой дипломатии (NetDiplomacy), ключевой особенностью которой является установление диалога между правительством США и зарубежными участниками социальных сетей.»[[21]](#footnote-21)

 В последние годы значение цифровой дипломатии в международной практике США неуклонно растет. Наряду с устоявшимися методами работы американского внешнеполитического ведомства и традиционными каналами доведения информации через радио, телевидение и прессу интернет все шире используется Госдепартаментом для пропаганды, сбора информации, оказания давления на иностранные правительства, подготовки активистов и стимулирования протестных движении. Цифровая дипломатия применяется Госдепартаментом совместно с сетевыми операциями АНБ, ЦРУ и Пентагона.

Именно данный тип дипломатии отражает стремление правительства США использовать свое технологическое преимущество и является ответом на взрывной рост числа абонентов «всемирной паутины» (особенно в развивающихся странах), которое к концу 2014 г., по прогнозам международного союза электросвязи, достигнет 3 млрд. чел.

Цифровая дипломатия (Digital Diplomacy) – это использование Интернета и современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для реализации дипломатических и сопряженных с ним внешнеполитических задач.

Первые проекты цифровой дипломатии были запущены в середине 2000-х годов при госсекретаре К. Райс, но особое развитие они получили уже позже при госсекретаре Хиллари Клинтон. Последняя начала реформу Госдепартамента на основе опубликованного в 2010 г. Четырехлетнего обзора дипломатии и развития (QDDR), предусмотрев усиление подразделений, ответственных за работу в сети. К началу 2010 г. Х. Клинтон удалось привлечь к сотрудничеству с ведомством руководителей крупнейших частных Интернет-компаний (Google, Facebook, Twitter, Howcats, AT&T). Как считается, уже вскоре это позволило Соединенным Штатам непосредственно воздействовать на развитие событий т.н. «арабской весны» 2011 г., когда протестная активность в странах Северной Африки и Ближнего Востока стимулировалась извне с помощью современных средств коммуникации.

Идеологами нового подхода к команде Х. Клинтон стали старший советник госсекретаря по инновациям Алек Росс (Alec Ross) и политический советник по инновациям Бен Скотт (Ben Scott). Несмотря на произведенные впоследствии кадровые перестановки, Джон Керри, возглавивший Госдепартамент в феврале 2013 г., в целом охраняет курс на широкое использование цифровых методов в дипломатический практике США.

Концептуально представления о цифровой дипломатии изложены в ряде актов Госдепартамента, в т.ч. в названном Четырехлетнем обзоре 2010 г. и т.н. инициативе «Государственность в 21 веке» (21st Century Statecraft). Согласно последнему документу, качественное улучшение технологий и стремительный рост пользователей Интернета в развивающихся странах требуют от США изменении методов внешней политики и ее переориентации на возможности современных ИКТ. В целом, по его смыслу, цифровая дипломатия должна решать две большие задачи – способствовать совершенствованию работы Госдепартамента и усиливать американское влияние на социально-политические процессы в других странах.

Таким образом, проделанный анализ развития публичной дипломатии США за последние 70 лет (1945-2015 г.) позволяет сделать вывод о том, что оно определялось:

1. Характером решаемых внешне политических задач на определенном этапе исторического развития.

- В период «холодной» войны – противостояние распространению коммунистической идеологии в мировом масштабе.

- В период с 1991 по 2010 годы (этап перехода от двухполюсного к постбиополярному миру) – укрепление позиций США как единственной сверхдержавы, обеспечение монополии США на формирование американского образа жизни т и ее демократии в других государствах.

С 2010 по настоящее время – попытка не допустить формирования многополярного мира и сохранить монополию на проведение мировой внешнеполитической политики.

2. Набором программ, реализуемых через публичную дипломатию.

В период холодной войны основными программами реализации своих внешнеполитических целей были:

а) информационные (пропаганда)

б) образовательные

в) культурные.

В зависимости от направленности на целевую аудиторию они постоянно изменяли свои приоритеты.

В период с 1991 по 2010 неизменный пакет программ дополняется работой по созданию институтов демократии, а также оппозиционных партий, НПО, финансируемых через систему проверенных неправительственных организаций и фондов.

С 2010 года (этап формирования многополярной конструкции мировых отношений) набор программ, составляющий основу публичной дипломатии США, дополняется такими элементами, как использование сетевого маркетинга, применяемого промышленными корпорациями, стимулирование протестных настроений молодёжи и подготовка Интернет активистов.

3. Изменение механизмов и инструментов в проведении публичной дипломатии.

В период холодной войны – массированная пропаганда, основным инструментом воздействия, которого являлась сеть радиостанции «Голос Америки» с общим объёмом вещания в 660 часов еженедельно на 53 иностранных языках, «Радио Свобода» – с объёмом 500 часов на 23 языках Центральной Европы, России, Ирана, Ирака, стран бывшего СССР, а также печатная продукция и распространение кинопродукции США.

В период 1991-2010 гг. основным механизмом массированного внешнеполитического воздействия становится распространение телевизионных пакетов программ подготовленными специалистами публичной дипломатии и создание на территории других государств независимых телеканалов с участием иностранного капитала.

По данным бывшего секретаря Совета Безопасности Сергея Иванова, в конце 2000 г. на территории России зарегистрировано 38 электронных и 66 печатных СМИ, созданных с привлечением иностранных инвесторов или в числе учредителей которых есть иностранные юридические лица; более 1100 иностранных изданий получили разрешение на распространение своей продукции в России. (Век, № 44, 2000 г.)

С 2010 года акцент сделан на использовании в международной практике цифровой дипломатии, как самостоятельного направления работы, использующей Программы Web 2.0, основанные на Интернет ресурсах.

## Параграф 2.2 Механизмы современной публичной дипломатии.

Заняв лидирующее положение в мировой информационной магистрали, США превратили публичную дипломатию в важнейшее орудие, способное конструировать человеческое сознание практически в любой точке планеты. В широком смысле, концепция внешней политики США, в основе которой лежит понятие «мягкая сила», ориентирована на продвижение американских ценностей и представлений о мироустройстве (индивидуальная свобода, права человека, демократические механизмы, рыночная экономика, правовое государство и гражданское общество), превратилась в деятельный инструмент публичной дипломатии, влияющий на политику и поведение всех стран-участниц международного общения.

Под понятиями механизмы и инструменты современной дипломатии понимается совокупность программ институциональных структур внешнеполитического ведомства и различных негосударственных фондов (Сороса, Форда, Евразии и др.) в сочетании с деятельностью неправительственных организаций, а также крупных промышленных корпораций США, тесно связанных с капиталом иностранных государств.

Агентство США по международному развитию, которое в основном несет ответственность за деятельность связанную с разработкой программ и осуществляет контроль, за их исполнением. Непосредственную реализацию проектов осуществляют партнеры данного агентства: НПО, политические партии и промышленные предприятия. Обращает на себя внимание тот факт, что гранты агентство предоставляет в основном американским НПО. Все разработанные программы Агентством США по международному развитию можно разделить на подгруппы:

1. Аналитические, включающие в себя: проведение опросов общественного мнения – традиционный инструмент публичной дипломатии США. Опросы стали активно проводиться в период «холодной войны», и основным ответственным исполнителем выступало тогда Информационное агентство США. Именно в тот период сформировалось правило, согласно которому основой всех программа, направляемых в конкретную страну, должно быть в первую очередь проведение опросов общественного мнения, поскольку именно они выявляли категории граждан, наиболее отрицательно относившихся к политике США. Такие категории граждан становились основной мишенью программ публичной дипломатии.

После ликвидации Информационного агентства произошло распыление функции сбора информации о настроениях и мнениях зарубежной аудитории. Передача этой функции в частные независимые агентства, привело к нарушению системного подхода к сбору и анализа данных об отношении населения других стран к проводимой внешнеполитической деятельности.

Сбор информации о том, что говорят и пишут о США (listening), стал новейшим инструментом публичной дипломатии США. Наличие различных социальных сетей, форумов, конференций и т.п. в Интернете сделало возможным проведение анализа мнений и высказываний о США пользователей сетей. Этим занимаются специальные службы в Госдепартаменте, а также частные аналитические агентства в США.

2. Информационные:

Самый развитый и эффективный инструмент публичной дипломатии США для достижения краткосрочных целей – это огромное количество программ, направленных сегодня на продвижение нового бренда США как свободной демократической страны, стремящейся работать на глобальное благо.

Информационные программы в свою очередь можно разделить на традиционные и цифровые.

Традиционными информационными форматами считаются радио и телепрограммы, которые носят новостной характер. Эти программы всегда рассматривались правительством США как основная платформа, которая эффективно способствовала продвижению позиции США. Однако сегодня появились новые тенденции в передаче информации через радио и телевидение.

Во-первых, в деятельности данных инструментов современной публичной дипломатии применяется идея о приоритетности информационных зон. После событий 11 сентября 2001 г. американские эксперты осознали, что следует серьезно увеличить присутствие на ключевых рынках, или зонах, где необходима информационная поддержка США (например, война с терроризмом на Ближнем Востоке) или где существует ограниченная демократия или свобода СМИ. Поэтому сегодня имеется конкретный рейтинг стран, на которые в первую очередь направлены информационные программы США. В основном это исламские страны на Ближнем Востоке, где создана широкая сеть радиостанций и американского телевидения, например радио «Савва», радио «Фарда», «Афганская сеть», телеканал «Аль Хурра» и др.

Во-вторых, американскими экспертами стала применяться новая тактика захвата зарубежного информационного поля. В условиях, когда правительства некоторых стран не разрешают США создавать радиостанции и телеканалы, американцы наладили сотрудничество компаниями-партнерами. Это сотрудничество заключается в том, что американское вещание ведется на иностранной станции.

В-третьих, произошло изменение стиля подачи и форматов информационных передач. Недостаточная узнаваемость американского продукта, его уникального предложения, по мнению американских экспертов, существенно препятствует их доступу к ключевым аудиториям. Если ранее признавалось, что содержание новостей – основа для продвижения имиджа США, то теперь важной составляющей международного вещания стали не только новости, но и использование рекламных и маркетинговых ходов с целью привлечения аудитории к новостному блоку.

В-четвертых, «формат» любой информационной программы США подстраивается под определенный сегмент аудитории. Например, в отношении наиболее приоритетного региона, Ближнего Востока, был выбран сегмент молодежи от 25 до 30 лет, предпочитающей, по мнению американских специалистов, слушать не новости, а развлекательные программы. Поэтому для привлечения ее внимания была определена стратегия целевой группы: для нее подается та тематика, которую она хочет услышать, а затем новости, которые требуют рассказа и соответствующих пояснений.

В-пятых, стали применяться новые методы оценки эффективности информационных программ. Основной показатель эффективности работы международного вещания США – это рост еженедельной аудитории. Общая недельная аудитория состоит из людей старше 15 лет, слушающих или смотрящих каналы США как минимум раз в неделю.

К ним относятся исследования, проводимые независимым агентством «Интер Медиа», с которым правительством США заключено соглашение, или проведением опроса среди населения, на которое ведется вещание, об осведомленности аудитории о проводимой внешней политики США и любимых передачах и телеканалах США.

Цифровые информационные программы.

Новыми инструментами осуществления информационных программ считаются сегодня информационное и психологическое влияние на зарубежную аудиторию через сеть Интернет, которое можно определить, как цифровую дипломатию США.

Важной чертой вещания США в других странах стала интерактивность. Сайты радиостанций и телеканалов публикуют новости и продвигают имидж США через удобные и красочные разделы на сайтах, что в значительной степени повышает их привлекательность.

