

Санкт-Петербургский государственный университет

Ли Хаодун

Выпускная квалификационная работа
**Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте
интернационализации: на примере российско-китайских отношений**

Уровень образования: Магистратура
Направление 41.04.05 «Международные отношения»
Основная образовательная программа
ВМ.5568.2018
«Связи с общественностью в сфере международных отношений»

Научный руководитель:
кандидат исторических наук, доцент кафедры теории и истории
международных отношений
Рущин Дмитрий Александрович
Рецензент:
доцент, кандидат педагогических наук, проректор Автономной
некоммерческой организации высшего образования «Балтийский
политехнический институт»
Радевская Наталья Станиславовна

Санкт-Петербург
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	6
1.1. Понятие и особенности публичной дипломатии.....	7
1.2. Связи с общественностью: понятие и сущность.....	13
1.3. Публичная дипломатия и связи с общественностью как ответы на вызовы современности.....	17
2. ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ.....	23
2.1. Современное измерение публичной дипломатии в системе стратегических коммуникаций.....	24
2.2. История российско-китайских отношений.....	32
2.3. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте интернационализации.....	39
3. ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОНТЕКСТЕ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ.....	47
3.1. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте российско-китайских отношений.....	48
3.2. Проблемы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений.....	52
3.3. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте российско-китайских отношений: перспективы.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	65

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Публичная дипломатия и связи с общественностью не являются новыми концепциями в развитых странах западного мира. Однако, и до сих пор в научном мнении имеются существенные расхождения в их интерпретации и отсутствует консенсус относительно их толкования. Одна категория исследователей рассматривают эти два понятия как аналогичные, тогда как другая категория акцентирует на различиях. Третья категория исследователей склонна к выделению одного из понятий в роли доминирующего в рамках комплексной теории. Наличие конфликтующих взглядов демонстрирует потребность в укреплении теоретического базиса публичной дипломатии и связей с общественностью и выяснения их соотношений.

Феномен публичной дипломатии имеет длительную историю, а особой актуальность в научной мысли данная проблематика приобрела в течение последних 20-30 лет. Родоначальниками публичной дипломатии являются США, но со времени своего появления (60-е годы XX века) данная концепция получила широкое распространение. Однако, следует констатировать различия и даже острые противоречия между развитой практикой публичной дипломатии и основополагающими научными разработками, которые обобщали бы эту практику и служили бы путеводителями для практики.

Связи с общественностью выступают одной из важных основ эффективного функционирования демократической системы в современном обществе. Связи с общественностью, выступая одним из аспектов политического взаимодействия, воплощают значительную часть сотрудничества политических деятелей друг с другом, а также с теми социальными субъектами, от мнения и реакции которых они зависят в значительной степени.

В то же время они способствуют организации общественному участию в политических процессах. Возникновение и развитие связей с общественностью в Российской Федерации и Китайской Народной Республике, их становление как одного из факторов политического процесса является закономерным следствием развития демократических институтов. Установка диалоговых, партнерских отношений между политической властью и институтами гражданского общества – одна из ключевых задач государственности как в РФ, так и в КНР.

Основой функционирования механизмов взаимодействия политических институтов с общественностью является предоставление этими институтами через должностных лиц

определенным образом подготовленной информации. Эффективность функционирования органов власти и управления все в большей степени определяется их способностью гибко реагировать на происходящие изменения, приводить инновационный механизм непрерывного совершенствования политического управления в соответствие с целями и задачами гражданского общества.

Поэтому актуальным представляется исследование политических связей с общественностью, которые обеспечивают понимание между взаимодействующими субъектами политических процессов, способствующих установлению политической стабильности и гармонизации отношений между людьми в политической сфере.

Теоретическая основа работы. Проблематика публичной дипломатии исследована довольно подробно, прежде всего, благодаря таким американским исследователям как Э. Гуллион, К.Л. Адельман, Э. Блинкен, Д. Даффи, Д. Кричлоу, Н. Калл, Д. Наю, У. Рью, Н. Сноу, Х. Тач, Ф. Тейлор П. Шарп. Среди европейских ученых следует выделить М. Леонарда, Я. Мангейма, Я. Мелиссена, Б. Хокина и др.

Научная новизна данной работы состоит в том, что теоретическая база связей с общественностью в России и Китае довольно хорошо развита. Также российской и китайской литературе имеется достаточная научная база, посвященная публичной дипломатии, но в основном она касается проблем толкования, методологических основ и истории. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте интернационализации российскими и китайскими учеными практически не исследовалась.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является публичная дипломатия и связи с общественностью.

Предметом исследования являются публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте интернационализации на примере российско-китайских отношений.

Целью выпускной квалификационной работы является рассмотрение публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте интернационализации на примере российско-китайских отношений.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Рассмотреть понятие и особенности публичной дипломатии.
2. Охарактеризовать понятие и сущность связей с общественностью.
3. Раскрыть особенности публичной дипломатии и связей с общественностью как ответы на вызовы современности.

4. Описать современное измерение публичной дипломатии в системе стратегических коммуникаций.

5. Рассмотреть историю российско-китайских отношений.

6. Охарактеризовать особенности публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте интернационализации.

7. Раскрыть особенности публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений.

8. Выявить проблемы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений.

9. Описать перспективы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений.

Методическую основу выпускной квалификационной работы составили методы структурно-функционального, нормативно-правового, статистического анализа, а также элементы системного и сравнительного подходов.

Информационную основу исследования стали официальные данные и статистическая информация в сфере публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте интернационализации, законодательные акты РФ и КНР, российские, китайские и зарубежные информационные ресурсы, ресурсы из сети Интернет и др.

Научно-практическая значимость состоит в том, что положения и выводы исследования могут быть использованы для анализа и переосмысления отношений между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой в контексте интернационализации. Данные исследования могут быть применены для уточнения некоторых правил и принципов деятельности структур, осуществляющих связи с общественностью, с целью совершенствования системы публичной дипломатии данных стран.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, три главы, девять параграфов основной части, заключение и список использованных источников.

Во введении обоснована актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы. Сформулированы цель и задачи проведения исследований в работе, определены объект и предмет исследований, описаны методы исследования, обозначена степень разработанности проблемы.

В первой главе рассмотрены теоретические основы публичной дипломатии и связей с общественностью. В первом параграфе рассмотрены понятие и особенности публичной дипломатии. Во втором параграфе охарактеризованы понятие и сущность связей с общественностью. В третьем параграфе раскрыты особенности публичной дипломатии и связей с общественностью как ответы на вызовы современности.

Во второй главе дана характеристика особенностей публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте интернационализации. В первом параграфе описано современное измерение публичной дипломатии в системе стратегических коммуникаций. Во втором параграфе рассмотрена история российско-китайских отношений. В третьем параграфе охарактеризованы особенности публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте интернационализации.

В третьей главе выявлены и проанализированы особенности, проблемы и перспективы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений. В первом параграфе раскрыты особенности публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений. Во втором параграфе выявлены проблемы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений. В третьем параграфе описаны перспективы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений.

В заключении систематизированы полученные результаты.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1.1. Понятие и особенности публичной дипломатии

Публичная дипломатия обеспечивает реализацию стратегического вектора развития государства на международном уровне, регулируя отношения с другими субъектами внешнеполитической деятельности. Публичная дипломатия – это коммуникационный инструмент, с помощью которого государство способно обеспечить реализацию национального интереса во внешней среде. Необходимость развития этого инструмента способствует достижению разнонаправленных целей: сугубо специфических – определение вопроса территории и общих – утверждение международной позиции, формирование национального имиджа страны.

Публичная дипломатия рассматривается как инструмент формирования долговременного положительного имиджа государства и создания благоприятных условий для реализации национальных интересов на международном уровне. Учитывая весомый интерес китайских и российских ученых к исследованию сущности и содержания «публичной дипломатии» в публичном управлении, все же теоретические аспекты остаются менее исследованными, а следовательно, требуют дополнительного изучения и обоснования (Бурлинова Н., 2016).

Последние политические тенденции свидетельствуют о необходимости активизации граждан и общества. В первую очередь – это конечно, активные процессы глобализации и интернационализации, являющиеся доминантой в развитии современного мира. Глобализация – процесс, в котором люди объединяются в единое общество и существуют вместе под возрастающим воздействием и комбинированным действием внешних факторов (экономических, технологических, социокультурных и политических). Понятие «интернационализация» рассматривается с различных точек зрения: в широком и узком смысле слова, а также по направлениям (интернационализация хозяйственной жизни, производства, капитала, рабочей силы, собственности, образования, деловой активности, научно-технических исследований и т.д.) (Барышников Д.Н., 2019).

Каждое государство строит свою политику базируясь, в первую очередь, на собственных интересах. Внешняя политика формируется на основе разнообразных факторов, среди которых: географическое расположение, исторические связи, менталитет нации, религиозные, нравственные и мировоззренческие особенности.

Ключевой составляющей внешнеполитической деятельности любого государства мира, стремящегося к утверждению своей самобытности на международной арене как полноценного политического игрока, является активное ведение дипломатической деятельности. В своем классическом понимании, дипломатия, – это официальная деятельность глав государств и глав правительств, ведомств иностранных дел, дипломатических представительств и других органов внешних отношений по реализации целей и задач внешней политики государства, а также защиты прав и интересов государств, их учреждений и граждан за рубежом.

Классическая история возникновения понятия «публичная дипломатия» датируется 1960 годом, когда Соединенные Штаты Америки использовали термин для введения гражданами внешней политики с привлечением авторитетных иностранных представителей. По мнению американских политиков, явление публичной дипломатии существовало в международном сообществе давно, однако власть начала его использовать с конца 1940-х годов (Богатуров А.Д., 2018).

Существует и иной взгляд, согласно которому отмечается принадлежность англичан относительно первенства использования понятия «публичная дипломатия». В январе 1856 года, британская газета «Таймс» использовала на главной полосе термин как синоним цивилизованности в отношении президентства США Ф. Пирса. «Редакция газеты заметила, – если государственные деятели Америки производят впечатление на нас, как они думают, то несомненно, они должны быть примером для собственного народа, и обеспечить это можно путем публичной дипломатии.

Активность использования термина «публичная дипломатия» прослеживается в конце 40-х годов XX века. Сперва понятие использовали американские журналисты, с целью демонстрации публичности и добропорядочности, со временем – официальные структуры США касательно выполнения функции публично-дипломатического характера (Богатуров А.Д., 2018).