Участие публичной дипломатии США в социальных сетях или других современных информационных платформах стало еще одним важным инструментом реализации концепции «умной силы». Такие сайты, как America.gov, Co.nx , являются основными платформами для развития блогов, видеоконференций, распространения политологических статей, которые представляют миру новую Америку – страну разнообразия, динамизма и жизненной энергии. Широко используются такие сайты, как Facebook, Twitter, You Tube, и другие ресурсы Web 2.0, способствующие взаимодействию между создателями сайтов и их потребителями.

Постоянное увеличение числа граждан, которые слушают радио, смотрят телевизионные программы через Интернет, пользуются определенными ресурсами и обсуждают важнейшие общественные и политические проблемы в социальных сетях, изменило суть современной публичной дипломатии. Ее программы переносятся правительством США в киберпространство, а ключевой целевой аудиторией становятся миллионы граждан, которые являются участниками 600 тыс. социальных сетей.

Использование сети Интернет в качестве инструмента дипломатии было положено директором Информационного агентства США Дж. Деффи в 1996 г. Печатные издания пропагандистского толка были размещены на сайтах американских посольств. Объединив несколько журналов, которые потеряли актуальность по причине окончания идеологического противостояния с СССР, Дж. Деффи получил первый интернет-журнал Washington Files. Этот журнал выполнял функцию распространения мнения правительства США о событиях, происходящих на мировой арене.

 С 1996 по 2000 г. правительство США создает еще несколько электронных журналов и пытается объединить выпускников программ обмена с помощью сайта Госдепартамента.

С 2001 г. США заявили о появлении так называемо сетевой дипломатии (Net Diplomacy), ключевой особенностью корой является установление диалога между правительством США и зарубежными участниками социальных сетей.

Появление нового политического и идеологического врага США в лице исламского фундаментализма стало сильнейшим толчком для использования всемирной паутины в качестве инструмента ведения информационной войны.

В 2002 и 2003 гг. администрация Д. Буша-мл. переносит традиционные радио- и телеканалы международного вещания в Интернет. Радио и телевидение США становится интерактивным, что предполагает получение мгновенной реакции зарубежной публики через Интернет.

Создается около десяти новых каналов, работающих с зарубежной публикой через сеть. В 2006 г. госсекретарь К. Райс формирует первую группу специалистов для мониторинга информации и дезинформации о США, транслируемой пользователям в социальных сетях, а также объявляет о запуске первого официального блога Госдепартамента под названием Dipnote.

В 2009 г. администрация Обамы выводит интерактивную публичную дипломатию США на новый уровень, поставив перед ней такие политические цели, как объединение пользователей сети вокруг правительства США и осуществление информационной дискредитации идеологии «Аль-Каиды», «Талибана» и других различных антиамериканских движений.

И наконец, начиная с 2010 г.¸ правительство США активно использует интерактивные методы для ведения борьбы против политических режимов в Иране, Китае, а впоследствии и в России посредством создания протестного молодежного движения и нового движения диссидентов.

Для осуществления процесса управления данными системами цифровой публичной дипломатии в 2006 г. в Госдепартаменте появилась группа специалистов для анализа сообщений и дискуссий, протекающих во всевозможных международных и национальных социальных сетях.

Кроме этого, специалисты данной команды принимают участие в дискуссиях, регистрируясь в социальных сетях в качестве рядовых участников или модераторов дискуссий. Команда пытается разъяснить пользователям поведение США на международной арене и ликвидировать дезинформацию, поступающую в социальные сети со стороны основных противников Америки, таких как «Талибан» и «Аль-Каида».

В 2007-2008 гг. были созданы еще пятнадцать отделов в Госдепартаменте, ЦРУ, Министерстве обороны, а также в Агентстве международного развития.

Всего к марту 2012 г. в центральном аппарате внешнеполитического ведомства США состояло около 150 человек, непосредственно ответственных за направление, еще более 935 человек (по оценкам весны 2010 г.) вели его в миссиях за рубежом. В значительной степени соответствующие подразделения укомплектованы молодыми специалистами, а рабочий процесс организован по типу IT-корпораций Силиконовой долины.

Правительственные ведомства, реализующие новую публичную дипломатию США, на Госсекретаря.

Созданная система при госсекретаре США Х. Клинтон продолжает активно функционировать и развиваться. Два ее помощника – заместитель госсекретаря по вопросам публичной дипломатии и помощник по инновационным технологиям – вырабатывают стратегию публичной дипломатии в сети.

Кроме указанных правительственных ведомств, Вашингтон привлек к этой работе различные компании, бизнес которых связан с сетью Интернет. К таким компаниям относится корпорации Google, Facebook, Twitter, Howcast и др. Данные компании пообещали правительству США поддерживать все правительственные инициативы, связанные с участием США в социальных сетях. Перед компаниями была поставлена задача мобилизации тех пользователей, которые имеют потенциал лидерства, негативно относятся к экстремизму и авторитаризму и готовы реализовать свои идеи при финансовой поддержке США.

В сентябре 2010 г. Госдепартамент разработал еще одну стратегию развития американской дипломатии, Документ носит название «Стратегический план развития информационных технологий в 2011-2013 гг.: цифровая дипломатия» (digital diplomacy) как применение социальных сетей в дипломатической практике правительства США. Такие социальные сети, как Diplopedia, Facebook, Twitter, Linkedin, Communities@State, названы основными платформами для работы американских дипломатов с зарубежными пользователями сети Интернет.

Таким образом, все цифровые информационные программы, связанные с публичной дипломатией США можно разделить на следующие направления:

1. Создание специального программного обеспечения и аппаратных средств. Некоторые подробности этой работы опубликовала газета New York Times в июне 2011 г. Согласно источникам издания среди официальных лиц США и американских военных Госдепартамент оплатил разработку компьютерных программ, позволяющих лояльным активистам обходить ограничения и контроль со стороны правительства иностранных государств на национальных каналах связи (например, посылать шифровальные сообщения и обходить блокировку сайтов).

Однако данное программное обеспечение не могло быть использовано, если национальные правительства полностью отключало доступ к национальному сегменту Интернета в целях борьбы с массовыми беспорядками (Иран 2001 г., Египет 2011 г.). Это побудило Госдепартамент начать проект создания т.н. «теневого Интернета» - т.е. ряда локальных беспроводных сетей за рубежом, функционирующих автономно от подконтрольных властям коммуникаций с помощью портативных устройств, находящихся в распоряжении агентов влияния США или размещенных на их стационарных объектах.

Одной из первых была создана параллельная сеть сотовой связи в Афганистане, строительство которой в 2009 г. инициировал Госдепартамент и Пентагон.

Система, получившая название «Частокол», призвана снизить риск прослушивания американских абонентов и выведения из строя публичной сотовой инфраструктуры Талибаном. Она работает через размещенные на американских военных базах передающие станции, центральная из которых находится в Кандагаре. Стоимость проекта в различных источниках оценивается от 50 до 250 млн. дол.

Для противников действующего правительства в Иране было подготовлено ПО, позволяющее через Bluetooth автоматически рассылать по смартфонам соратников нужную информацию, минуя внешние каналы связи.

В дальнейшем по заказу Госдепартамента разработан аппаратный комплекс «Интернет в портфеле» (Internet in a Suitcase). Представляет собой устройство, помещенное в стандартный кейс, которое скрытно провозится активистом в зарубежное государство, где быстро запускает локальную беспроводную сеть, независимую от местных коммуникаций и имеющую прямой выход во «всемирную паутину». К сети подключаются компьютеры и телефоны доверенных лиц для обмена информацией, координации действий и т.д.

В 2012 система «Интернет в портфеле» была развернута, по меньшей мере, в 10 странах, среди которых называется Австрия, Афганистан, Венесуэла и Индонезия.

В 2012 г. разработано приложение «InTheClear», представляющее собой своего рода тревожную кнопку, мгновенно удаляющую контакты и сообщения из телефона диссидента в случае его ареста и рассылающую предупреждение другим соучастникам.

2. Создание молодежного протестного движения и стимулирование протестного настроений через социальные сети.

Этот инструмент широко использовался в период «холодной войны», но в современных условиях США снова вернулись к этой практике.

Первой мишенью этой программы стала партизанская организация Колумбии (ФАРК), обозначенная США как террористическая. Администрация США была озабочена популярностью этой организации среди молодежных движений всего мира, желанием определенного числа молодых людей в латиноамериканских странах, а также в странах Европы, стать членами этой колумбийской организации. Чтобы удержать молодежь от участия в экстремистских организациях, правительство США решило мобилизовать пользователей социальных сетей для участия в уличных мирных демонстрациях и распространении информации о террористических действиях колумбийских партизан. В начале 2008 г. по инициативе Госдепартамента была создана первая Интернет-группа на платформе Facebook под названием «Один миллион голосов против ФАРК» (One Million Voices Against FARC), а также независимый сайт, который распространяет информацию и собирает противников ФАРК. Данные группы распространяли информацию и призывали к уличным демонстрациям против экстремистов разного толка и действий авторитетных правительств. Однако для успешного функционирования проекта был необходим независимый представитель молодежи, который бы не идентифицировался как член правительства США. Среди популярных колумбийских блоггеров Госдепартамент выбрал специалиста по компьютерной технологии Оскара Моралеса, которого пригласили в США. Его позиция как противника террористических группировки и его знания в области социальных сетей были соединены с голосами молодёжи из Египта, Мексики, Великобритании, а также с технологиями компаний Facebook, Google, Hawcast AT&T, которые согласились содействовать Моралесу. Посредством социальной сети Госдепартаменту удалось собрать около 600 тыс. подписчиков, которые призывали молодежь в своих странах не вступать в эту организацию. Правительству США удалось также организовать несколько местных демонстраций среди молодежи посредством Facebook и, как следствие, несколько снизить численность молодежи в составе ФАРК. На слушаниях в Конгрессе представителем администрации было заявлено, что этот Интернет-проект сократил численность молодежи в ФАРК в 2 раза.

Весной 2011 г. в Тунисе и Египте с помощью Интернета и мобильных средств связи группы молодежи были мобилизованы на массовые выступления, а циркулирующая в сети информации послужила катализатором роста протестных настроений. Социальные сети, прежде всего, использовались внутренней оппозицией для координации деятельности и вербовки сторонников, однако при этом известно, что 70% сообщений в Twitter (твиттов, tweets), относящихся, например, к «революции» в Египте, размещались с IP-адресов, находящихся за пределами этой страны. Последнее подтверждает версию о внешнем информационном вмешательстве в ход «арабской весны», техническую возможность которого имеют только Соединенные Штаты. В июне 2011 г., выступая в Лондоне, советник Х. Клинтон по инновациям А. Росс сообщил аудитории, что значение Интернета в подрыве авторитарных режимов на арабском Востоке было решающим.

Американские социальные сети также сыграли ключевую роль в подстрекательстве сторонников оппозиции к акциям гражданского неповиновения в Турции в июне-июле 2013 г. и свержении законного правительства в 2014 г. на Украине.

3. Мобилизация групп диссидентов и подготовка Интернет-активистов.

Американское правительство, как и в период «холодной войны», взаимодействует с группами диссидентов в таких странах как Китай, Иран, Россия, Венесуэла, Куба и др. Используя компьютерные технологии, США удалось осуществить несколько проектов, которые направлены на мобилизацию групп диссидентов вокруг Вашингтона.

Первым проектом стало создание особого исследовательского центра в Гарвардском университете для изучения политической ориентации пользователей сетей и блогов в зарубежных странах. С 2007 г. ученые этого центра, получая финансирование от Госдепартамента США, осуществили три важных проекта по изучению расстановки политических сил и содержания дискуссий в социальных сетях в Иране и России, а также в арабском мире в целом. Анализ результатов этих проектов показывает, что правительство США, в отличие от периода «холодной войны», обладает всеобъемлющей информацией о политической расстановке сил в блогосфере. Данная информация позволяет оказывать влияние на оппозиционные настроения и развивать диссидентское движение через Интернет. За этими проектами последовало финансирование некоторых диссидентских организаций, созданных в социальных сетях.

Последующие шаги в этом направлении связаны с проведением первой конференции так называемых сетевых диссидентов в институте Дж. Буша штате Техас весной 2010 г. Правительство США пригласило на конференцию. Блоггеров, которые выступают против действий своих правительств в области прав человека, свободы прессы и Интернета. Такие страны, как Сирия, Венесуэла, Куба, Иран, Россия, Китай и Колумбия были представлены на данной конференции. США в лице отдела по публичной дипломатии Госдепартамента, руководителей фонда «Фридом Хаус», а также специалистов из Гарвардского центра по изучению зарубежных социальных сетей обсудили вопрос о том, как американское правительство и компьютерные технологии будут оберегать диссидентов от преследований со стороны правительства и способствовать свободному общению оппозиционеров в сети. Конференции обозначила лидеров сетевого диссидентского движения в разных странах, на которых правительство США делает основную ставку в политике по борьбе с авторитарным режимами.

Осень. 2010 был запущен проект Civil Society 2.0 (Гражданское общество 2.0) по повышению эффективности деятельности НПО и оппозиционных групп за рубежом с помощью новых цифровых технологий.

 В её рамках реализуется несколько программ, наибольшую известность среди которых получил проект TechCamp (Технологические лагеря). Управление им осуществляет Отдел дипломатических инноваций (Diplomatic Innovation Division).

По программе TechCamp с 2010 г. проведены десятки технологических лагерей более чем в 30 странах мира, включая Литву, Украину, Молдову, Азербайджан и Казахстан. Их участниками стали представители более 1900 НПО, СМИ и государственных органов из более чем 100 стран.

Лагерь – это одно- или двухдневный семинар, на который приглашаются от 40 до 200 иностранных активистов (в основном оппозиционных) для прослушивания курса лекций западных IP-специалистов и решения с их помощью своих текущих проблем. На мероприятиях присутствуют американские дипломаты и потенциальные спонсоры из международных фондов. Формально задачей съездов является использование инноваций для повышения влияния НПО (популяризация сайтов, раскрутки блогов, взаимодействия с традиционными СМИ); обеспечения безопасности активистов, а также связи и координации с участием представителей США.

В реальности программа направлена на подготовку агентов влияния для ведения информационно войны и захвата власти лояльными политическими силами в других странах. Так, поданным СМИ, на Украине в различных городах были организованы 6 технологический лагерей, последний из которых – 14-15 ноября 2013 г. в посольстве США в Киеве.

4. Формирование диалога между представителями правительства США и отдельными блоггерами.

Современная публичная дипломатия США постепенно переходит от концепции монолога, т.е. одностороннего распространения информации, как это было в период «холодной войн», когда информация транслировалась через радио и журналы от правительства США к зарубежным целевым аудиториям, и переходит к так называемому диалогу или «слушанию» (Listening), что обеспечивает обратную связь, а затем и быструю реакцию США на формирующееся общественное мнение пользователей сети. Диалог выстраивается через известных американцев – политиков, звезд кино и эстрады, ученых и т.д.

Такой подход обусловил масштабное создание личных страничек официальными лицами правительства США в социальных сетях. Наиболее популярной для расположения правительственной информации становится платформа Twitter.

 Сотрудники Белого дома, Госдепартамента, Пентагона, конгрессмены, президент США, его пресс-секретарь и многие другие создают свои открытые аккаунты в рамках данной платформы для информирования мирового сообщества о событиях, на которые необходимо обратить внимание, для ответов на импульсы, поступающие через социальные сети.

Число подписчиков на личные странички официальных лиц в Twitter в сотни раз превышает число подписчиков на сайты правительства США. Нельзя сказать, что число зарубежных граждан, ведущих с правительством или с челнами политического истеблишмента США диалог, высоко. Однако наличие официальных представителей правительства в различных социальных сетях вызывает неподдельный интерес со стороны зарубежной публики, которая может напрямую задать вопрос блоггеру из Белого дома.

Во многом краткость передаваемых сообщений привлекает молодое поколение, которое привыкло потреблять информацию в размере 140-200 символов, как это предусматривается некоторыми социальными сетями или мобильными телефонами. Правительство США использует эти форматы для ведения информационной войны. Например, одна из последних дискуссий на странице Госдепартамента в Facebook, касалась запрещения пропаганды джихада в Интернете. Инициатором данной темы стал один из американских блоггеров. Он опубликовал на форуме только одну короткую фразу-лозунг – «Джихаду не место в Интернете» (The Jihad must be banned from Internet), которая спровоцировала широкую дискуссию среди пользователей. Другие темы для дискуссий также обозначаются одной фразой без дополнительных комментариев со стороны инициатора дискуссий. В итоге любая проблема способна вызвать интерес со стороны пользователей, если она выглядит привлекательной и содержит в себе некий призыв к действию.

5. Объединение пользователей вокруг американского интерактивного радио и телевидения.

Размещение радиостанций и телеканалов международного вещания США в сети Интернет является наиболее масштабным проектом публичной дипломатии. Американское правительство использует сеть Интернет по двум направлениям: первое – создание новых каналов вещания и второе – размещение конкретных передач в самых популярных социальных сетях.

В период с 2002-2004 правительство США создало более 10 новых радиостанций и телеканалов, ориентированных на население Ближнего и среднего востока.

Если ранее формат кратких новостей и музыки считался наиболее эффективным инструментом пропаганды, то сегодня в публичной дипломатии США доминирует формат документальных фильмов. Посредством этих фильмов американское правительство доводит до широких масс населения американский образ жизни, раскрывая ценность американской демократии. Однако до сих пор, по мнению американских экспертов, данный вид деятельности остается менее популярным, чем социальные сети Интернет.

Именно поэтому, американское правительство использует сети для продвижения некоторых радио и телепередач. Портал Youtube является основной платформой для размещения отдельных передач радио и телевидения. Она была выбрана экспертами США, поскольку более всего привлекает к себе внимание пользователей со всего мира. Такая радиостанция, как «Голос Америки» является наиболее активной на данном портале. Вот как, например, действует радиостанция «Голос Америки» в России. Все ее программы перенесены в Интернет. В марте 2010 г. руководство канала запустило сайт для пользователей мобильными телефонами и функцию получения обновлений сайта на мобильный телефон и личный компьютер (RSS), что в несколько раз увеличило число пользователей станции. По оценке американских экспертов, около 86 тыс. российских граждан просмотрели информацию, выложенную каналом на данном портале, а около 2,5 млн. российских граждан загрузили на свой компьютер один или несколько видеосюжетов в 2008 г.

Не менее важным элементом механизма публичной дипломатии являются образовательные программы.

Образовательные программы подразумевают:

1) совокупность правительственных программ обучения интеллигенции и молодежи (академические программы) государственных чиновников, политиков, бизнесменов и специалистов различных областей (программы обучения специалистов), представителей вооруженных сил (программы обучения военных) зарубежных государств;

2) действия, направленные на создание или реформирование систем образования в зарубежных государствах.

Первая политическая цель правительственных программ обмена или образования – формирование элиты в зарубежных странах, которая будет проводить дружественную по отношению к США политику.

Вторая политическая цель образовательных программ – это подготовка лидеров и активистов оппозиции в недемократических, по оценке США, странах, членов неправительственных организаций, ведущих борьбу за права человека, членов демократических партий. Например, активные члены партии «Яблоко», включая лидеров, в начале и середине 1990-х годов, а также члены партии «Правое дело» в начале 2000-х годов проходили стажировку в рамках программ образовательных и научных обменов правительства США.

Третья политическая цель образовательных программ – поиск взаимопонимания между определенными группами общества США и зарубежным государством. Несомненно, обучение иностранных студентов в США и их возвращение на родину, за редким исключением, способствует распространению американской культуры и общественных ценностей в этом зарубежном обществе.

Кроме обучения студентов, политиков, лидеров общественных организаций и т.п., образовательные программы направлены и на обучение представителей иностранных вооруженных сил. Такие программы носят название программ военного обучения (International Military and Training Program).

Четвертая политическая цель образовательных программ связана с экономическим развитием США, которая способствует утечке умов из других стран в ведущие промышленные компании. Характерным примером может служить количество российских специалистов, работающих в «Селикон Велле», в настоящее время их насчитывается более 200 тыс.

Все образовательные программы носят конкретный целевой характер:

- Фулбрайтовская программа, представляет гранты аспирантам, исследователям, преподавателям и руководителям;

- программы по изучению английского языка, создаваемые отделом программ по английскому языку, целью которых является содействие взаимопониманию между Соединенными Штатами и другими странами. Зарубежные представительства отдела программ по английскому языку осуществляют поддержку и руководство языковыми программами, инициируемыми посольствами США по всему миру;

- программы для России, стран СНГ, восточно-европейских и балканских государств которые предусматривают представление стипендий, а также способствуют развитию связей на институционном уровне;

- через соответствующую службу Бюро по делам образования и культуры предоставляет также информацию о новых грантах и культурно-образовательных программах по обмену, как для частных лиц, так и для научных и некоммерческих организаций;

Подразделение по информации и ресурсам в сфере образования развивает популярность и повышает престиж американского высшего образования за рубежом, сотрудничает с образовательными организациями Америки с целью интенсификации международных обменов;

- программы по изучению США призваны улучшить знания о Соединенных Штатах зарубежных студентов посредством организации летних семинаров, форумов и т.д.;

- образовательные партнерские программы нацелены на поддержание контактов между американскими и зарубежными учреждениями в сфере среднего и высшего образования;

- отдел гражданских обменов участвует в развитии культурных молодежных программ в сотрудничестве с некоммерческими организациями США;

- программа по защите международного культурного достояния основана с целью демонстрации ответственности США за сохранение культурных памятников в других странах;

- посольский фонд сохранения культурного наследия, основанный Конгрессом в 2001 г., нацелен на оказание помощи развивающимся странам в сохранения их культурного наследия и демонстрации уважения, которое высказывает США по отношению к другим культурам.

Это далеко не полный перечень программ и инициатив, реализуемых Бюро по делам образования и культуры при помощи совместно с разными общественными и частными организациями и фондами. Количество подготовленных программ и практическое их использование показывает, насколько они бывают эффективными в решении задач, связанных с проведением «Публичной дипломатии».

Третьей составляющей частью механизма публичной дипломатии составляют программы в области культуры.

Программы в области культуры несут в себе как культурологический компонент (в наибольшей степени, чем указанные выше программы), так и политический эффект. Дипломатия в области культуры – старейший инструмент внешней политики США.

Госдепартамент также активно развивает программы по укреплению культурных контактов с зарубежными партнерами их популяризации американской культуры и искусства через проекты:

- инициатива в сфере исполнительского искусства – проект, направленный на обеспечение финансирования бюджетов американских посольств с целью организации гастролей мастеров исполнительского искусства из США в странах пребывания американских дипмиссий;

- «Ритм дороги – американская музыка за рубежом» - программа по организации гастролей американских музыкальных коллективов за рубежом, как правило, джазовых и хип-хоп исполнителей;

- Госдепартамент также обеспечивает официальное представительство американского современного изобразительного искусства на крупных международных выставках, участвует в организации выездных экспозиций американских художников;

- по линии Госдепартамента проводится отдельная кинематографическая программа в тесном сотрудничестве с Кинематографической ассоциацией США и другими организациями направленная на организацию и проведение за рубежом под патронажем американских посольств кинофестивалей, с показом не только голливудских блокбастеров, но и голливудской классики, а также независимого кино.