Российский, китайский и зарубежный опыт свидетельствуют о разноаспектности научных точек зрения в обосновании понятия «публичная дипломатия». Важным событием в истории становления термина является 1965 год – это время основания Центра публичной дипломатии им. Э. Муррова (Edward R. Murrow) при Университете Тафтса, г. Бостон, США. В свое время представители центра определили, что публичная дипломатия подвергается влиянию социальных установок в формировании и осуществлении внешней политики, охватывает международные отношения вне традиционной дипломатии и

включает формирование общественного мнения правительствами в других странах, взаимодействие частных групп интересов и налаживание межнационального потока информации и идей.

Известный американский тележурналист Э. Марроу понимал публичную дипломатию как инструмент обороны и эффективное превентивное средство по избеганию конфликта. На посту главы Информационного агентства США, за границей была известна Служба Информации США (USIS), (United States Information Agency – USIA), в 1963 году Э. Марроу писал: «американский арсенал убеждений должен быть таким мощным, как ядерный и задействован более энергично, чем любой другой».

В истории утверждения термина актуален опыт американского Информационного агентства, существовавшего с 1953 по 1999 годы, после трансформировавшись в Государственный департамент. Данное агентство занималось исключительно вопросом публичной дипломатии, миссия которой заключалась в поддержке целей и задач, продвижении национальных интересов и укреплении национальной безопасности путем информирования и влияния на иностранную общественность, расширении и укреплении отношений между людьми, а также американским правительством (Богатуров А.Д., 2018).

В западном обществе до середины 60-х годов XX в. существовал термин «пропаганда». Накоплению знаний в сфере внешних отношений способствовало систематизации научно-теоретических знаний. Э. Гуллион предпринял попытку заменить коннотацию ранее отрицательной окраски термина. В 1965 году исследователь и декан Школы права и дипломатии им. Флетчера при Университете Тафта определил: публичная дипломатия – это изменение парадигмы международных отношений, не касающееся традиционного понимания дипломатии, что является средством, с помощью которого руководство государства и частные группы интересов способны влиять на формирование внешней политики и мнение правящего представительства и народа в другой стране (Богатуров А.Д., 2018).

Анализ научных источников свидетельствует о разноаспектности коннотационной окраски термина. Обратим внимание на следующее определение: публичная дипломатия – это набор программ, финансируемых правительством для осуществления внешнего воздействия на иностранную аудиторию.

В научной литературе утверждение понятия «публичная дипломатия» проходит эволюционные этапы, связанные с событиями холодной войны. Первый период – квинтэссенция ценностей и норм, бытовавших в обществе; второй – упадок и разрушение

Берлинской стены, одновременно установление общественной дипломатии в мире; третий – уничтожение и разрушение в результате террористического нападения 11 сентября 2001 года мирового торгового центра (World Trade Center).

На каждом из этапов, термин приобретал новые значения, что привело к переосмыслению и углублению его сущности. Так, в 1990 году Дж. Най, который практиковал и преподавал публичную дипломатию, подчеркнул, что она не может быть инструментом воздействия, если не существует общего определения относительно понимания этого термина. До XXI в. в науке публичного управления пользовались следующим терминами: «народная дипломатия», «общественная дипломатия», «умная сила» и «мягкая сила». Привлечение широкого спектра институтов власти и гражданского общества, разветвленность форм и методов позволила нам говорить о возникновении феномена публичной дипломатии, который в своем понимании привлекает различные аспекты управления (Богатуров А.Д., 2018).

Согласно одному из определений, публичная дипломатия – это комплекс мероприятий, проводимых классической дипломатией, и направлены на изучение и информирование зарубежной массовой аудитории, а также влияние на общественное мнение за рубежом с учетом собственных национальных интересов.

Кроме того, XXI в. определяем как квинтэссенцию понятий, в этот период ученые пользуются разной семантикой в объяснении одного и того же явления. В Центре стратегических и международных исследований США опубликовали понятие «smart power» («разумная сила»), которое использовали Дж. Най и Р. Армитидж. Термин быстро вошел в научный оборот и служил синтезом понятий – жесткая и мягкая сила. Дж. Най, под мягкой силой понимает способность делать так, чтобы собственные интересы, у которых превалирующая нравственность были более привлекательными в отличие от интересов других. Это, в свою очередь, облегчает достижение политических целей. Контраверсионным является определение «жесткая сила» – возможность эффективного достижения конкретных целей, путем устранения вероятных угроз.

Наблюдаем научную неоднозначность в обосновании сущности понятия. Поскольку, такая ситуация объясняется сложностью политических процессов, которые на то время происходили в мире. Единственным инструментом налаживания благоприятного политического климата стала публичная дипломатия. Прослеживаем тенденцию в развитии публичной дипломатии, как метода ведения внешней политики и внедрения идеи «мягкой силы» в трудах Дж. Найя, американского политолога, бывшего

председателя Национального совета по вопросам разведки, помощника министра обороны США в администрации Б. Клинтона. Анализируя суждения политолога, выделяем три плоскости применения «мягкой силы» в контексте публичной дипломатии:

- 1) военное противостояние, в котором ведущая роль принадлежит силе и армии;
- 2) межгосударственные экономические отношения, когда достижение результата возможно за счет договоренностей с ключевыми мировыми лидерами: США, ЕС, Китаем и Россией;
- 3) последний фактор – симпатия и привязанность (Богатуров А.Д., 2018).

В процессе выявления сущности понятия «публичная дипломатия» в системе публичного управления, обнаружено, что сквозным тезисом является достижение приверженности, желаемых результатов на межгосударственных уровнях благодаря убеждению и формированию позитивного имиджа страны. В контексте мягкой силы, публичная дипломатия побуждает к подражанию по собственному согласию тому, что касается нравственного поведения, а деятельность провластных политических институтов и обеспечения результата их деятельности достигается без использования принуждения.

Н. Калл объясняет публичную дипломатию как механизм, который делает невозможным развертывание войны международными участниками в процессе управления. Сегодня политическими игроками могут выступать: неправительственные, международные военизированные, террористические организации, транснациональные корпорации и др.

В разрезе традиционного понимания дипломатии, многие ученые апеллируют к ее классическому определению, а именно – попытки официальных политических участников управлять международной средой посредством взаимодействия с другими политическими игроками. Следовательно, публичная дипломатия – это открытое стремление управлять международным обществом, путем взаимодействия с зарубежной общественностью.

Также существуют и другие определения: публичная дипломатия – это процесс коммуникации правительства с иностранной аудиторией, имеющей целью донесение идеи, идеала, культуры, а также национальных целей в политике. В формировании и реализации внешней политики, публичная дипломатия связана с влиянием общественных настроений. Этот аспект охватывает международные отношения и касается взаимодействия частного сектора одного государства по отношению к другому.

В русскоязычных научных источниках, под редакцией российских ученых, публичная дипломатия определяется как форма внешнеполитической деятельности,

связанная с представительством интересов государства или различных государственных объединений через соответствующие легитимные институты (министерства, ведомства, комитеты), выражающие суверенную волю нации, пользуясь предоставленными им полномочиями в рамках государственного законодательства и международных правовых актов (Звягина Д.А., 2017).

Для сплочения лиц в пределах определенной целевой аудитории, которые имеют влияние на мировое общество, ведущий инструмент – публичная дипломатия, которая до недавнего времени не использовалась в системе публичного управления. Публичная дипломатия имеет целью формирование имиджа государства, общественного мнения и пропаганду национальных интересов.

Таким образом, обзор научной литературы по данному вопросу позволяет сделать вывод, что непосредственно поиском и акцентированием внимания на массовой международной аудитории публичная дипломатия занимается с недавних пор. Установлено первенство американской науки в теоретическом обосновании сущности понятия «публичная дипломатия» и процессе вхождения термина в политику европейских стран, а также России и Китая. В процессе анализа выявлено, что публичная дипломатия – это месседж в борьбе с терроризмом и насильственным экстремизмом. Во время основательного теоретического анализа, нами выяснено, что публичная дипломатия – это образовательная, культурная и информационная программа, которая участвует в разработке внешней политики. Наблюдается существование различных дефиниций термина «публичная дипломатия» и особенностей его функционирования в системе публичного управления. По состоянию на сегодня наиболее актуальна, на наш взгляд, следующая позиция: публичная дипломатия – это транснациональный поток информации и идей.

Публичная дипломатия – это стратегическая деятельность правительства и общественных объединений, нацеленная на формирование политики и продвижение национальных ценностей в другой стране, через официальные представительства и общественность благодаря информационно-коммуникационным каналам, для обеспечения положительного имиджа государства. Базисом предложенного определения является необратимость процесса глобализации, а также изменение парадигмы международных отношений.

1.2. Связи с общественностью: понятие и сущность

Для того, чтобы корректно оперировать понятием связи с общественностью, нужно сначала дать определение самому понятию. На сегодняшний день существует огромное количество определений связей с общественностью, паблик рилейшнз (PR, ПР). Наиболее популярным для российских исследователей является утверждение, что таковых является более пятисот. На самом деле это констатация того, что имело место в середине 70-х гг. XX в. Но, нужно отметить, что с тех пор прошло уже более пятидесяти лет, и PR как социальный институт успел не только получить еще несколько сотен определений, но и эволюционировать в совершенно иной институт, чем это было в 70-х годах прошлого века (Долинский А.В., 2018).

В настоящее время определений понятию «паблик рилейшнз» существует уже более 1000 и их количество только увеличивается. В современных языках нет ни одного понятия, которое было бы таким же противоречивым, как PR. «Паблик рилейшнз» использовались для описания стольких вещей, на них использовали так много, и они вызывали такое количество споров, что легко понять, почему трудно составить о них четкое представление и почему они вызывают столько вопросов (Бовин А., 2017).

Весьма трудно избавить PR от той окраски, в которую им придала плохо информированная публика. Вместе с тем, существует, на первый взгляд, достаточно простой и очевидный способ решения проблемы: выражение «связи с общественностью» должно пониматься только в том смысле, который заложен в словосочетании «связи с общественностью».

Можно отметить, что весьма странным является то, что такое большое количество ученых спорит, какое определение должно иметь понятие PR, в то время как это понятие уже много десятилетий «обманывает» весь мир. Каждый имеет свою точку зрения по поводу последнего тезиса, но не согласиться с тем, что «паблик рилейшнз» является достаточно противоречивым и разнообразным явлением, отрицать нельзя. Ученые по-разному объясняют, какие именно факторы влияют на возникновение такого многообразия определений понятия «связи с общественностью».