Финансирование культурных программ осуществляется как за счет средств федерального бюджета, так и частного капитала, кроме этого, финансирование культурных программ за рубежом проходит и через бюджеты территориальных бюро Госдепартамента.

Особое место в этой системе занимает кинематограф Голливуда, как один из самых успешных механизмов публичной дипломатии США.

Влияние американского кинематографа ощущается в каждом уголке планеты. Его воздействие зачастую более явно и ощутимо на бытовом уровне, нежели влияние иных факторов политического, экономического, военного плана.

Посредством кинематографа американцы сумели невероятно опоэтизировать свою страну, создать привлекательный имидж и постарались «влюбить» в эту «картинку» население планеты.

Неотъемлемой и характерной чертой голливудского кино является создание фильмов на злободневную и социально острую тематику, изображение внутренних американских реалий. Все эти особенности американского кинематографа как части американской и, в более широком смысле, глобальной культуры стали отличительными чертами современной цивилизации. Жители разных стран и континентов в большой степени формируют представление о современной Америке благодаря ее кинематографии.

Глобализация экономических процессов, распространяя по всему миру потребительские стандарты, влечёт за собой глобализацию культурного продукта. Кинематограф Голливуда очень быстро адаптировался к современным реалиям.

Голливуд является безусловным лидером по производству фильмов, распространив свое влияние далеко за пределы национальных кинотеатров. Киноиндустрия является одной из важнейших отраслей экономики США, представляющей около 2,5 миллионов рабочих мест и являющейся второй по величине прибыли от экспорта, заработав в 2012 году 10,8 миллиардов долларов.

Голливуд на современном этапе представляет собой совершенно отлаженную систему бизнеса. Можно говорить о снижении уровня культурного продукта, однако нельзя отрицать уникальную способность Голливуда адаптироваться к реалиям глобализационных процессов, успешно продвигая на мировой рынок не только кинопродукцию, но и бренд «Америка», с ее образом жизни.

Но, являясь одним из основных инструментов внешней культурной экспансии США и соответственно их неофициальной внешней культурной политики, Голливуд играет важную роль в жизни самого американского общества, оказывает определенное влияние на формирование внутриполитической ситуации и всей системы внутрисоциальных отношений.

## Глава 3: Публичная дипломатия РФ

## Параграф 3.1 Особенности публичной дипломатии РФ

В течение многих столетий под термином «дипломатия» в основном подразумевались переговоры, официальные отношения между государствами, обмен между ними официальными документами: нотами, грамотами и т. д. В принципе, это и составляет основу традиционной дипломатии, которую можно определить, как «ведение международных отношений посредством переговоров; метод, при помощи которого эти отношения регулируются и ведутся послами и посланниками; работа или искусство дипломата»[[22]](#footnote-22)

Современное определение публичной дипломатии не подразумевает под собой подмену традиционной дипломатии. Она является инструментом достижения целей, дополняя и расширяя возможности реализации целей внешней политики, а так же публичная дипломатия служит инструментом формирования благоприятной среды на международной арене для более активных и весомых шагов в политике. По факту публичная дипломатия выступает одним из аспектов мягкой силы, основными ее способами реализации своих целей является процесс убеждения, создание, продвижение и улучшение образа страны в социуме страны реципиента. Основными опорами публичной дипломатии на современном этапе являются привлекательность в таких сферах как:

1. Идеология
2. Культура
3. Внешняя политика

В своем вступлении Министр иностранных дел С.В. Лавров высказал: «Следует подумать о путях дальнейшей поддержки усилий российских НПО внешнеполитической направленности, развития их партнерских отношений с соответствующими зарубежными негосударственными институтами. Полезной представляется идея создания общественно-государственных фондов для координации работы обществ «Дружбы», ассоциаций выпускников, русскоязычной прессы, движения породненных городов. В последние годы в нашей работе появляются новые направления. Прежде всего, речь идет о содействии международному развитию. Указ Президента Российской Федерации от 8 мая 2013 г. закрепил роль российского сегмента содействия международному развитию (СМР) на двусторонней основе в качестве ведущего направления этой деятельности, а Россотрудничество – в качестве головного ведомства – наделено соответствующими полномочиями в этой области. Указом Президента от 20 апреля текущего года утверждена новая Концепция государственной политики Российской Федерации в сфере СМР. Призываю максимально быстро освоить данную тематику, чтобы без раскачки подключиться к практической работе».[[23]](#footnote-23)

В РФ на современном этапе нет четкого государственного органа, занимающегося управлением публичной дипломатии. Существует ряд органов использующие публичную дипломатию для достижения своих целей: Министерство иностранных дел, Министерство регионального развития, Общественная палата, Россотрудничество, «РИА Новости», «Russia Today» (RT) и т. д., но не существует контролирующего органа. Таким образом управлени~~е~~ публичной дипломатией осуществляется на уровне правительства, а задачи ставит руководство пресс-службы президента. Имея некоторые плюсы, данная система имеет ряд отрицательных черт.

1. Из-за положения руководителей, время на публичную дипломатию отводиться крайне мало. При необходимости в постоянном мониторинге и корректировки деятельности руководители просто не могут, из-за нехватки времени, уделить её должное внимание.
2. Управление производится по чёткой вертикали, что затрудняет проявление инициативы в области реализации и модернизации, создавая трудности в горизонтальной кооперации. Данная система, являясь отличительной чертой публичной дипломатии РФ, не соответствует современным вызовам и угрозам. Хотя некоторые органы имеет довольно обширный опыт в взаимодействии между собой.

Начиная с 2000 можно наблюдать увлечение значимости публичной дипломатии и заинтересованность в «мягкой силе», сейчас все больше внимания уделяется имиджу и образу РФ. Например, в Концепции внешней политики Российской Федерации «мягкая сила» рассматривается «неотъемлемой составляющей современной международной политики», а также указывается и определяется как «комплексный инструментарий решения внешнеполитических задач с опорой на возможности гражданского общества, информационно-коммуникационные, гуманитарные и другие альтернативные классической дипломатии методы и технологии»[[24]](#footnote-24). В 2008 году был создан Фонд поддержки публичной дипломатии им. Горчакова, главная задача которого заключается «в поощрении развития сферы публичной дипломатии, а также в содействии формированию благоприятного для России общественного, политического и делового климата за рубежом»[[25]](#footnote-25). На встрече министра иностранных дел С.В. Лаврова с представителями российских неправительственных организаций, взаимодействующих с МИД по международной тематике, было указано, что «вовлечение гражданского общества во внешнеполитический процесс, оказание содействия широкому участию неправительственных организаций внешнеполитической направленности в деятельности различных международных экспертно-политологических форумов и диалогов является закономерным процессом»[[26]](#footnote-26).

Отдельным аспектом в публичной дипломатии является Россотрудничество – «Федеральное агентство по делам Содружества независимых государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству. Оно стало своего рода ответом на вызовы времени, требующие нового, комплексного подхода к ключевым направлениям международной деятельности России. Являясь федеральным органом власти, находящимся в ведении МИД России, агентство активно участвует в решении многообразных практических вопросов, включая повышение качества наших взаимоотношений с партнерами по СНГ, осуществление программ по работе с соотечественниками и, разумеется, наращивание гуманитарно-культурного компонента наших международных связей»[[27]](#footnote-27).

В целом Россотрудничество является уникальном пользователем «мягкой силы» России, повышая способности страны в деле создании благоприятной среды для реализации своих целей через общественное мнение, формирования культурно-образовательную, гуманитарную, внешнеполитическую привлекательность нашей страны. Сегодня 86 представительств Россотрудничества действуют уже в 75 странах.

Важным направлением публичной дипломатии является иновещание. В современном мире большую популярность имеет идейная свобода. «В последние годы во многих государствах с различными политическими и культурными условиями вспыхнул новый интерес к зарубежному вещанию. Вслед за катарским каналом «Al Jazeera» заработали китайский «CCTV», французский «France 24», иранский «Press TV», российский «Russia Today». Создавались эти достаточно дорогостоящие проекты с целью формирования общественного мнения в ключевых государствах»[[28]](#footnote-28).

 Впервые вопрос о деятельности публичной дипломатии был поднят в Концепции внешней политики, утвержденной Президентом России 28 июня 2000 года. В этом документе на передний план была выдвинута задача «доведения до широких кругов мировой общественности объективной и точной информации о ее позициях по основным международным проблемам, о внешнеполитических инициативах, действиях Российской Федерации, а также о достижениях российской культуры, науки, интеллектуального творчества.»[[29]](#footnote-29)

Отправной точкой для активизации деятельности по улучшению имиджа России можно условно считать выступление В. В. Путина на пленарном заседании Совещания послов и постоянных представителей России 12 июля 2004 года. Он заявил, что «представления о России в мире далеки от реальности, что нередки случаи «спланированных кампаний по дискредитации нашей страны», и поставил перед российскими дипломатами задачу по формированию благоприятного образа нашей страны за рубежом»[[30]](#footnote-30).

Одним из основных элементов публичной дипломатии в период глобализации является цифровая дипломатия, или публичная дипломатия Веб 2.0. Цифровая дипломатия - это инструмент внешней политики основным полем которой является цифровое пространство и решение поставленных задач через использование сети интернет. Цифровая дипломатия позволяет государственным и негосударственным акторам в кратчайшие сроки реализовать свои цели до зарубежной аудитории получая в кратчайшие сроки ответ, тем самым создавая диалог без каких- либо задержек. Благодаря цифровой дипломатии акторы способны моментально реагировать за запросы общественности и моментально находить ключевые моменты для реализации курса страны. Основными формами осуществление цифровой дипломатии на современном этапе является ведение твитдипломатии, администрирование и наполнение контентом блогов, сайтов и комментирование под интересующими аудиторию новостями

«Материальное стимулирование международной деятельности идет по линии Общественной палаты, Фонда поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова, Фонда «Русский мир» и т. д. В организационном плане МИД России осуществляет большую координационную работу, проводит регулярные совещания с представителями НПО, поддерживает их международную деятельность, в частности сотрудничество с ООН и ее органами. В том же направлении действуют Россотрудничество и специально созданный при Общественной палате Российский общественный совет по международному сотрудничеству и публичной дипломатии. Такая деятельность представляется наиболее эффективной для осуществления целей российской публичной дипломатии»[[31]](#footnote-31).

«Российская государственная власть понимает возросшее влияние общественной дипломатии на формирование международной повестки дня. Об этом ясно заявил министр иностранных дел С.В. Лавров на заседании Российского общественного совета по международному сотрудничеству и публичной дипломатии в мае 2012 года. Он, в частности, отметил, что для обеспечения национальных интересов России невозможно обойтись без ресурсов публичной дипломатии, и выразил обеспокоенность тем, что «пока плотность присутствия наших специалистов, организаций на международной арене по разным причинам не соответствует той роли, которую Россия играет как одно из ведущих государств мира»[[32]](#footnote-32).

Таким образом, публичная дипломатия РФ имеет ряд отличительных черт, таких как специфичное управление, а именно управление, осуществляемое руководством страны, увеличенное значения во взаимодействии акторов публичной дипломатии. Отдельным аспектом стоит выделить телеканал Russia Today, который имеет обширную аудиторию за рубежом и, как показала практика, является единственным источником информации о родине для соотечественников за рубежом.

## Параграф 3.2 Основные направления деятельности публичной дипломатии РФ

На современном этапе грамотная реализация публичной дипломатии, искусное использование гуманитарных ресурсов во всех их проявлениях дает возможность более эффективных действий. Этот аспект так же эффективен в области создания благоприятной военно-политической обстановки(ВПО) в целевой стране и обеспечении военной безопасности государства, давая новые пути к экономическому сотрудничеству.

«Квалифицированное обращение к средствам публичной дипломатии или, напротив, пренебрежение ими в состоянии, соответственно, подкрепить или ослабить имеющиеся тенденции к интеграционному сближению; сгладить или обострить намечающуюся конфронтацию; помочь выйти из международной изоляции или закрепить маргинализацию; улучшить или ухудшить исход ведущихся переговоров; смягчить издержки финансовой и экономической зависимости или сделать их бремя еще тяжелее»[[33]](#footnote-33).

При условии умелого использования публичной дипломатии государство на современном этапе имеет больше шансов на становление и освоения пространства в современном многомерном миропорядке. После появления термина «публичная дипломатия» ранее существовавшее понимание закрытой и открытой дипломатии, народной и элитной, если не была полностью уничтожена, то их границы стали настолько размыты, что различие между ними практически не реально найти. Направление деятельности публичной дипломатии можно рассматривать со стороны теории и парадигм международных отношений, так, «возможности, предоставляемые публичной дипломатией в плане отстаивания национальных интересов, ее способность улучшить соотношение сил в пользу того участника двусторонних или многосторонних отношений, кто, осознав перспективность публично-дипломатических технологий в условиях массового общества и анархического по своей природе глобального мира, в наибольшей мере их освоил, позволяет осмыслить природу публичной дипломатии в категориях теории неореализма»[[34]](#footnote-34).

В то же время, существует взгляд на публичную дипломатию как вариант «мягкой силы». Осуществляемые в ее рамках ссылки на мнения не только власти, но и социума, частое обращение к международному праву и гуманитарной теме - всё это приводит к толкованию публичной дипломатии в рамках рационализма.

Создание посредством публичной дипломатии желательного образа государства~~,~~ дает возможность для создания логических образов в мышлении целевой аудитории, которые создают положительное ассоциативное восприятие государства. Данные ассоциации, появившиеся в понимании целевой аудитории дают возможности для восприятия публичной дипломатии через постмодернистский подход и направления деятельности в создании позитивного ассоциативного ряда страны пользователя.

«Наличие серьезных проблем с международным имиджем является для России данностью. Об этом свидетельствуют результаты ежегодного опроса, проведенного по заказу Би-би-си международным центром изучения общественного мнения GlobeScan со штаб-квартирой в Торонто и Программой по изучению отношения к международной политике (PIPA) университета штата Мэриленд. Исследование проводилось с 21 ноября 2008 года по 1 февраля 2009 года путем телефонного опроса 13575 респондентов в 21 стране. Число тех, кто считает, что Россия играет в мире отрицательную роль, составляет 42%. Лишь 30% считают наоборот. Россия находится в рейтинге на пятом месте с конца, опережая лишь Иран (55% и 17%), Пакистан (53% и 17%), Израиль (51% и 21%) и Северную Корею (48% и 20%). Хуже всего к России относятся Германия - 70%, Франция - 66%, США - 64%, Турция - 64%, Великобритания - 55%, Испания - 55% и Канада - 54%»[[35]](#footnote-35)

Для решения данной проблемы правительство РФ, озабоченное малой эффективностью публичной дипломатии начала спонсирование и выдачу материальной помощи организациям, основанным на общественных началах, подающих РФ с положительной стороны, тем самым обеспечивая ей положительный образ. Это мощные, влиятельные и авторитетные организации, среди которых фонд "Русский мир", Российский фонд мира, филиал Международного центра некоммерческого права в Российской Федерации, Федерация мира и согласия и ряд других, которые имеют заслуженное мировое признание в разных областях. РФ ежегодно награждает деятелей привнёсших наибольший вклад в формировании позитивного имиджа РФ.

«Так, фонд "Русский мир", имеющий около 100 официальных представительств за рубежом, активно занимается популяризацией русского языка и культуры за границей. Российский фонд мира и Федерация мира и согласия, имеющие консультативный статус при Социальном и Экономическом Советах Организации Объединенных Наций и статус участника Совета Европы, результативно осуществляют целевые проекты по различным направлениям своей деятельности.»[[36]](#footnote-36)

Общественные организации РФ имеют огромный вес во многих международных организациях, создавая имидж РФ не только как позитивного делового партнера. «Весьма положительно оценивается деятельность региональных союзов общественных объединений, действующих в интересах субъектов Российской Федерации и способствующих продвижению и реализации своих интересов за рубежом. Проводимая ими работа позволяет заинтересованно обсуждать вопросы взаимодействия власти, гражданского общества, политических кругов, бизнеса на принципах диалога и взаимопонимания.»[[37]](#footnote-37)

Даже невзирая на определенные успехи, сделанные организациями, самому правительству необходимо увеличить взаимодействие общественности с правительством. В рамках публичной дипломатии Россия должна создавать и продвигать собственные способы информационного влияния на общественное мнение за рубежом.

«Ключевой задачей, выполняемой представителями российской общественности, является защита законных интересов соотечественников за рубежом, которые выступают в качестве интеллектуальных, экономических, культурных и духовных партнеров России. Координация этой деятельности успешно осуществляется Министерством иностранных дел Российской Федерации»[[38]](#footnote-38).

На современном этапе социум все более активно включается в политическую жизнь страны, давая возможность двустороннего контакта с правительством посредством использования современных медиа, наиболее популярным стало использования интернета. Сейчас все большее внимания со стороны правительства уделяется высокотехнологическим информационным технологиям, социальным сетям, и контакту с гражданами других стран для достижения внешнеполитических задач. «Примером тому являются блоги Президента Российской Федерации Дмитрия Анатольевича Медведева, спикеров палат Федерального Собрания Российской Федерации Сергея Михайловича Миронова и Бориса Вячеславовича Грызлова, где в режиме неформального обращения обсуждаются различные вопросы, в том числе и вопросы общественной дипломатии.» [[39]](#footnote-39)

Вместе с тем, что РФ все чаще становится участником международных процессов, и увеличивается ее сопричастность ко всем международных проблемам, существует ряд проблемных вопросов уже в национальном законодательстве, хотя при президентстве Д.А. Медведева они были частично решены, потенциал России в публичной дипломатии всё-таки огромен.

После создания фонда поддержки публичной дипломатии уровень профессионализма, авторитет многих НПО вырос. Данным НПО уже достаточно и сил и связей для работы за рубежом. При этом они часто, в одностороннем порядке, выступают с многими инициативами и им не нужны ни директивы, ни управление со стороны правительства, ни рекомендаций. Их деятельности приводит к улучшению имижда государства. В целом данные организации сами осознают, что могут сделать для государства. «Буквально несколько лет назад Дмитрий Анатольевич Медведев своим распоряжением создал рабочую группу по совершенствованию законодательства в нашей стране. Мы взяли два закона – Федеральный закон "О некоммерческих организациях" и Федеральный закон "Об общественных объединениях". Сейчас с помощью членов экспертного совета (Дарье Милославской отдельное большое спасибо за это) мы достаточно серьезно… Уже внесены изменения в Федеральный закон "О некоммерческих организациях", и мы будем продолжать эту работу. Осенью, скорее всего, будут внесены значительные изменения в Федеральный закон "Об общественных объединениях".»[[40]](#footnote-40)

## Параграф 3.3 Модель публичной дипломатии России

Начиная с 2000 годов, РФ наращивает усилия для укрепления своего имиджа за рубежом, создавая благоприятный фон для реализации своих внешнеполитических задач.

 «На новом этапе социально-экономических и внешнеполитических перемен в России, обусловленных стратегией модернизации внутри страны и трансформацией архитектуры международной безопасности в глобальном мире, российское государство определяет вою национальную, адекватную современным реалиям стратегию культурно-гуманитарной дипломатии, ориентированную на эффективное использование ресурсов и потенциала отечественной сетевой дипломатии, институтов гражданского общества.»[[41]](#footnote-41)

Первым этапом формирования модели публичной дипломатии РФ можно считать 1925 год, когда началось постоянное использование взаимодействия общественной и культурной дипломатии для достижения своих целей. В этом году было создано Всесоюзное общество культурных связей с заграницей (ВОКС). Именно в этот период начинают реанимироваться политические взаимодействия с другими странами и начинают устанавливаться дипломатические взаимоотношения с ними. Главное достижение ВОКСа в тот период – формирование общественного движения за установлением дружественных связей с Советской Россией.

Наиболее важным инструментом повлиявшим на формирование публичной дипломатии России являются СМИ, которые освещали деятельность публично-дипломатических акций в правильном ракурсе. Именно тогда начинает создаваться равенство между пропагандой и публичной дипломатией так как такой ресурс как ТАСС был монополистом в области обеспечения зарубежного общества информацией о СССР. Другим важным аспектом модели публичной дипломатии РФ является системы авторских новостей и печати, по своей структуре они были многопрофильными и многофункциональными акторами публичной дипломатии. Оно готовило статьи, издавало книги, брошюры, журналы, газеты, пресс-релизы на местных языках почти в 100 странах, проводило фотовыставки, «круглые столы» и семинары, организовывало программы для иностранных журналов, учреждало премии.

Также отличительной чертой публичной дипломатии являлась, на тот период, колоссальная подготовка кадров. Свои специалисты в направлении пропаганда и коммуникация была во многих образовательных учреждениях страны. В СССР проходили обучение граждане 141 государства, а представители 101 страны активно участвовали в наших образовательных программах. Наиболее ярким примером реализации образовательных программ стал – Российский университет дружбы народов (в ту пору – УДН им. П. Лумумба), учрежденный 5 февраля 1960 г. решением советского правительства.

Однако важно понимать, что между образовательными мерами Советского Союза и Соединенных Штатов имелись огромные различия, поскольку в СССР не существовало плановой ежегодной подготовки по модификации программ обучения для каждой отдельно взятой страны. Принятая однажды установка по рекрутированию в программы определенной целевой аудитории не менялась.

 Если США занималась мониторингом политики своего оппонента, то в СССР такой анализ осуществлялся крайне редко.

После распада СССР, РФ старалась создать новую модель своей публичной дипломатии, основанной опыте СССР, но не прекращались попытки разработать и явить миру позитивный имидж России. На современном этапе модель публичной дипломатии РФ строится на содействии НПО в процессе создания благоприятного имиджа страны, как уже было сказано выше: После создания фонда поддержки публичной дипломатии уровень профессионализма, авторитет многих НПО вырос. Данным НПО уже достаточно и сил и связей для работы за рубежом. При этом они часто, в одностороннем порядке, выступаю с многими инициативами и им не нужны ни директивы, ни управление со стороны правительства, ни рекомендаций. Их деятельности приводит к улучшению имиджа государства. Данные организации сами осознают, что могут сделать для государства и прекрасно с этим справляются.

Д.А. Медведев в беседе с ведущим «Итоговой программы НТВ» Кириллом Поздняковым от 26 июля 2009 года заявил, что «образ России должен быть образом современного и сильного государства, прагматичного, сдержанного, в то же время способного сказать своё слово в международном контексте». [[42]](#footnote-42)

Таким образом сформировалась цель публичной дипломатии, а для её достижения «большое значение приобретает развитие средств доведения информации до акторов публичной дипломатии. В течение последних нескольких лет при участии или под патронажем государства разрабатывается и реализуется большое количество проектов в рамках программы по формированию положительного имиджа России за рубежом. Так, в декабре 2005 года начал работать первый российский информационный телеканал Russian Today, ведущий круглосуточное вещание на английском языке. 4 мая 2007 года был запущен российский новостной телеканал на арабском языке. Увеличение аудитории достигается через проникновение не только в спутниковые пакеты и кабельные сети, но и через широкое использование интернет-СМИ, в том числе контента, создаваемого пользователями: блоги, страницы, социальные сети и т.п.»[[43]](#footnote-43)

В таких условиях формировалась публичная дипломатия РФ; как следует из новой Концепции внешней политики, особое значение приобретает информационное обеспечение внешнеполитической деятельности. Важным аспектом её деятельности является доведение позиции РФ по отношению к основным международным проблемам, её внешнеполитическим инициативам, её официальному курсу внешней политики, достижения культура и спорта, науки и творчества до внутренней и зарубежной общественности.