Различные определения связей с общественностью – это всего лишь отражение интересов различных социальных групп: политтехнологов, журналистов, ученых, педагогов, бизнесменов и представителей властных кругов. В зависимости от целей использования, можно дать и самые разные определения PR, большая сфера применения

вызвала и расширенное толкование сущностных характеристик «связей с общественностью» (Веснин А.В., 2016).

Связи с общественностью или же PR – это система, которая постоянно развивается, а разнообразие ее описаний свидетельствует лишь о возникновении или доминировании каких-либо тенденций в определенные периоды либо у определенных групп исследователей и практиков. PR-деятельность все в меньшей степени остается некоторым общим и для всех ясным понятием, здесь постоянно выделялись и выделяются все более новые направления, имеющие свои специфические названия. Связи с общественностью – это сложная, комплексная природа, что связана с самыми разными видами человеческой деятельности и отраслями научного знания, и которая черпает оттуда элементы своего собственного понятийного аппарата. Практически у каждого из данных элементов своя семантическая интерпретационная и понятийная судьба.

Одним и тем же термином «паблик рилейшнз» обозначаются разные явления: соответствующая социальная практика (PR-деятельность) и осмысление, рефлексия этой практики (PR как область научных знаний). Множество определений PR объясняется, среди прочего, и распространенностью подобных концепций этой дисциплины.

Существует более десятка причин, обуславливающих многообразие понятий связей с общественностью. Некоторые из них частично пересекаются. Теперь, когда мы определили причины, по которым мы имеем такое большое разнообразие толкований связей с общественностью, приведем несколько общих обозначений этого понятия.

Связи с общественностью – это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри определенного проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением с целью успешной реализации данного проекта.

Впервые к проблематике паблик рилейшнз (PR) внимание научного мира привлек в 20-х гг. XX в. ученый Э. Л. Бернейз. С тех пор PR превратился в функцию управленческой деятельности, то есть произошло осознание значения PR для успешной работы компаний, предприятий, появились специалисты по PR. Профессией PR становится лишь с появлением новых средств массовых коммуникаций (радио, телевидение, кинематограф) и научных концепций (Веснин А.В., 2016).

С середины 1990-х гг. появляются исследования, в которых в том или ином аспекте раскрываются проблемы новой прикладной дисциплины паблик рилейшнз, которая оказалась в фокусе сразу многих наук: социологии, психологии, культурологии,

политологии, теории коммуникации, теории и истории государственного управления, менеджмента, маркетинга и рекламы.

Паблик рилейшнз – достаточно новая отрасль науки. Public в переводе с английского – общественный, общественный, relations – отношения, связи. Термин «паблик рилейшнз» впервые использовал президент США Томас Джефферсон в 1807 г., когда в черновике своего Седьмого обращения к Конгрессу вычеркнул слова «состояние мысли» и вместо этого вписал «паблик рилейшнз» (Бобров А.Н., 2016).

Долгое время ученые и практики США, занимавшиеся проблемами PR, не считались специалистами. Паблик рилейшнз были признаны наукой только после того, как информационные процессы приобрели широкого использования, усилилось их влияние на социум и выросла роль коммуникативной сферы жизни общества. И только полвека назад PR стали официальной частью программ вузов и вошли в практику работы ведущих западных компаний, таких, как, например «Стандард ойл», «Крайслер» и др.

Из более, чем 500 определений понятия «связи с общественностью» самыми известными и употребляемыми являются:

1) определение, содержащееся в «Webster New International Dictionary»: «содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом с помощью распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки общественной реакции»;

2) определение, приведенное известным английским социологом Сэмом Блэком: «связи с общественностью» – это управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит функционирование этой организации».

Общественность – это все те, с кем социальная организация вступает в контакт как внутри (служащие, сотрудники, работник, акционеры, члены общественных организаций и т.д.), так и за ее пределами (избиратели, налогоплательщики, местные жители, социальные заказчики, партнеры, потребители и т.д.). Следовательно, связи с общественностью – это двусторонние связи, взаимодействие, которые разворачиваются в процессе реального общения между совместно действующими социальными организациями и разнообразными социальными группами, общественными организациями, контактными (целевыми) аудиториями в условиях повседневной жизнедеятельности.

Установление двустороннего общения как консенсусной коммуникации в рамках социальной ответственности обуславливает потребность:

- для организации – добиваться благоприятного отношения к себе со стороны общественности посредством распространения разъяснительного материала о своей деятельности в интересах общественности;
- для общественности – добиваться реализации права общественности знать все, что относится к общественной жизнедеятельности в рамках деятельности социальной организации.

Основной целью связей с общественностью, в отличие от пропаганды, является достижение честного диалога и согласия на рынке, что предполагает максимальную честность во взаимоотношениях со своей целевой аудиторией. Основной целью PR-коммуникаций является продвижение товаров и услуг путем создания, мониторинга и дальнейшего совершенствования позитивного имиджа (как относительно устойчивого представления о любом объекте) компании в результате формирования гармоничной корпоративной культуры (как системы ценностей и убеждений, которые разделяет каждый работник фирмы и обуславливает его поведение, а также обеспечение благоприятных связей и отношений с внешней целевой аудиторией (Долинский А.В., 2020).

Деятельность по связям с общественностью включает в себя:

- любые действия, направленные на улучшение контактов с общественностью;
- все, что может улучшить взаимопонимание между сторонами, с кем какая-либо сторона вступает в контакт как внутри, так и за их пределами;
- мероприятия, направленные на выявление и ликвидацию слухов или других источников непонимания;
- мероприятия, направленные на расширение сферы влияния средствами, адекватными поставленной цели и не противоречащими социальной этике;
- рекомендации для создания благоприятного климата, укрепления общественной значимости среды.

Исследователь И.Л. Викентьев в своей книге «Приемы рекламы и Public Relations» выделяет три группы действий по осуществлению PR, направленных на:

- создание чувства заинтересованности в правах и действиях администрации, ответственности – внутренние отношения;

- обеспечение нормального функционирования и увеличение продуктивной деятельности для достижения положительного отношения общественности;
- сохранение репутации, требующей отказа от обычаев и традиций (Веснин А.В., 2016).

Итак, мы видим, что каждый ученый, работая над своей тематикой, затрагивая при этом понятие связей с общественностью, выделяет в нем свою составляющую, а затем дает свое определение этому понятию. Незначительное количество исследователей рассматривали эту проблему с философской точки зрения.

Наше общество является сложной, организованной системой, для которой очень важно постоянно находиться в состоянии коммуникации и взаимодействия, а следовательно, очень важно, чтобы в обществе были закреплены определенные типы взаимодействий. Эти типы должны быть гармонично соединены друг с другом, согласованы, целесообразны, и их действие должно происходить по определенным правилам, которые утверждались бы в этих самых общностях. Помогать этому и служить этому должны социальные институты, в состав которых входит создание социального порядка, необходимого для удовлетворения объективных человеческих потребностей.

И Россия, и Китая сейчас стоят на пороге крупных социальных и экономических преобразований. Поэтому появляется потребность в новых социальных институтах, поскольку доверие к старым значительно подорвано. Именно таким социальным институтом и могут стать связи с общественностью. О том, что связи с общественностью являются уже сформированным социальным институтом на территории России и Китая, можно говорить ввиду того, что к PR представляет собой постоянный и растущий интерес. Таким образом, использование связей с общественностью – это шаг навстречу усовершенствованию услуг. Конечная цель таких связей выгоды.

1.3. Публичная дипломатия и связи с общественностью как ответы на вызовы современности

С развитием процессов глобализации, технологизации дипломатия перестала быть занятием ограниченного круга людей, она трансформировалась и получила много разных направлений – культурная, спортивная, энергетическая, торговая, экономическая, публичная, общественная дипломатия и тому подобное.

В информационную, цифровую эру каждый человек становится дипломатом. В современных условиях дипломатия активно использует высокие технологии, с развитием электронных средств у нее возникают все новые возможности – к примеру, в Иране спустя много лет после закрытия возобновило работу виртуальное представительство США. Сегодня небывалого по сей день развития достигли (средства массовой информации) СМИ, которые активнее информируют общественность о том или ином событии, чем официальные дипломатические источники. С развитием транснациональных корпораций (ТНК) бизнес активнее привлекает специалистов из дипломатических учреждений для усиления своих позиций среди конкурентов, влияния на политику отдельных государств и тому подобное (Бирюков Н.И., Глаголев В.С., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., 2018).

Заядлые либералы инициировали дискуссию о необходимости изъятия дипломатов в то время, когда бизнесмен с бизнесменом и так договорятся, избегая неминуемой бюрократической волокиты во внешнеполитических ведомствах. Мир бизнеса неустанно переманивает наиболее талантливых выпускников, обещая высокую заработную плату, которую нельзя сравнить с государственной. Утратив монопольное положение на осуществление внешнеполитических функций, современные ведомства вынуждены проявлять небывалую гибкость в поиске новых, менее затратных форм и методов работы.

Дипломатия радикально трансформируется у нас на глазах. В ответ на новые вызовы меняются ее структуры, методы, организационные формы и т.д. Классическая модель дипломатии, что предполагает взаимодействие исключительно государств, становится лишь одним из аспектов современной дипломатической деятельности. Сегодня все будущие специалисты нуждаются в знаниях основ ведения переговоров, протокола, особенностей сотрудничества с представителями разных национальностей, навыков сбора и анализа информации и тому подобное.

Главным вызовом для дипломатии современности стали высокие технологии. Сегодня интернет превратился в один из столпов технологического развития и мощное орудие глобализации, что преобразует, изменяет мир и социум. Уже сейчас интернет трансформируется в магистральный канал человеческой коммуникации, ведущую ось взаимодействия, на которую нанизываются различные форматы и смыслы – общение, торговля, игровая активность, конфликты и тому подобное. И никакие кризисные явления, кроме системных кризисов развития вроде ядерной войны или глобальной депопуляции, вероятно, не развернут эту тенденцию в обозримом будущем.