На передний план выдвигается цель формирования за рубежом политического образа России и дружественного отношения к ней. Обязательным элементом данной работы должны быть целенаправленные действия по широкому объяснению за рубежом сути внутренней политики России, происходящих в стране политических и экономических процессов. Актуальным становится ускоренное развитие в Российской Федерации эффективных средств пропаганды необходимого восприятия на общественное мнение за рубежом.

Первостепенной задачей стало модернизация работоспособного механизма внешнеполитической информации. Ведь МИД, его Департамент информации и печати функционально не может быть приспособлен для конвейерного обеспечения зарубежных СМИ, профессионально подготовленными материалами, которые качественно и оперативно обслуживали бы внешнеполитические интересы России.

За короткий срок огромную работу проделал Департамент информационного обеспечения МИДа РФ. Сегодня он открывает обширный информационный массив практически всем российским посольствам. Однако полученную из Москвы информацию надо приспособить к местным условиям и даже стандартам конкретного СМИ, перевести на местный язык, что успешно делало АПН. Не следует надеяться, что работу в интересах доведения до зарубежной аудитории объективного образа России выполнит патрон или редактор закордонного СМИ.

Таким образом, российским имиджем за рубежом занимаются и Trendline/s Russian («Российские тренды») – приложения, которые размещаются в ведущих иностранных газетах с целью информирования о позитивных изменениях, имеющих место в России, и создания у зарубежного читателя позитивного образа России.

## Параграф 3.4 Публичная дипломатия РФ в отношениях с ЕС

Европейский Союз является одним из наиболее важных рынков для российской федерации, их взаимоотношения основываются на договорах о сотрудничестве, основным направлением которых является торговля и различные сектора экономики. «Соглашение с Россией является самым глобальным из всех соглашений ЕС о партнерстве и сотрудничестве с индивидуальными странами, не являющимися кандидатами на вступление в ЕС, и концентрируется на вопросах экономики, сотрудничества в науке и образовании, а также на вопросах внутренней и внешней безопасности.»[[44]](#footnote-44) Заинтересованность в сфере экономики ЕС и РФ друг в друге, делающая неизбежной их сотрудничество в экономике, которое образует одну из сфер приложения усилий публичной дипломатии России по отношению к ЕС, обусловлена ролью ЕС одного из важнейших покупателей энергоресурсов.

Деловые контакты – это точки соприкосновения, которые связывают Россию и страны Евросоюза. Пока политики настраивают дипломатические взаимоотношения, бизнес увеличивает рабочие места. И он не собирается закрывать производство, пропускать прибыль и сокращать сотрудников. На заседании "Мастерской будущего" в Тамбове и российские, и немецкие участники говорили, что в условиях, когда политикам и дипломатам все тяжелее найти точки соприкосновения бизнес – это последняя и самая верная надежда на продолжение сотрудничества. «По данным руководителя Центра германских исследований Института Европы РАН Владислава Белова, это приблизительно 300 тыс. рабочих мест. При этом на российском рынке работают приблизительно 6500 германских фирм. Российских в Германии (разумеется, только тех, что зарегистрированы именно как российские, без учета офшорных компаний) – около 1800. Это явно не только "Газпром" и его немецкие партнеры. Речь отнюдь не идет исключительно о дружбе на нефтегазовой почве. Сотрудничество есть практически везде: от туризма до высоких технологий и от поставок продуктов питания до совместных научных проектов.»[[45]](#footnote-45)

«ЕС является крупнейшим торговым партнером России, занимая 52% общего торгового оборота. С точки зрения ЕС Россия является третьим крупнейшим торговым партнером ЕС после США и Китая. Объем иностранных прямых инвестиций ЕС в Россию составил 92 млрд. евро к концу 2008 года. Объем же иностранных прямых инвестиций России в ЕС составил 28.4 млрд. евро к концу 2008 года. Приток российских прямых инвестиций в ЕС составил 3.1 млрд евро в 2009 году, тогда как отток прямых инвестиций ЕС в Россию составил 1 млрд. евро в том же году.»[[46]](#footnote-46)

Для полноценного развития публичной дипломатии РФ на территории ЕС нет необходимости в полном государственном контроле, Экономические субъекты сами настраивают взаимоотношениям преследуя частные интересы, которые пассивно благоприятно влияют на имидж России.

В 2006 г. РФ создала ещё один инструмент публичной дипломатии в ЕС в области СМИ, направленный на формирование положительного имиджа России за рубежом. ««Российская газета» договорилась с ведущими мировыми изданиями, такими как, британский Daily Telegraph, французский Le Figaro, и др., о размещении в них приложения Trendline`s Russia («Российские тренды»)»[[47]](#footnote-47). Цель этих приложений состоит в освещении позиции РФ для иностранной аудитории, происходящих в России, в финансовых, спортивных, культурных и прочих достижениях.

Культура и политика Российской Федерации являются наиболее привлекательным аспектом для зарубежной аудитории и этим объясняется тот факт, что основным инструментом публичной дипломатии является культурный обмен.

Восприятие РФ в разных странах мира имеет сильное различие, всё зависит и от региона и от истории взаимоотношений, и от эффективности и детализированной публичной дипломатии в конкретной стране. Согласно данным исследования Kohut, Wike, Horowitz 2007, в рамках которого рассматривались замеры позитивного и негативного образа стран в отношении граждан можно сделать вывод, что позитивное мышление о России характерно для большинства стран СНГ и стран третьего мира, но западным странам характерно негативное отношение. Для стран Европы имидж России довольно сильно зависит от истории их взаимодействий.[[48]](#footnote-48)

Так же интересные результаты получены в ходе Интернет-опроса, проведенного в 2006 г. среди российских и западноевропейских студентов-членов Международной ассоциации студентов, обучающихся по специальности связи с общественностью. Опрос показал, что среди студентов из России, Западной и Восточной Европы образ России значимо ассоциируется с коррупцией и бедностью, при этом подобная ассоциация особенно распространена среди студентов из Восточной Европы, что коррелирует с тем обстоятельством, что именно учащиеся ВУЗов из Восточной Европы причисляют нашу страну к третьему миру. [[49]](#footnote-49)

Таким образом публичная дипломатия РФ на территории ЕС в общем понимании ведётся методом без участия государства, посредством деятельности различных НПО и предприятий. Данные действия создают образ РФ как надежного партнера во многих сферах экономики. Следственно на территории ЕС нет необходимости в специфичных программ публичной дипломатии, хотя в военной сфере данный регион является одним из самых детально-разобранных в плане информации.

## Параграф 3.5. Публичная дипломатия РФ в период с 1992 по 2014.

О публичной дипломатии в РФ заговорили ещё в начале 2000, к примеру в концепции внешней политики существует пункт о необходимости проведения публичной дипломатии: «доведения до широкой мировой общественности объективной и правдивой информации о России и её позициях по основным международным проблемам»[[50]](#footnote-50) Данная фраза впервые появилась в документе в 2000 г в разделе «Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности»[[51]](#footnote-51). Однако же только в 2008 термин появился в официальном документе на страницах концепции внешней политики от 2008 г.

«В рамках публичной дипломатии Россия будет добиваться своего объективного восприятия в мире, развивать собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом, обеспечивать усиление позиций российских средств массовой информации в мировом информационном пространстве, предоставляя им необходимую государственную поддержку, активно участвовать в международном сотрудничестве в информационной сфере, принимать необходимые меры по отражению информационных угроз её суверенитету и безопасности».[[52]](#footnote-52)

Первыми действиями только зародившейся публичной дипломатии РФ в 2003 стал социальный опрос американского социума об ассоциации с Россией. Им необходимо было назвать 10 предметов, которые ассоциируются с Россией, наиболее популярными ответами в этом опросе стали Калашников, водка и коктейль Молотова. Тогда 12 июля 2004 г. на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России В.В. Путин заявил, «что представления о России в мире очень часто далеки от реальности, в связи с чем посольства и другие зарубежные представительства должны принять активное участие в формировании непредвзятого благоприятного представления о внутренней и внешней политике Российской Федерации, о ее истории, о ее культуре, о сегодняшнем развитии» [[53]](#footnote-53).

В 2006 году правительство запустило новый проект в области СМИ «Российская газета», но данный момент подробнее расписан выше. Следующей вехой в информационном пространстве стало создание международного информационного агентства «Россия сегодня». «Данная медиагруппа объединила **радиовещание**, новостные **ленты** на русском, английском, испанском, арабском и китайском языках, **информационные порталы** более чем на 30 языках, мультимедийные международные **пресс-центры** и информационные продукты в **социальных сетях**. За рубежом МИА «Россия сегодня» представлено мультимедийной группой Sputnik, которая ориентирована непосредственно на международную аудиторию и осуществляет вещание на десятках языках»[[54]](#footnote-54)

Разумеется информационная среда является важным компонентом публичной дипломатии, однако нельзя не коснуться популяризации языка. Именно для этого в 2007 году создается фонд «Русский мир», которое было создано при поддержке МИД РФ. Главной задачей фонда является создания кружков русского языка за рубежом для увеличения его популярности. А также работает с соотечественниками за рубежом. Нельзя не отметить спонсирование МИДом различных журналов, популяризирующих деятельность русских специалистов в различных сферах. Так, журнал «Балтийский мир» ежемесячно публикует несколько достижений русских специалистов исходя не только из истории, но и современности.

Ежегодно МИД РФ награждает памятными наградами особо отличившихся соотечественников, внесших неоценимый вклад в улучшения образа страны. Среди таких личностей есть как литераторы, так и бизнесмены, которые несут российскую культуру за границу. Стоит отметить, что русская культура, сама по себе, является очень популярной для заграничной аудитории, поэтому культурным вопросам уделяется повышенное внимание в российской публичной дипломатии. Наибольшую роль в этом играет Россотрудничество – «Федеральное агентство по делам СНГ, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству, которое функционирует с 2008 г. и является федеральным органом власти при МИД РФ»[[55]](#footnote-55)

«Деятельность Россотрудничества и его загранучреждений направлена на реализацию государственной политики международного гуманитарного сотрудничества, содействие распространению за рубежом объективного представления о современной России.

Не так давно особое внимание стало уделяться взаимодействию МИД РФ с представителями российских НПО. На этой основе в феврале 2010 г. Министерство иностранных дел России учредило Фонд поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова, цель которого заключается в «поддержке публичной дипломатии, содействии участию российских неправительственных организаций в международном сотрудничестве и активном вовлечении институтов гражданского общества во внешнеполитический процесс»[[56]](#footnote-56)Фонд Горчакова предоставляет гранты различным неправительственным организациям, оказывая тем самым поддержку в осуществлении разработанных ими проектов. Можно сказать, что он «является неким «собирателем идей» и призван ориентировать НПО в правильном направлении»[[57]](#footnote-57). Кроме того, сам Фонд проводит мероприятия, конференции и лекции по различным вопросам, касающимся внешнеполитической проблематики, а также привлекает иностранных специалистов. Эти действия направлены на поддержку российской публичной дипломатии и улучшение международного имиджа России.