Абсолютная доступность Интернета, наряду с его влиянием на общественно-политические процессы, социальные связи, коммуникацию и экономику, также повлечет за собой окончательную инкорпорацию доступа к интернету в международную систему прав человека. Начало тенденции уже положено: с 2003 до 2009 года в Финляндии были приняты закон и подзаконные акты Министерства транспорта и коммуникаций, которые де-факто приравнивали интернет к общедоступным услугам связи, таких как почта и телефонная связь. Кроме того, за каждой семьей было закреплено право на гарантированный доступ к сети (с 2015 года на скорости не менее 100 Мбит/с). Доступ граждан к интернету также зафиксирован как их неотъемлемое право в законодательствах Коста-Рики, Эстонии, Франции, Греции, Испании и Швейцарии. Будет способствовать вышеупомянутым процессам более широкое распространение интернета по всему миру. К 2030 уровень проникновения интернета в развитых странах приблизится к 100%. Это означает, что использование глобальной сети станет нормой для всех социальных и возрастных групп, включительно с детьми, пенсионерами и малообеспеченными. Следовательно, влияние интернета на дипломатию будет расти и в дальнейшем (Быков О.Н., 2015).

Очень серьезным соперником для дипломатии становятся и средства массовой информации. В более широкой исторической ретроспективе можно даже осмелиться сказать, что практика взаимодействия министерств иностранных дел и посольств с гражданским обществом и отдельными лицами за рубежом демонстрирует тот факт, что дипломатическое представительство стран вышло на новый уровень. Многие практики в различных дипломатических службах стран мира не могут до сих пор понять важность связей с иностранной общественностью, но характерным признаком становится тот факт, что в определенном количестве стран это направление все чаще привлекает внимание высшего руководства министерств иностранных дел и политических лидеров.

Публичная дипломатия может быть:

1) традиционной (информационная пропаганда через радио, телевидение, кино; обучение отдельных социально-профессиональных групп населения с целью формирования лояльной элиты, распространение политической культуры посредством просветительской деятельности, кино и тому подобное);

2) цифровой (размещение радио- и телепередач в сети интернет, распространение литературы в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве зарубежных стран; создание страниц государственных учреждений, посольств, других организаций, а

также персонифицированных страничек членов правительства, послов в социальных сетях; рассылка информации через мобильные телефоны и тому подобное).

Цифровая дипломатия, названная «дипломатией ВЭБ 2.0», появилась не так давно. Упрощенное определение этого явления – использование веб- и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для реализации дипломатических задач – дает о нем вполне исчерпывающее представление. Цифровая дипломатия имеет в основном прикладной характер и особенно полезна в работе с зарубежной аудиторией, в вопросах трансляции официальной позиции и формирования имиджа государств (Долинский А.В., 2020).

Важно понимать, что дипломатию в ее привычном понимании она вряд ли когда-нибудь заменит. Закрытые переговоры останутся закрытыми. Впрочем, цифровой дипломатии по силам объяснить, почему принято то или иное решение, каких результатов оно достигнет, как повлияет на внешнеполитический процесс, то есть открыть доступ широкой общественности к результатам деятельности традиционной дипломатии.

Сейчас открытость – это вынужденная необходимость для государства, которая работает в информационном пространстве наравне с другими источниками информации. Если не наполнять это пространство объективной информацией, его наполняют другие. Цифровая дипломатия как раз и призвана оперативно предоставлять адекватную информацию, опровергать некорректные сведения, подтверждать сведения из официальных источников.

Одной из главных проблем и рисков существования и развития цифровой и публичной дипломатии в целом является хакерство. Чтобы получить преимущество в цифровой дипломатии, недостаточно номинального присутствия в интернете в виде нескольких микроблогов в Твиттере или нескольких страниц в Фейсбуке. Нужны стратегия и инструментарий для реализации. Международный опыт свидетельствует, что уже накоплен значительный арсенал методов и приемов цифровой дипломатии, которые могут быть использованы для решения внешнеполитических задач (Зонова Т.В., 2020).

Потребность привлечения общественности на свою сторону в условиях мгновенного распространения информации, как и дезинформации, стала особенно весомой. Публичная дипломатия пополнилась общением в социальных сетях. Твиттер, Фейсбук и другие социальные сети в настоящее время используются внешнеполитическими ведомствами. Министерства иностранных дел Российской

Федерации и Китая – не исключения. Президенты, премьеры, министры, главы внешнеполитических ведомств, послы выходят в социальные сети.

В совокупности с другими инструментами и методами электронной дипломатии Твиттер-дипломатия может быть достаточно эффективным инструментом. Несмотря на очень динамичное развитие и обретенное влияние, цифровая дипломатия, как часть публичной, не заменит классическую дипломатию, но при умелом использовании этот инструмент может значительно усилить работу государства в сфере международных отношений и внешней политики.

Связи с общественностью, направленные на зарубежную аудиторию – это не новый феномен в международных отношениях. Формирование имиджа, пропаганда и деятельность, которую бы мы сегодня назвали публичной дипломатией, такие же старые, как и сама дипломатия. В противостоянии современным вызовам государства очень активно используют публичную дипломатию, что является синтезом ценностей, пропаганды и технологий маркетинга. С помощью публичной дипломатии правительства надеются воздействовать на общественное мнение других стран, формировать благоприятный имидж, завоевывать симпатии и менять настроение международного сообщества.

Скептики, которые воспринимают термин «публичная дипломатия» как очередной эвфемизм, используемый с целью пропаганды, не понимают ее сути. Обычная пропаганда не столь эффективна, как публичная дипломатия. В свою очередь, публичная дипломатия также не является всего лишь очередной рекламной кампанией. Публичная дипломатия предполагает, помимо прочего, налаживание долговременных взаимоотношений, которые создают благоприятные условия для государственной политики.

Вклад непосредственной правительственной информации в довготривалые культурные взаимоотношения зависит от трех одинаково важных измерений или этапов публичной дипломатии:

1) первое и наиболее обязательное измерение – это ежедневное общение, к которому относится разъяснение сути решений во внутренней и внешней политике. Это измерение также включает подготовку к борьбе с кризисами. В случае возникновения вакуума информации после того или иного события его поторопятся заполнить другие;

2) второе измерение – это стратегическое общение, развивающее серию простых тем, во многом похожее на политическую или рекламную кампанию. Тогда как первое

измерение обнаруживается в часах и днях, то второе занимает недели, месяцы и даже годы;

3) третье измерение публичной дипломатии является развитием крепких взаимоотношений с главными лицами на протяжении долгих лет и даже десятилетий с помощью стипендий, программ обмена, обучения, семинаров, конференций и доступа к каналам средств информации. Эти программы развивают личное общение с повышенным доверием, которое формируется в процессе дружеских взаимоотношений (Долинский А.В., 2020).

В наше информационное время власть больше, чем когда-либо осознает наличие «мягкого» измерения привлекательности и «жесткого» измерения принуждения и поощрения. Эффективное сочетание этих измерений называется «разумной властью». Например, сегодняшняя борьба с международным терроризмом – это борьба за мысли и сердца, а чрезмерная опора лишь на «жесткую власть» не является путем к успеху.

Публичная дипломатия является важным средством в арсенале «разумной власти», однако «разумная» публичная дипломатия предусматривает понимание необходимости доверия, самокритики и деятельности гражданского общества для создания «мягкой власти». Вырождаясь в пропаганду, публичная дипломатия не только перестает убеждать, но и может уничтожить «мягкую власть». Взамен она должна оставаться двусторонним процессом, ведь «мягкая власть» зависит прежде всего от того, насколько мы понимаем других людей (Звягина Д.А., 2017).

Выводы к главе 1

Активность использования термина «публичная дипломатия» прослеживается в конце 40-х годов XX века. Сперва понятие использовали американские журналисты, с целью демонстрации публичности и добропорядочности, со временем – официальные структуры США касательно выполнения функции публично-дипломатического характера. Публичная дипломатия рассматривается как инструмент формирования долговременного положительного имиджа государства и создания благоприятных условий для реализации национальных интересов на международном уровне. Публичная дипломатия – это стратегическая деятельность правительства и общественных объединений, нацеленная на формирование политики и продвижение национальных ценностей в другой стране.

Существует три плоскости применения «мягкой силы» в контексте публичной дипломатии: военное противостояние, в котором ведущая роль принадлежит силе и армии; межгосударственные экономические отношения, когда достижение результата возможно за счет договоренностей с ключевыми мировыми лидерами: США, ЕС, Китаем и Россией; последний фактор – симпатия и привязанность. Связи с общественностью или же PR – это система, которая постоянно развивается, а разнообразие ее описаний свидетельствует лишь о возникновении или доминировании каких-либо тенденций в определенные периоды либо у определенных групп исследователей и практиков.

Публичная дипломатия предполагает, помимо прочего, налаживание долговременных взаимоотношений, которые создают благоприятные условия для государственной политики. И Россия, и Китая сейчас стоят на пороге крупных социальных и экономических преобразований. Поэтому появляется потребность в новых социальных институтах, поскольку доверие к старым значительно подорвано.

2. ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ

2.1. Современное измерение публичной дипломатии в системе стратегических коммуникаций

Несмотря на отсутствие принципиальных противоречий относительно понятий «стратегические коммуникации» и «публичная дипломатия» в научно-практическом дискурсе существуют существенные расхождения в их интерпретации. Ввиду значительного ухудшения ситуации безопасности в мире, существует насущная необходимость изучения феномена публичной дипломатии как важной составляющей стратегических коммуникаций и исследования их возможностей как одного из эффективных инструментов предотвращения и разрешения конфликтов в пользу национальных интересов страны.

Ввиду многомерности характеристик предлагаемых к рассмотрению феноменов, можно констатировать неустановленность определений как феномена стратегических коммуникаций, так и феномена публичной дипломатии. Следует заметить, что до сих пор единого определения стратегических коммуникаций не существует, хотя становление и методологическое развитие понятие получило в ряде основополагающих документов НАТО.

Появление термина «стратегические коммуникации» в докладе председателя Научного совета по обороне федерального консультативного комитета для предоставления независимых консультаций министру обороны США Винсенту Витто в 2001 г., посвященному возможности в развитии отрасли безопасности, привлекло внимание к важности и «изыществу» стратегических коммуникаций (*sophisticated strategic communications*), которые могут стать одним из определяющих факторов повестки дня и создавать контекст, что будет способствовать достижению политических, экономических и военных целей (Барышников Д.Н., Костюк Р.В., Ткаченко С.Л., 2019).

Впрочем, в докладе не было предложено ни одного конкретного определения, однако очерчивались главные признаки нововведенного понятия, такие как долгосрочность и нацеленность на отдаленный, стратегический результат. Словарь военных и ассоциированных терминов Минобороны США определил «стратегические коммуникации» как сосредоточение усилий правительства на понимании и привлечении ключевых аудиторий с целью создания, укрепления или сохранения благоприятных

условий для продвижения государственных интересов США, с использованием скоординированных программ и планов, синхронных с действиями всех инструментов государственной власти. Данное определение привлекает внимание к важнейшим признакам и принципам стратегических коммуникаций:

- координированности;
- синхронности усилий;
- сосредоточении внимания на ключевых аудиториях (Быков О.Н., 2015).

Впервые инструментарий стратегических коммуникаций был четко очерчен в 2009 г. Генеральным секретарем Совета НАТО А. Расмусеном, который предложил определить стратегические коммуникации как скоординированное и надлежащее использование коммуникативных возможностей и деятельности НАТО – публичной дипломатии, связей с общественностью, военных связей с общественностью, информационных и психологических операций в случае необходимости поддержки политики альянса, операций и мер и с целью продвижения целей НАТО (Веснин А.В., 2016).

Доклад Министерства обороны США по стратегическим коммуникациям в 2009 г. Внес уточнение в набор средств стратегических коммуникаций. Ими стали: публичная дипломатия и связи с общественностью, которые необходимо координировать с проведением консультаций и сотрудничеством.

Стратегическая концепция обороны и безопасности членов Организации Североатлантического договора, по нашему мнению, более углубленно определила сущность стратегических коммуникаций, т.к. признала их процессом интеграции исследований восприятия аудитории и заинтересованных сторон в процессе выработки политики, планирования и операций на каждом уровне; согласование множественности составляющих различных операций для поддержки национальных целей. При этом обмен мыслями и обратная связь так же важны, как и трансляция сообщений; а действия в физическом пространстве также содержат информационную составляющую.

Обнародованное Центром стратегических коммуникаций НАТО 2011 г. исследования «Стратегические коммуникации и национальная стратегия» зафиксировало отсутствие актуального определения стратегических коммуникаций, но, по нашему мнению, именно предложенное определение характера стратегических коммуникаций как «гибких и адаптивных» дает возможность не ограничиваться устоявшимся перечнем инструментария для более эффективного применения стратегических коммуникаций. То есть, по нашему убеждению, наиболее сущностной характеристикой стратегических

коммуникаций является координация информационных воздействий между собой и склонение к себе ключевой аудитории (Зонова Т.В., 2019).

Предлагается авторское определение стратегических коммуникаций: стратегические коммуникации – это процесс применения скоординированных коммуникативных средств информационного воздействия с привлечением заинтересованных сторон с целью достижения стратегических целей государства. Это определение создает возможность для довольно широкого толкования в том числе и феномена публичной дипломатии как одной из самых неопределенных, но и наиболее потенциально эффективных составляющих стратегических коммуникаций.

Сначала понятие «публичная дипломатия» содержало смысловые признаки не только и даже не столько государственного, сколько общественного явления. Именно поэтому термин был предложен для широкого использования как попытка дистанцироваться от негативного окраса феномена пропаганды. Считается, что впервые термин «публичная дипломатия» употребил в 1965 г. Э. Гуллион в связи с основанием Центра публичной дипломатии им. Эдварда Р. Мерроу, и определялся он как диалог касательно наиболее значимых вопросов международных отношений между представителями экспертной среды и гражданского общества разных стран. Длительное время публичная дипломатия существовала как одна из разновидностей коммуникативно-информационного действия для обеспечения реагирования на существующие или вновь созданные проблемы в международных отношениях и воспринималась как один из вспомогательных инструментов «мягкой силы» (Звягина Д.А., 2012).

Более 40 лет это была одна из ключевых сфер деятельности информационного агентства Соединенных Штатов (USIA), ликвидированного в 1999 г. USIA определяло целью публичной дипломатии продвижение национальных интересов и национальной безопасности США путем понимания, информирования и влияния на зарубежные аудитории, в том числе и через расширение межгосударственных общественных связей.

В течение следующих двух лет после трагических событий 11 сентября 2001 г., благодаря придирчивому исследованию общественного мнения во многих странах, особенно арабского мира, к которым прибегли ведущие аналитические центры США, феномен публичной дипломатии получил новое смысловое наполнение в докладе Консультативной группы по вопросам публичной дипломатии в арабском и мусульманском мире, которая обосновала настоятельную необходимость образования

нового офиса Белого дома по организации стратегического управления и правительственной координации публичной дипломатии.

Доклад Федерального правительства США 2009 г. Зафиксировал незаурядные успехи в работе по развитию публичной дипломатии, инструменты которой на практике доказали свою эффективность относительно возможности создания позитивных изменений для общественного восприятия США в мире. Особенно акцентировалось на том, что именно публичная дипломатия должна стать одним из приоритетных направлений деятельности Белого дома, а ее научно-аналитическая и финансовая поддержка должна быть расширена государством.

Именно этот доклад можно благодарить за введение публичной дипломатии в систему стратегических коммуникаций, ведь публичная дипломатия имеет дело с влиянием общественных социальных установок на формирование и осуществление внешней политики. Это охватывает измерения международных отношений вне традиционной дипломатии, включая:

- формирование правительствами общественного мнения в других странах;
- взаимодействие частных групп и интересов в одной стране с таковыми в других;
- межнациональный поток информации и идей (Звягина Д.А., 2012).

По определению Государственного департамента США, публичная дипломатия – это программы, финансируемые правительством и направленные на информирование или влияние на общественное мнение зарубежных стран через публикации, кинопродукцию, обмена в сфере культуры, радиовещания и телевидения (Звягина Д.А., 2012).

Инструментальная база публичной дипломатии была значительно расширена. Образовательные программы, научные и культурные обмены, совместные публичные мероприятия, семинары, конференции, пресс-конференции, общественные дебаты, различные проекты, исследования, публикации, радио-, теле-, кинопродукция и открытый политический диалог – всем этим инструментам публичной дипломатии придается чрезвычайный вес в продвижении положительного международного имиджа США.

Феномен публичной дипломатии нельзя назвать политически инновационным интеллектуальным продуктом, несмотря на существенное усиление веса публичной дипломатии, который вызван появлением новых участников мировой политики. Негосударственные субъекты разного уровня (от международных и наднациональных институтов – ПАСЕ, ОБСЕ, «Врачи без границ», до малых некоммерческих организаций, решающих проблемы общегуманитарного спектра) в условиях глобализации и

информационного пространства открывают новые возможности для эффективного применения публичной дипломатии именно как важного инструмента «мягкой силы», т.к. особенностью публичной дипломатии является именно объект ее направления (Лопаткин И.Н., 2014).

Главной целью влияния публичной дипломатии является социум, его разнообразные сегменты: от простых граждан до институтов гражданского общества, в результате влияния на которые в конкретной стране происходит формирование необходимого общественного мнения, что, в свою очередь, будет влиять как на внешнеполитический курс руководства государства, так и на отношение различных структур гражданского общества к стране-инициатору процесса публичной дипломатии.

Таким образом, под публичной дипломатией не только можно, но и необходимо рассматривать один из инструментов мягкой силы, главная цель которого – с помощью различных активов (образования, культуры, искусства, моды и тому подобное) работать над созданием положительного международного имиджа государства – проводника публичной дипломатии. В этом контексте уместным представляется применение публичной дипломатии для поиска новых и активизации существующих каналов взаимодействия с целью позиционирования и продвижения культурно-ценностных (как следствие – экономических и политических) ориентиров страны-субъекта публичной дипломатии.

В течение последних десяти лет публичная дипломатия заняла почетное место во внешнеполитической деятельности стран мира. Ложным сегодня признается прежнее отношение к публичной дипломатии как к средству решения уже появившихся проблем. Публичная дипломатия сегодня является превентивным механизмом во внешней политике государства, т.к. качественное применение механизмов публичной дипломатии опосредованно способствует предупреждению попыток дискредитации политики страны – проводника публичной дипломатии.

Наиболее принципиальным отличием публичной дипломатии от классической является ее субъект, потому что его можно определить как часть гражданского общества. Это наполняет понятие важным содержанием синергетического взаимодействия государственных и общественных инициатив. Понимание государствами эффективности применения практик публичной дипломатии для продвижения собственных интересов на международной арене подкрепляется постепенным увеличением финансирования

публичной дипломатии правительствами, а также попыткой расширить инструментарий публичной дипломатии (Anholt S., 2016).

Военные и специальные службы стран не являются составляющими публичной дипломатии, впрочем, нельзя признавать публичную дипломатию и как самостоятельную, независимую от государственного влияния, сферу деятельности, потому что одной из главных задач публичной дипломатии является создание положительного международного имиджа государства, что позволяет государству решать много экономических и политических задач.

Согласно определению одного из крупнейших специалистов в сфере исследований вопросов публичной дипломатии К. Росе, «столпами», то есть основными составляющими успешного функционирования публичной дипломатии являются:

- 1) защита политического курса, то есть получение понимания зарубежной общественности;
- 2) поиск и создание сфер взаимных интересов (то есть важность учета специфики зарубежных аудиторий и преодоление существующих стереотипов восприятия, акцент внимания на общих чертах);
- 3) распространение последовательных правдивых сообщений, которые вызывают доверие;
- 4) адаптация сообщений к восприятию конкретными аудиториями (обстоятельное исследование общественного мнения и понимания культурного разнообразия);
- 5) национальные и транснациональные СМИ;
- 6) сотрудничество с глобальными корпорациями, гуманитарными организациями, национальными общинами за границей;
- 7) поддержание диалога и осуществление образовательных и культурных обменов, установление доверия и взаимопонимания (Zaharna R.S., 2019).

Важным отличием публичной дипломатии от пропаганды являются методы и цели воздействия. Прежде всего это исключение из практики применения публичной дипломатии такого метода воздействия, как дезинформация. На фоне стремительного развития информационных технологий и усиления влияния негосударственных участников мирового политического процесса полученный в последние годы опыт требует внесения корректив как к использованию опросов и исследований общественного мнения, анализа целевых аудиторий, так и применения возможностей сетевых информационных воздействий (Ninkovich F., 1981).