В 2014 году на своем выступлении, касаясь темы Публичной дипломатии Сергей Лавров сказал: «Следует подумать о путях дальнейшей поддержки усилий российских НПО внешнеполитической направленности, развития их партнерских отношений с соответствующими зарубежными негосударственными институтами. Полезной представляется идея создания общественно-государственных фондов для координации работы обществ «Дружбы», ассоциаций выпускников, русскоязычной прессы, движения породненных городов. В последние годы в нашей работе появляются новые направления. Прежде всего, речь идет о содействии международному развитию. Указ Президента Российской Федерации от 8 мая 2013 г. закрепил роль российского сегмента содействия международному развитию (СМР) на двусторонней основе в качестве ведущего направления этой деятельности, а Россотрудничество – в качестве головного ведомства – наделено соответствующими полномочиями в этой области. Указом Президента от 20 апреля текущего года утверждена новая Концепция государственной политики Российской Федерации в сфере СМР. Призываю максимально быстро освоить данную тематику, чтобы без раскачки подключиться к практической работе»[[58]](#footnote-58).

Таким образом публичная дипломатия РФ строилась на основе культурной политики, ставя во главе культурные и образовательные обмены. Так же важной вехой является продвижение русских трендов и русского образа для более эффективной публичной дипломатии РФ.

## Заключение

В данной дипломной работе был рассмотрен вопрос публичной дипломатии Российской федерации в период 1992-2014 на примере взаимоотношений с ЕС. Данный вопрос затрагивает такие важные аспекты, как история международных отношений, внешнеполитическая обстановка данного периода, влияние международных организаций на процесс эволюции публичной дипломатии и многие другие значимые аспекты данной сферы политики.

Публичная дипломатия – понятие очень широкое, поскольку теперь в него вовлечены не только непосредственные участники дипломатического процесса (такие как послы, пресс-атташе, консул и т.д.), но и зачастую рядовые граждане различных стран.

 К сожалению, несмотря на признание необходимости усиления роли публичной дипломатии в процессе международных отношений, точки зрения экспертов по данному вопросу сильно разнятся. Выделяются следующие две точки зрения:

1. Принятие публичной дипломатии как более активное и умелое использование современных средств PR и механизмов для продвижения и достижения целей государственной политики;
2. Определение основной задачи НПО, занимающихся публичной дипломатией как осуществление непосредственных связей с гражданским обществом других стран с целью углубления взаимопонимания между народами.

В данной дипломной работе теоретическую и методологическую основу определил анализ используемых источников литературы по данной сфере.

В процессе написания данной работы автор решил следующие поставленные ранее задачи:

1. Выявление основных вех истории появление и эволюция публичной дипломатии, ее целей, средств и круга участников.

2. Определение понятия «публичная дипломатия», выявление отличительных особенностей и современных черт, новой публичной дипломатии.

3. Научная характеристика национальной модели публичной дипломатии России.

4. Оценка существующих инструментов российской публичной дипломатии.

5. Определение отличительных черт публичной дипломатии в период с 1992 по 2014 года.

На основании системного подхода к анализу мировой политики и международных отношений автор пришел к следующим выводам:

Развитие публичной дипломатии является перспективной сферой внешней политики, и в недалеком будущем она (публичная дипломатия) будет являться одним из главных инструментов внешнеполитических отношений.

Исходя из вышеизложенного и поставленной автором цели, публичная дипломатия является сложноорганизованной программой внешней политики государств с огромным количеством акторов, которыми являются как государственные образования, так и негосударственные организации.

Таким образом, можно наблюдать, что с момента появления в политическом дискурсе публичная дипломатия прошла большую эволюцию, и сегодня зачастую подразумевает под собой развитую многоканальную систему двусторонней коммуникации между обществами различных стран, а так называемые «великие державы», во многом определяющие ситуацию на международной арене, уже не являются единственными акторами, способными регулировать международные отношения.

В так называемой новой публичной дипломатии негосударственные акторы смогут играть не только роль, сопоставимую с государством, но и в целом даже более важную для развития международных отношений роль.

## Список используемых источников и литературы

1. **Официальные документы**
	1. Указ Президента РФ «Концепция национальной безопасности Российской Федерации». // Российская газета. 18.01.2000 г.;
	2. Указ Президента РФ «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации».// Российская газета. 28.09.2000 г.;
	3. Указ Президента РФ « О мерах по реализации внешнеполитического курса. 7.05.2012 г. //http: www. Kremlin.ru.;
	4. Резолюция сессии ГА ООН №53/70 « Достижения в сфере информатизации и телекоммуникаций в контексте международной безопасности». 4.12.1998 г.;
	5. Report of the Advisory Commission on Public Diplomancy Washington / 2005 < http :// www. State/ gov/ pdcommission/reports/55903.
	6. Report of PewGlobalrg/ global unease with Major World Powers. Washington. 2007. < http:// www.pewglobal org/2007/0627/ global-unease-with-major-world-powers/>;
	7. Task Force Report on Greate CIA Openness 1991.<https://www.cia. gov>
	8. U.S. Publik Diplomacy : Background and Current Issus // CRS Report for Congress, 2009. 30.05.2014< www. Fas. Org/ sgp/crs/row/R40989. Pdf>.
2. **Диссертации и авторефераты**
	* 1. Басов Ф.А. Политика Федеративной Республики Германии по вопросу формирования общего пространства внешней безопасности России и Европейского Союза. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2012 г.;
		2. Бондаренко Ю.Ю. Становление дипломатии Европейского Союза: Современное состояние и перспективы. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. СПб.: 2012 г.;
		3. Галумов А.Э. Опыт дипломатии в формировании имиджа Европейского Союза в Российской Федерации Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2012 г.;
		4. Долинский А.В. Современные механизмы сотрудничества в рамках публичной дипломатию Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2011 г.;
		5. Жукова Н.А. Сравнительный анализ роли СМИ в политическом процессе России и США (1991-02008 г.г.) Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2008 г.;
		6. Манжулина О.А. «Публичная дипломатия США. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2005 г.;
		7. Панова Е.П. «Мягкая власть» как способ воздействия. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2012 г.;
		8. Паршина Е.В. Роль и место публичной дипломатии в формировании имиджа государства. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2006 г.;
		9. Сухаров А.И. Политическое становление субъектов гуманитарных взаимодействий в международных отношениях глобального мира. Автореферат на соискание ученой степени доктора политических наук. М.: 2011 г.;
		10. Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа российского государства (Теоретико-методологические и прикладные аспекты политического анализа). Автореферат на соискание ученой степени доктора политических наук. М.: 2010 г.;
		11. Филимонов Г.Ю. Роль «мягкой силы» во внешней политике США. Автореферат на соискание ученой степени доктора политических наук. М.: 2013 г.;
		12. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия как инструмент идеологической и политической экспансии США в мире, 1914-2014 гг. ). Автореферат на соискание ученой степени доктора исторических наук. СПб.: 2015 г.;
		13. Шестакова Е.П. «Движение зеленых» как субъект мировой политики. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. М.: 2009 г.;
		14. Якубов Ю.Д. Неполитические общественные объединения как фактор политики. Автореферат на соискание ученой степени кандидата политических наук. Казань: 2013 г..
3. **Монографии и учебные пособия**

Арон Р. Измерение политического сознания /Перевод с французского/ Отв. ред. и автор заключительной статьи И.А.Гобозова. М.: Книжный дом «Либроком», 2010г.;

Бенстон Ф. Введение в политическую науку. – М.: 2003г.;

Бжезинский З. Великая шахматная доска. – М.: Международные отношения, 2000г.;

Борсукова А.В. Негосударственные участники мировой политики. – М.: Аспект-Пресс, 2013г.;

Брутенц К.М. Великая геополитическая революция. – М.: Международные отношения, 2014г.;

Бротерский Т.В., Бородочев Д.В. Невоенные рычаги внешней политики. – М.: ВШЭ, 2012г.;

Дипломатия зарубежных государств. Учебное пособие / Под ред. Т.В.Зоновой. – М.: МГИМО (У) «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004г.;

Журкин В. Военная политика Евросоюза. – М.: Международные отношения Институт Европы РАН, 2014г.;

Зонова Т.В. Дипломатия иностранных государств: учебное пособие МГИМО (У): - М., РОССПЭН. 2004г.;

Зонова Т.В. Новые проблемы дипломатии // Современные международные отношения и мировая политика под ред. А.В. Торкунова. – М.: Просвещение, 2004г.;

Кокошин А.А. Политика как общественный феномен: формы и виды политики, её акторы, взаимоотношение с идеологией, военной стратегической разведкой. – М.: URSS, Либроком, 2010г.;

Кубышкин А. И., Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США: учебное пособие для ВУЗов /А. И.Кубышкин, Н.А.Цветкова. – М.: Асток Пресс, 2013г.;

Лебедева М.М. Мировая политика. Издание – 2-у. – М.: Аспект-Пресс, 2006г.;

Лебедева М.М. Мировая политика в XXI веке: акторы, процессы, проблемы: учебное пособие //М.М.Лебедева. – М.: МГИМО (У), 2009г.;

Лебедева М.М. Политические системы мира и новые участники международных отношений. Современные международные отношения и мировая политика / Отв. ред. Торкунов А.В. / МГИМО (У) МИД России. – М.: Просвещение, 2004г.;

Лебедева М.М. Современные глобальные проблемы мировой политики. – М.: Аспект – Пресс, 2009г.

Манжулина О.А. Публичная дипломатия США, СПб, 2005г.;

Методика результаты ситуационных анализов: мастер-класс по программе «Мировая политика» /Рук. Е.М.Примаков. – М.: МГИМО (У), 2006г.;

Ной Дж. С. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – Новосибирск / Москва. Фонд социо-прогностических исследований «Тренды», 2006г.;

Российская Федерация в международных отношениях: сборник научных статей / Под общей редакцией В.А. Михайлова, А.О. Терновой. – М.: Изд-во РАГС, 2008г.;

Современные глобальные проблемы мировой политики: учебное пособие для студентов ВУЗов /Под ред. М.М. Лебедевой. – М.: Аспект Пресс, 2009г.;

Филимонов Г. Культурно-информационные механизмы внешней политики США. Истоки и новая реальность. – М.: РУДН, 2012г.;

Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США: монография. – М.: РУДН, 2010г.;

Формирование позитивного имиджа в России через взаимодействие с многосторонними международно-политическими институтами / Отв. ред. В.Г. Бороновский. – М.: ИМЭМО РАН, 2008г.;

Ширяев Б.А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. – СПб, 2007г.