Следует отметить, что важным аспектом достижения успеха в применении инструментов публичной дипломатии является аксиологическое наполнение ее действия. Ряд стран (к примеру, Канада, Япония, Австралия, Нидерланды, Швеция) значительно преобладают в процессе диалога и налаживания отношений с другими участниками международных отношений для внедрения гуманитарных и либеральных ценностей в международную сферу безопасности и политики. Благодаря общей привязанности к демократии во внутренней политике, доверию и мягкой силе в разрешении конфликтов, склонности к сотрудничеству с негосударственными субъектами по вопросам глобального управления этим странам удастся решать вопросы и добиваться положительного положения в мире без неограниченного увеличения расходов на эту сферу.

Однако речь идет не об экономии на финансировании, а только об учтенных этими странами возможностями, такими как создание широких коалиций, и, таким образом, содействие развитию совместной публичной дипломатии. В то же время факторами, препятствующими полноценной реализации публичной дипломатии этих стран, называют политическую волю руководителей этих государств и недостаточную экономическую поддержку.

Следует учитывать, что сегодня публичная дипломатия обязательно должна включать процесс создания государством институтов (платформ), которые бы ставили целью своей работы координацию между информационными государственными структурами и пользователями сети Интернет. Качественным примером применения инструментов публичной дипломатии именно в таком измерении может служить созданная в Израиле платформа GIYUS, с помощью которой отдельные лица, привлеченные на принципах краудсорсинга (что предполагает привлечение неограниченной аудитории) стали координаторами общественного участия в интернет-акциях (написание комментариев на сайтах международных изданий, опубликовавших антигосударственные материалы, создание и размещение коллективных петиций, сбор подписей под коллективными письмами и петициями, твиттер-штормы и тому подобное) (Zaharna R.S., 2019).

В Израиле люди привлекаются к интернет-противостоянию внешним вызовам в информационном пространстве на добровольных началах. То есть именно одним из важных и весомых элементов публичной дипломатии в национальной системе стратегических коммуникаций должны быть институты гражданского общества, что усилит возможности построения демократического социально ориентированного

общества. Привлечение к процессу стратегических коммуникаций институтов гражданского общества создает новые возможности для дополнительного развития общественных отношений, т.к. в соответствии с принципом взаимодействия, они способствуют более открытым и прозрачным отношениям между обществом и государством.

Следует признать, что верным является утверждение относительно того, что Российская Федерация стремительно набирает свои позиции в информационно-коммуникационной повестке дня. Но и сегодня в большинстве стратегических документов упоминания о реализации задач публичной дипломатии и стратегических коммуникаций достаточно неявные или беглые, по большей части в контексте необходимости утверждения ведущего места России в системе международных отношений, укрепления международного авторитета государства, популяризации России и ее культуры в мире и продвижение ее интересов.

Стратегические коммуникации в Российской Федерации должны стать неотъемлемой частью стратегических документов. По нашему мнению, при формировании конкретного инструментария современной публичной дипломатии необходимо обращать внимание не только на разработку конкретных сообщений, общую новостную картину мира и т.п. При обстоятельствах значительных и стремительных сдвигов в международных отношениях на первый план в подходе к развитию эффективной публичной дипломатии выходит важность изучения современного информационного пространства с точки зрения понимания мировоззренческих изменений разных возрастных групп, смещения многих аксиологических акцентов (Долинский А.В., 2020).

В то же время интересным парадоксом неэффективного влияния инструментов мягкой силы, в т.ч. публичной дипломатии, можно признать значительную поддержку российскими гражданами внешнеполитической деятельности собственного руководства: хотя они и пользуются технологическими, культурными и другими продуктами, разработанными в США и ЕС, копируют привычки и обожают зарубежные образцы поведения, однако привязаны к поп-культуре с отталкивающим восприятием внешнеполитической деятельности стран Запада.

Недостаточное понимание качественного общего контекста формирования базовых сообщений о российском гражданском обществе как основе и действенной силе демократических сдвигов в нашем государстве мешает продвижению национальных

интересов России, и не способствует достижению целей, соответствующих возможностям публичной дипломатии. Вместе с тем ограниченность материальных ресурсов, как и нехватка профессионализма, современного уровня подготовки сотрудников дипломатической службы (на уровне посольств) являются своего рода «гибридными слабостями» России, что создает дополнительные возможности для вражеских гибридных атак, в том числе и в долгосрочной перспективе.

2.2. История российско-китайских отношений

В 1991 г. произошел распад Советского Союза, а его правопреемницей стала независимая Россия. Международное сообщество высказывало сомнения по поводу будущего российско-китайских отношений. В частности, получило распространение мнение, что из-за разницы в идеологии и общественном строе двух стран наступит охлаждение или даже разрыв двусторонних отношений. Однако современные политические отношения России и Китая опровергают соответствующие прогнозы: российско-китайские отношения продолжают развиваться.

В соответствии с особенностями политического сотрудничества России и Китая, начиная с 1990-х гг., отношения между странами можно условно разделить на пять этапов:

В течение первого этапа, который длился с 1991 до 1993 гг., Россия и Китай рассматривали друг друга как дружественные страны и признавали необходимость становления партнерских отношений. Взаимоотношения в политической сфере развивались медленно, что было обусловлено отсутствием у российской политической элиты четкой программы действий в любом внешнеполитическом направлении, включая и отношения с Китаем.

Кроме того, в начале 1990-х гг. Москва ожидала становления либеральных отношений со странами Запада. В частности, внешнеполитический курс России предусматривал скорейшее включение государства в политические и экономические структуры западных стран и налаживание стратегических отношений с США. В связи с этим, российское руководство стремилось доказать, что государство отказалось от коммунистического режима.

Как следствие, становление российско-китайских политических отношений отошло на задний план. Вместе с тем, руководство Китая также выражало неопределенность

политического курса в отношении РФ. Это пояснялось тем, что распад советской системы стал неожиданным процессом для Китая.

Как следствие, политические отношения между странами в течение первого этапа преимущественно ограничивались декларативными заявлениями, преимущественно подчеркивавшими необходимость расширения взаимовыгодного сотрудничества.

Начало политических отношений России и Китая ознаменовало визит председателя КНР Цзянь Цзэминя в Россию в сентябре 1992 г. В ходе визита были подписаны Декларация о долгосрочном развитии двусторонних связей, а также Протокол о торговле и экономическом сотрудничестве и соглашение о мирном сотрудничестве. Китайская сторона охарактеризовала состояние отношений между странами как налаживание конструктивного партнерства (Бирюков Н.И., Глаголев В.С., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., 2018).

В декабре 1992 г. состоялся визит Б. Ельцина в КНР. Во время визита было подписано 24 документа, регулировавших отношения между странами в политической экономической сферах, а также заключено совместное заявление о взаимоотношениях между КНР и Россией.

На втором этапе, с 1994 до 1995 гг. между Россией и Китаем складываются отношения конструктивного партнерства. Российское руководство определило необходимость строительства многополярной системы международных отношений. Как следствие, возникла необходимость углубления отношений с КНР.

Третий этап, начавшийся с 1996 г., характеризуется становлением отношений стратегического партнерства. Во время российско-китайского саммита в Пекине 1996 г., лидеры двух стран озвучили совместное заявление, в котором определили отношения между государствами как стратегические (Ларин А.Г., 1997).

Несмотря на декларативный характер заявления, страны выразили готовность активизировать сотрудничество не только на двустороннем, но и на региональном уровнях. В 1998 г. Россия при поддержке Китая вступила в организацию Азиатско-Тихоокеанского сотрудничества. Как следствие, Россия получила возможность присутствовать как полноправный участник консультаций по развитию Азиатско-Тихоокеанского региона.

В течение 1999 г. страны провели ряд переговоров, что стимулировало развитие дальнейшего сотрудничества, прежде всего, в экономической сфере. Соблюдение

принципа стратегического партнерства стимулировало развитие двусторонних отношений в многих сферах:

- был создан механизм общения на высшем уровне;
 - была решена большая часть исторических проблем, касающихся урегулирования пограничных споров;
 - была усилена координация в сфере международных отношений;
 - состоялось расширение экономического сотрудничества (Богатуров А.Д., 2018).
- Все это предопределило углубление политического доверия.

Четвертый период отношений между странами начался в начале XXI в., со сменой политического руководства. В 2000 г. президентом Российской Федерации стал В. Путин. Как следствие, стратегическое партнерство между двумя странами получило дальнейшее развитие. Углубление двустороннего сотрудничества рассматривалось обеими странами как условие укрепления собственных позиций на региональном и глобальном уровнях.

По приглашению В. Путина тогдашний председатель КНР Цзян Цзэминь 15-18 июля 2001 г. посетил Россию с официальным визитом. Руководители двух стран подписали договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой, который создал дополнительные возможности для дальнейшего укрепления отношений между двумя странами путем наполнения их новым содержанием и вывода на качественно новый уровень (Быков О.Н., 2015).

В 2003 г. новый председатель КНР стал Ху Цзиньтао, который в мае того же года, по приглашению В. Путина, впервые посетил Россию с официальным визитом. Главы двух государств во время встречи обсудили развитие двусторонних отношений за последние десятилетия, определили их проблемные аспекты и перспективы.

В 2005 г. президент РФ В. Путин и председатель КНР Ху Цзиньтао подписали совместную декларацию России и Китая «О международном порядке в XXI веке». Россия и Китай пришли к широкому консенсусу по наиболее значимым вопросам русско-китайских отношений. В марте 2006 г. состоялся официальный визит В. Путина в Китай. Этот визит ознаменовал значительный шаг в развитии российско-китайского сотрудничества. В частности, произошли сдвиги в углублении сотрудничества в экономической сфере (Мирошниченко Р.В., 2017).

Президент России выразил готовность начать проекты по строительству двух газопроводов из Сибири в Китай. Согласно Концепции внешней политики Российской

Федерации, Россия стремится к развитию взаимовыгодного сотрудничества с Китаем по всем направлениям. Главной задачей остается проведение масштабного экономического сотрудничества в соответствии с уровнем политических отношений. Важным этапом становления отношений между странами стало решение пограничного вопроса. Проблемы пограничного разграничения на всей протяженности границы, которые длительное время оставались причиной разногласий, в значительной степени были решены на основе принципов международного права (Душебаев А.В., 2020).

Министр иностранных дел России С. Лавров и глава МИД КНР Ян Цзечи в июле 2008 г. подписали дополнительный протокол-описание линии российско-китайской границы в ее восточной части. Таким образом, было завершено юридическое оформление совместной границы. Соглашение о российско-китайской границе определяет линию ее прохождения в районе острова Большой в верховьях реки Аргунь (Читинская область) и территории островов Тарабаров и Большой Уссурийский на реке Амур. В пользу КНР отошли территории общей площадью 337 км².

Соответствующие уступки подтвердили слабость позиций Российской Федерации на Дальнем Востоке. Несмотря на то, что российское руководство уверенно заявляло, что все территориальные споры между РФ и КНР урегулированы, в августе 2012 г. Пекин вновь заявил о своих претензиях к Москве. Заявления Китая касаются лишь 17 га территории РФ в Республике Алтай, однако, показателен сам факт возобновления споров по пограничным землям. Таким образом, территориальные разногласия между Россией и Китаем еще будут являться предметом открытого диспута в будущем (Мирошниченко Р.В., 2017).

С 26 по 28 сентября 2010 г. тогдашний президент Российской Федерации Д.А. Медведев по приглашению председателя КНР Ху Цзиньтао посетил Китай с официальным визитом. Главы двух стран опубликовали совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о всестороннем углублении российско-китайских отношений, партнерстве и стратегическом взаимодействии. В этом документе главы государств дали высокую оценку значительному прогрессу, достигнутому за последние годы во всех сферах сотрудничества.

16 июня 2011 г. в Москве было подписано совместное заявление РФ и КНР по ситуации в мире и основным международным вопросам. 17 июля 2011 г. Ху Цзиньтао и Дмитрий Медведев опубликовали совместное заявление в связи с 10-летием Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между КНР и РФ.

Пятый этап развития российско-китайских отношений в политической сфере начался в 2012 г. после возвращения В. Путина на пост президента РФ. Этот период характеризуется значительной экономизацией политических отношений двух государств. Несмотря на провозглашенный президентом России в 2012 г. разворот на Восток, в некоторых сферах сотрудничество с Пекином сохраняло негласные ограничения:

- были заморожены планы совместных инфраструктурных проектов в Приморье;
- лимитировалось присутствие китайского бизнеса в Сибири и на Дальнем Востоке;
- компании Поднебесной не допускались к сырьевым активам и подрядным работам на крупных стройках;
- также китайцам не удавалось получить частиц ни в одном крупном газовом месторождении, бюрократические препоны возникали на пути создания общих предприятий в машиностроении (Душебаев А.В., 2020).

Когда после проблемы в Крыму и начала конфликта на Донбассе отношения России с Западом резко ухудшились, Москва пересмотрела свой подход к выстраиванию диалога с Поднебесной. Визит российского президента в Шанхай в мае 2014 г. принес около 40 соглашений, главным из которых стал контракт между «Газпромом» и Китайской национальной нефтегазовой корпорацией о поставках 38 млрд кубометров газа в год в Китай по газопроводу «Сила Сибири». Общий объем этого соглашения, рассчитанного на 30 лет, достиг 400 млрд долларов.

Однако, с момента объявления две страны не смогли договориться об авансовых платежах от Китая как возможного источника финансирования на 55 млрд долларов. План Москвы по строительству другого газопровода из Западной Сибири в Китай столкнулся с холодным приемом в Пекине. Маршрут является приоритетом для Кремля, потому что он соединил бы главные газовые месторождения России с китайским рынком, уменьшая зависимость от Европы, где политическое давление снижает спрос (Мирошниченко Р.В., 2017).

Аналитики не видят в Китае энтузиазма для строительства трубопровода, потому что он пересечет границу за тысячи километров от его промышленных центров. Во время визита китайского лидера в Москву в мае 2015 г., Россия согласилась приобщиться к экономическому пространству «Шелкового пути» – конкурента ЕврАзЭС, экономического союза, который много лет подряд пытался выстроить В. Путин. Хотя, еще в начале 2015 г. российская сторона не изъявляла желания

присоединяться к китайскому проекту, но, в связи с усилением давления со стороны западных государств, кардинально изменила позицию (Мирошниченко Р.В., 2017).

В 2015 г. объем российско-китайской торговли упал примерно на 30%. Западные санкции заставили В. Путина искать поддержки своего восточного соседа, но у Китая сейчас свои экономические проблемы, и, в придачу китайские инвесторы обеспокоены жесткой системным экономическим и политическим кризисом в самой России (Мирошниченко Р.В., 2017).

Особое место в политическом сотрудничестве между Китаем и Россией занимает деятельность государств в Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). На современном и Москва, и Пекин пытаются занять доминирующую позицию в ШОС: Китай – путем усиления своего финансового влияния в ШОС, Россия – за счет формирования Евразийского союза.

Создание ШОС не оправдало надежд России. Вместо обеспечения альтернативы НАТО, Шанхайская организация сотрудничества превратилась в эффективный инструмент КНР, гарантирующий присутствие Китая в странах Центральной Азии. В частности, энергетические и транспортные проекты КНР в странах региона уже привели к подрыву экономической и политической базы региональных инициатив Российской Федерации. Например, Казахстан, будучи членом Таможенного союза имеет не менее, а то и более тесные торгово-экономические связи с Китаем. В частности, объемы китайских инвестиций в Казахстан превышают размеры финансовых вкладов со стороны России.

Подобная ситуация наблюдается в отношениях Китая с другими странами Центральной Азии и бывшего Советского Союза. Таким образом, Китай вытесняет Россию из постсоветского пространства и тормозит интеграционные процессы, инициированные Россией, среди которых создание Евразийского союза как главного геополитического проекта России. Кроме этого, Россия и Китай остаются конкурентами в вопросе проведения новых транспортных коридоров от Азиатско-Тихоокеанского региона и Центральной Азии в Европу. Россия заинтересована в создании Транссибирской магистрали и Северного морского пути, а КНР – в построении так называемого «Нового Шелкового пути».

Внешнеполитические цели китайского правительства расходятся с позицией России. Да, показателем сложности отношений России и Китая стало голосование в ООН по кризису в Украине. Китай воздержался и не поддержал Россию. Это означает, что Россия не занимает главную позицию в приоритетах Китая. Анализ официальных

заявлений Китая и сообщений прессы в отношении Украины свидетельствует, что Китай пытается занимать компромиссную позицию, не критикуя при этом действия России напрямую (Душебаев А.В., 2020).

В условиях роста международного давления Россия рассматривает Китай как страну, которая благодаря своему экономическому потенциалу и политическому весу может помочь ей преодолеть кризис. Однако официальный Пекин действует достаточно осторожно. Более того, ряд фактов свидетельствует о том, что он может использовать эту ситуацию в свою пользу, навязывая Москве жесткие условия сотрудничества.

В МИД КНР в 2021 г. заявили, что двусторонние отношения «прошли крещение пандемией нового коронавируса и выдержали испытание переменами». В 2021 г. исполняется 20 лет с момента подписания обновленного Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве. Как подчеркнула официальный представитель МИД КНР Хуа Чуньин, по этому случаю в новом году Пекин намерен продвигать двусторонние отношения «с более высокой отправной точки, в большем масштабе и на более глубоком уровне» (Душебаев А.В., 2020).

Российско-китайское сотрудничество в топливно-энергетическом комплексе постепенно ведет к созданию энергетического альянса двух стран. Сегодня энергетическое сотрудничество Москвы и Пекина выступает одним из наиболее устойчивых факторов, способных определить региональную энергетическую конъюнктуру в перспективе, а стремление увеличить объем двусторонней торговли до \$200 млрд к 2024 г. подталкивает Россию к наращиванию поставок энергоресурсов в КНР. Перспективы энергетического сотрудничества были перечислены в Совместном заявлении России и Китая «О развитии отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия, вступающих в новую эпоху» (Душебаев А.В., 2020).

Москва и Пекин намерены продолжить дедолларизацию во взаимных расчетах. В первом квартале 2020 г. доля доллара в товарообороте России и КНР составила порядка 46%, причем еще в 2015 г. доллар занимал почти 90% двусторонней торговли России и КНР. При этом доля евро в двусторонних расчетах в первом квартале составила рекордно высокий уровень – 30%, доля юаня – 17%, а доля рубля – 7%. Ключевой задачей России в 2021 г. становится закрепление результатов по диверсификации товарооборота с КНР (Душебаев А.В., 2020).

Предоставляя КНР передовые технологии и обучая китайских специалистов, Россия укрепляет позиции Китая в противостоянии с США. Особенностью союза России и

Китая может стать то, что этот альянс будет направлен на снижение рисков усиления политического и экономического давления Вашингтона на Москву и Пекин.

С другой стороны, одним из главных событий 2020 г. можно считать продление Россией и Китаем Соглашения об уведомлениях о пусках ракет на 10 лет. Это показывает не только высокий уровень доверия, но и готовность КНР к ведению диалога о глобальном контроле над вооружениями. Стремление Пекина заручиться поддержкой Москвы связано с опасениями оформления американо-европейского союза, направленного на сдерживание КНР. В частности, НАТО все чаще говорит о развитии военного потенциала Китая как об угрозе для развития и существования Альянса (Душебаев А.В., 2020).

В китайском МИД отметили, что приоритетом дипломатической повестки Китая в 2021 г. станет укрепление стратегических связей с Россией. Главной задачей для Москвы и Пекина на 2021 г. остается работа по укреплению общественного диалога, чтобы успехи сотрудничества, достигнутые благодаря взаимодействию на высшем уровне, не стали заложниками общественного недоверия и предрассудков.

2.3. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте интернационализации

В условиях глобализации мировой политической и экономической системы особое значение в структуре связей с общественностью приобретает международная коммуникация. Специфика этого направления PR обусловлена комплексным характером международных отношений, отсутствием монополии на информационные ресурсы, многообразием информационных потоков.

Объяснить это утверждением можно примером из недавнего прошлого истории Российской Федерации. Власти Советского Союза создали так называемый железный занавес по распространению иностранной информации среди собственных граждан и пытались жестко контролировать любые коммуникации. Однако нежелательная информация изнутри и извне все-равно попадала через неофициальные источники и туристические каналы. Как следствие, «железный занавес» упал, а вместе с ним распался и СССР. Другими словами, эффективные международные связи с общественностью

зависят не только от политической, но и от экономической, культурной, личностной коммуникации.