1. **Статьи и публикации.**
	* + 1. Бартош А.А. Эволюция общественной деятельности НАТО //htpp://isc.mslu.ru/index.php?option=com\_content&id=348;
			2. Бурминова Н.В. Публичная дипломатия России: практика и проблема становления. http://www.molpalata.ru/opinions/publichnaya\_diplomatia\_rossii\_p...$;
			3. Восприятие НАТО населением России. Аналитический отчет по результатам социологических исследований ВЦИО. Н: 2006г.;
			4. Галумов э. Публичная дипломатия Европейского Союза: проблемы, перспективы развития/ www.grandazs.ru;
			5. Годжиев К. Имидж как инструмент культурной гегемонии. // МЭ и МО, 2007, № 12.
			6. Долинский А.В. Дискурс о публичной дипломатии. // Международные процессы. Т.9, № 1 (25), 2011г.;
			7. Долинский А.В. Эволюция теоретических основ публичной дипломатии. // Вестник МГИМО (У), 2011, № 2;
			8. Дробот А.Г. Дипломатия- средство международно-политических взаимодействий // Обозреватель http://www.rau.ru;
			9. Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы. http://www.g20civil.com/ru/articles/949/;
			10. Лукин А.В. Публичная дипломатия // Международная жизнь, №3, . 2013г.;
			11. Лукин А.В. Публичная дипломатия: государственная пропаганда или гражданская инициатива // М.: Дипломатический ежегодник, 2012г.;
			12. Попов Д.С. Цифровая дипломатия США // htpp://old.riss.ru/en/new/97-analitika/3988-tsifrovaya-diplomatiya-ssha#.VSVa3cdwsgg;
			13. Федоров О.Д. Новые тенденции в публичной дипломатии США в период администрации Б. Обамы // Вектор науки ТГУ, 2014, № 2;
			14. Филимонов Г.Ю. Актуальные вопросы формирования стратегии «мягкой силы» во внешней политике Российской Федерации // www.georgefilimonov.com/articles/important-issues-jf-soft-power-strategy-in-the-foreign-police-of-the-russian-federation/
			15. Хачатуров К.А. Мир должен знать о России правду // Российская Федерация сегодня. 2000, № 22;
			16. Хачатуров К.А. Обеспечение внешнеполитических позиций России в свете доктрины информационной безопасности // evartist narod.ru;
			17. Цатурян С.А. Общественная дипломатия США в новом информационном столетии // США v Канада: экономика, политика, культура. М.: Наука, 2010г.;
			18. Цветкова Н.А. Оценка эффективности международной образовательной политики СССР и США в годы «Холодной войны» // 200 лет российско-американских отношений: наука и образование: сборник статей /Под ред. А.О. Чубарьяна, Б.А. Рубла. М.: - ОЛМА Медиа Групп, 2007г.;
			19. Цветкова Н.А. Программа Web 2.06 публичной дипломатии США //www.ushistoru.ru/stati/559-programme-wtb-20-v-publichnoj-diplomatii-ssha.html;
			20. Цветкова Н.А. Cultural imperialism: международная образовательная политика США в годы «Холодной войны». – СПб,: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2007г.;
			21. Яковенко А.В. Современная пресс-служба // evartist narod.ru;
			22. Joseph S. Nye, Jr. Joft Power.// Foreign Policy, No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990);
			23. The American president with a laudable desire // Times. 15.01.1856. What is Public Diplomacy? // htpp://tleteres.tuts.edu/ Moscow/Diplomace.
1. См.Сеидов В.Т. От традиционной дипломатии к публичной дипломатии //http://evartist.narod.ru/text 10/91.htor#3-05 [↑](#footnote-ref-1)
2. Указ о мерах по реализации внешнеполитического курса 7 мая 2012 г [↑](#footnote-ref-2)
3. Указ о мерах по реализации внешнеполитического курса РФ подписан 7 мая 2012 г. // http// www.kremlin.ro/acts/1 5256 [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же [↑](#footnote-ref-4)
5. Там же [↑](#footnote-ref-5)
6. The American president with a laudable desire // Times. 15 January 1856. P. 10. [↑](#footnote-ref-6)
7. Там же [↑](#footnote-ref-7)
8. : Cull N. J. Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase // Routledge Handbook of Public Diplomacy. Ed. by Nancy Snow, Philip M. Taylor. L.; N.Y.: Routledge, 2009. P. 19. [↑](#footnote-ref-8)
9. А.Долинский – Международные процессы Том 9, № 1(25). Январь–апрель 2011 Москва. [↑](#footnote-ref-9)
10. [↑](#footnote-ref-10)
11. Цветкова Н.А. Программы WEB 2.0. в публичной дипломатии США // США и Канада: политика, экономика и культура. - 2011. - № 3. - с.11. [↑](#footnote-ref-11)
12. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power.-New York, 1990.;

 Nye J. Soft Power. The Means to Success in World Politics.-New York; Public Affairs, 2001. [↑](#footnote-ref-12)
13. Кохейн Р. Международные отношения: вчера и сегодня// Пролитическая наука: новые направления/Пер.с англ.М.М.Гурвица А.Л.Демчука Т.В.Якушевской. Научный редактор Е.Б.Шестопал. – М., 1999; Keohane R., Nye J. Soft Power and Interdependence; World Politics in Transition.-Boston; Little, Brown and Company,1997.

 [↑](#footnote-ref-13)
14. Zaharna R/S/ Mapping Jut a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives; Information and Relational Communication Frameworks\\Routledge Handbook of Public Diplomacy\ed. by N.Snow, Ph.M.Taylor L.-N.Y.: Routledge, 2009.P.86-100 [↑](#footnote-ref-14)
15. Мунжулина О.А. статья в журнале «Стратегия России» СПБ 2006г. [↑](#footnote-ref-15)
16. Филлимонов Г. Ю. «Внешняя культурная политика США как компонент “мягкой силы”». М, 2007 [↑](#footnote-ref-16)
17. www.i2r.ru/article.shtml?id=5795 дата обращения 21.01.17 [↑](#footnote-ref-17)
18. Drew E. On the Edge. N.Y., 1994. P. 411. [↑](#footnote-ref-18)
19. Цит. по: Gowing N. Real-Time Television Coverage of Armed Conflicts and Diplomatic Crises. Harvard University. 1994. P. 38. [↑](#footnote-ref-19)
20. Ibid. P. 20 [↑](#footnote-ref-20)
21. Н.А. Цветкова США и Канада: Экономика, политика, культура, № 3, 2011, стр. 109-122. СПбГУ [↑](#footnote-ref-21)
22. Никольсон Г. Дипломатия / Пер. с англ.  под ред. и с предисловием А.А.Трояновского. М.: ОГИ3, 1941. С. 1 // http://scilib.narod.ru/Other/Nickolson/Diplomacy.htm [↑](#footnote-ref-22)
23. С.В. Лавров: Важно взаимодействовать с гражданским обществом за рубежом URL: http://gorchakovfund.ru/news/11925/ [↑](#footnote-ref-23)
24. Концепция внешней политики Российской Федерации. URL: http://www.mid.ru/brp\_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F [↑](#footnote-ref-24)
25. Фонд  поддержки публичной дипломатии им. Горчакова. URL: http://gorchakovfund.ru/about/mission/ [↑](#footnote-ref-25)
26. Выступление Министра иностранных дел России С.В.Лаврова на встрече с представителями российских неправительственных организаций, взаимодействующих с МИД по международной тематике. 2013, 4 марта. URL: [http://www.mid.ru/brp\_4.nsf/0/ADA5A1B7975B8B3C44257B240057FD58](http://human.snauka.ru/goto/http%3A/www.mid.ru/brp_4.nsf/0/ADA5A1B7975B8B3C44257B240057FD58) [↑](#footnote-ref-26)
27. О.В. Лебедева – «Особенности института публичной дипломатии РФ» статья в журнале «Международнвя Жизнь» [↑](#footnote-ref-27)
28. Бюджет «Russia Today» (RT) составляет около 30 млн. долларов в год. См. подробнее: «Еще один голос в хоре». Интервью главного редактора «Russia Today» Маргариты Симоньян // http://www.mediaatlas.ru/items/?id=3063&cat=interview&field=r\_tv. [↑](#footnote-ref-28)
29. Концепция внешней политики РФ URL: http://kremlin.ru/acts/news/785 [↑](#footnote-ref-29)
30. Выступление В.В.Путина на пленарном заседании Совещания послов и постоянных представителей URL:http://kremlin.ru/events/president/transcripts/22545 [↑](#footnote-ref-30)
31. А.Лукин д.и.н. – «Публичная дипломатия» статья в журнале «международная жизнь» URL: https://interaffairs.ru/jauthor/material/831 [↑](#footnote-ref-31)
32. http://xn--90aavaaaeegdccyobjg1dgc1g.xn--p1ai/news/analitika/publichnaya-diplomatiya-kak-mekhanizm-vneshney-politiki-rossii/ [↑](#footnote-ref-32)
33. Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом РФ 12 февраля 2013 г.) // Официальный сайт МИД России. [↑](#footnote-ref-33)
34. What is Public Diplomacy? // The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. The Fletcher School. Tufts University. [↑](#footnote-ref-34)
35. Россия упала в глазах других стран. URL: http://news.bbc.co.uk/hi/russian/international/newsid\_7873000/7873561.stm [↑](#footnote-ref-35)
36. Б. И. Шпигель выступление - Стенограмма «**Общественная дипломатия: проблемы и пути их решения**» Москва 2010 г [↑](#footnote-ref-36)
37. Б. И. Шпигель выступление - Стенограмма «**Общественная дипломатия: проблемы и пути их решения**» Москва 2010 г [↑](#footnote-ref-37)
38. Там же [↑](#footnote-ref-38)
39. Там же [↑](#footnote-ref-39)
40. Б. И. Шпигель выступление - Стенограмма «**Общественная дипломатия: проблемы и пути их решения**» Москва 2010 г [↑](#footnote-ref-40)
41. А.И. Сухарев Монография -

|  |  |
| --- | --- |
| « | ПОЛИТИЧЕСКОЕ СТАНОВЛЕНИЕ СУБЪЕКТОВ СЕТЕВЫХ ГУМАНИТАРНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО МИРА » 2011г.  |

 [↑](#footnote-ref-41)
42. Беседа Дмитрий Медведева с ведущим «Итоговой программы НТВ» Кириллом Поздняковым от 26 июля 2009 г. URL:  http://www.kremlin.ru [↑](#footnote-ref-42)
43. Мухаметов Р.С. – Роль публичной дипломатии в формировании имиджа РФ. – статья в журнале «Международный Имидж России» 2010 г. [↑](#footnote-ref-43)
44. ####  А. Галумов Современная публичная дипломатия Европейского Союза в Российской Федерации - [Журнальный клуб Интелрос](http://www.intelros.ru/readroom/) » [Мир и политика](http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/) » [№7, 2012](http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/m7-2012/)

 [↑](#footnote-ref-44)
45. Россия и Германия: Дипломатия инвесторов - http://gorchakovfund.ru/news/10903/ [↑](#footnote-ref-45)
46. Там же [↑](#footnote-ref-46)
47. Имидж России подправят печатью // Коммерсант.ru. – 18.10.2006. [↑](#footnote-ref-47)
48. Приложение 1 [↑](#footnote-ref-48)
49. Приложение 2 [↑](#footnote-ref-49)
50. МИД России | 07/10/2000 | КОНЦЕПЦИЯ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. archive.mid.ru [↑](#footnote-ref-50)
51. Там же [↑](#footnote-ref-51)
52. Концепция внешней политики Российской Федерации. Президент России - http://kremlin.ru/acts/news/785 [↑](#footnote-ref-52)
53. Выступление на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России // Официальный сайт Президента России. –Http://archive.kremlin.ru/text/appears/2004/07/74399.shtml [↑](#footnote-ref-53)
54. Международная медиагруппа МИА «Россия сегодня» // РИА Новости. –http://ria.ru/spravka/20151209/1337643933.html [↑](#footnote-ref-54)
55. Указ Президента РФ от 6 сентября 2008 г. «О некоторых вопросах государственного управления в области международного сотрудничества» // Официальный сайт Президента России. –http://kremlin.ru/acts/bank/28020 [↑](#footnote-ref-55)
56. Распоряжение Президента РФ от 2 февраля 2010 г. «О создании Фонда поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова» // Официальный сайт Президента России. –http://www.kremlin.ru/acts/bank/30577 [↑](#footnote-ref-56)
57. Лебедева О. Особенности института публичной дипломатии в России // Международная жизнь. – М., 2015. – С. 49. [↑](#footnote-ref-57)
58. Выступление С.Лаврова - http://www.mid.ru/ [↑](#footnote-ref-58)