Реализация национальной программы формирования позитивного имиджа страны состоит из массы крупных и мелких, глобальных и текущих задач в самых разнообразных сферах, однако ее ядром была, есть и будет информационно-аналитическая деятельность. Именно на ее основе дипломаты, политологи и специалисты по связям с общественностью могут прогнозировать события и делать взвешенные рекомендации.

Постоянное и своевременное поступление информации из зарубежных миссий и других источников в координирующий центр является принципиально важным для выполнения его основных задач, поэтому бесперебойное функционирование информационных источников имеет ключевое, стратегическое значение. Развитие новейших информационных технологий создает новую среду для современных связей с общественностью, которые должны не только создаваться, но и использовать возможности, открывающиеся благодаря новым технологиям и возникновению общедоступного глобального информационного пространства.

Основу международных связей с общественностью составляют международные коммуникации. Явление международной коммуникации не является чем-то новым в истории человечества. К первым его проявлениям можно отнести миграционные процессы, переселение народов, различные межкультурные контакты, в более поздних – дипломатию, международный туризм и телефонию. Однако едва ли не самым важным по значению и способу воздействия на людей остается медийный аспект международной коммуникации, который реализуется через радио, телевидение, периодические издания международного тиражирования, информационные и телеграфные агентства, а также компьютерные сети.

Международная коммуникация – это процесс непосредственного обмена информацией от источника информации к реципиенту, а также и обратный процесс – реакция на результаты этого процесса. Для нормального функционирования любой социальной системы в современных условиях нужен непрерывный поток информации. Человек, как часть этой системы, в большей или меньшей мере как производит, так и потребляет эту информацию, что позволяет ему активно существовать в обществе (Anholt S., 2006).

Благодаря новейшим изобретениям в области теле- и радиосвязи, наряду с традиционными печатными изданиями, видео- и аудиовизуальная техника стали одним из

основных поставщиков такой информации. Также они способствовали появлению нового сверхскоростного средства межличностного и международного обмена информацией, при котором реципиент – он же ретранслятор, и он же коммуникатор. Лицо имеет возможность оставаться в стране проживания и привлекать к активной дискуссии людей из разных частей света. Такие возможности общения дали людям международные компьютерные сети.

Сейчас в мире практически налажился такой международный информационный порядок, при котором информационные потоки, функционирующие в значительной степени благодаря появлению новейших электронных средств массовой коммуникации, созданию информационных банков данных и существованию всемирной компьютерной сети, не только влияют на сознание своих потребителей, но и способствуют принятию соответствующих решений, иногда даже способны спровоцировать определенную политическую ситуацию.

В последние десятилетия XX в. человечество вступило в новую фазу становления – период формирования информационного общества, что обусловлено развитием коммуникационных технологий, созданием глобальной информационной сети, внедрением новейших достижений во все сферы функционирования общества. Перед всей цивилизацией встал ряд глобальных проблем, от которых зависит прогрессивное развитие человечества, развитие научно-технического прогресса, политических, экономических и социальных процессов. Решение глобальных проблем требует высокого уровня международных взаимоотношений, координации усилий всех участников международного сообщества для достижения общей цели (Anholt S., 2006).

Таким образом, на всех уровнях и во всех сферах международных отношений нужен высокий уровень информированности, то есть высокий уровень обмена информацией. Информация адекватно воспроизводит явления и законы внешнего мира, духовной деятельности человечества, создает возможности предвидения и преобразования действительности в интересах международного сообщества. Говоря о внешней политике, то можно сказать, что способность государства к решению глобальных проблем в большой степени зависит от информированности участников международного сообщества и влияния информационных процессов на политические и экономические процессы. Когда общество проинформировано, то международное сообщество скорее приходит на помощь для решения проблемы (эпидемия, война и др.). Сегодня каждая страна может мгновенно запросить помощь через интернет, например.

Объем фундаментальной информации за последние десять лет повысился вдвое, а поток информации как таковой увеличился в тридцать раз. Информационный фактор больше всего способствовал глубоким изменениям в жизни цивилизации за последние десятилетия: объединил мир в единую функционирует в режиме реального времени. Важным аспектом глобализации информации является резкий рост общественной ценности информации. Сегодня информация превращается в стратегический ресурс человечества, и острой проблемой предстает его распределение. Отличие информационных ресурсов от других ресурсов состоит в том, что при потреблении информация не иссякает, а, наоборот, увеличивается. Неисчерпаемость информационных ресурсов создает уникальные возможности в использовании информационных ресурсов в интересах человечества. Современные международные связи с общественностью способствуют международному бизнесу. Именно для его потребностей была создана эта система, именно международный бизнес определил ее характер, именно он наиболее интенсивно использует ее в своих интересах сейчас (Kroes R., 2013).

Когда в условиях рыночной экономики идет острая конкурентная борьба за мировые рынки сбыта товаров и услуг, когда успех той или иной компании и фирмы зависит от субъективных аспектов спроса на товар, тогда возникает потребность в установлении взаимовыгодных, гарантированных отношений с общественностью, в использовании общественного мнения и влияния на массовое сознание для достижения корпоративной выгоды, которая базируется на балансе интересов предприятия, фирмы, с одной стороны, и интересов общества – с другой.

Обострение конкурентной борьбы в условиях рыночных отношений обусловило необходимость формирования в сознании общественности положительного отношения к современным государствам в эпоху интернационализации, поэтому возникла потребность в публичной апелляции, обращении к общественности.

Среди причин роста значения международных интернациональных PR ведущие политологи называют такие тенденции:

- 1) интернационализация экономической, политической и культурной жизни, что способствовала глобализации международных отношений и росту взаимозависимости всех субъектов международных отношений;
- 2) рост значения общественного мнения в международных отношениях;
- 3) повышение значения международной поддержки в решении глобальных проблем и разрешении конфликтов;

4) формирование позитивного отношения субъектов международных отношений как необходимого аспекта налаживания сотрудничества и экономических отношений (Van Nam P., 2008).

С. Блэк, бывший президент Международной ассоциации по публич рилейшнз, считает, что необоснованным принципом в международных PR является постулат: «Думай глобально, но действуй – локально». Международная деятельность по вопросам связей с общественностью в первую очередь связана с созданием позитивного имиджа определенной страны. Да, международные PR должны быть особенно внимательными к общественному мнению, поскольку именно позитивное общественное мнение в мире о государстве играет важную роль для создания представительного образа (Anholt S., 2006).

Бурные изменения второй половины XX-начала XXI в. в жизни мирового сообщества (среди которых завершение «холодной войны», информационный прогресс человечества, быстрые темпы всесторонней глобализации и интернационализации) повлекли размытие государственных границ, усиление межгосударственной конкуренции, информационно-коммуникативных действий и интересов со стороны всех государств.

В этих условиях феномен имиджа государства, известный еще во времена Никколо Макиавелли как «государственная маска», приобретает новый смысл и становится стратегическим ресурсом любого государства. Сейчас на политической карте мира действительно трудно отыскать государство, которое не интересовалось бы тем, какой имидж оно имеет. Ведь целенаправленная политика формирования привлекательного образа государства способствует защите его национальных интересов, достижению внешнеполитических целей и созданию атмосферы поддержки мировой сообществом его шагов на международной арене (Барышников Д.Н., Костюк Р.В., Ткаченко С.Л., 2019).

Информационные технологии все больше превращаются в инструмент политического влияния. Мгновенное распространение новостей в Интернете означает, что координаторы любой PR-программы должны работать, собирать и распространять информацию быстрее, чем раньше, чтобы постоянно держать политическое руководство в курсе событий и делать своевременные рекомендации относительно реагирования на то или иное событие.

В Российской Федерации основная координирующая функция в создании позитивного образа страны возложена на МИД. Использование современных технологий публич рилейшнз облегчает выполнение министерством его координационных функций по мере того, как другие государственные учреждения все больше привлекаются к

деятельности на международной арене. Компьютерные сети создают возможности для непрерывного общения МИД с другими заведениями, предоставления Министерству иностранных дел оперативной информации (Бурлинова Н., 2016).

Итак, PR-программа государства в современных условиях интернационализации – это не альтернатива созданию имиджа, а дополнение к традиционным методам его формирования. Усиление процессов глобализации и интернационализации нашло отражение в необходимости использования новой технологии PR-брендинга страны. Такие традиционные характеристики, как объем ВВП, политическая система или культура многими политологами рассматриваются как определенный политический бренд, то есть уровень доверия к стране, поощряющий инвестиционную политику субъектов международных отношений.

Международное мнение о стране формируют СМИ, история, традиции, личные впечатления отдельных лиц. А эти впечатления формируются под влиянием самых разнообразных факторов: от политической ситуации до обстановки на улице. Часто имидж страны ассоциируется с именами современных или исторических известных людей, деятелей культуры и спорта. Одновременно существуют очень четкие визуальные символы (например, Эйфелева башня – это Франция, Биг Бен – Великобритания, статуя Свободы – США, Кремль – Россия).

Однако, как и над имиджем отдельного человека, так и над имиджем страны нужно неустанно работать, ведь один неправильный шаг или поступок – и вся предыдущая работа испорчена. Ведь, как известно, репутацию трудно заслужить, а потерять можно за минуту. Увеличение недоверия мирового сообщества больно ударит по экономике государства. Это связано с сокращением иностранных инвестиций, сокращением прибыли от туризма и других факторов.

Как утверждают ведущие специалисты из PR, политический имидж государства – это мысленный образ определенного государства, формирующийся в сознании граждан страны и зарубежной аудитории во время коммуникативного взаимодействия субъектов экономической, социальной и политической жизни как внутри страны, так и за ее пределами. Следует подчеркнуть, что имидж государства – это не только психический образ сознания как отражения действительности, это целенаправленное моделированное специалистами отражения действительности – виртуальный образ (Веснин А.В., 2016).

Имидж государства имеет четыре базовых компонента, которые можно рассматривать как уровни имиджа в условиях интернационализации. Во-первых, это

определенный исходный материал, который предварительно прорабатывают для минимизации отрицательных и максимизации положительных качеств. Во-вторых, это сама такая модель, наложенная на подготовленный исходный материал. В-третьих, это неизбежные искажения, которые вносятся каналами трансляции имиджа (прежде всего СМИ) и средствами его тиражирования. И в-четвертых, это результат активной собственной работы аудитории и определенного субъекта восприятия, который конструирует в своем сознании итоговый целостный имидж на основе навязываемой модели, но с учетом собственных представлений.

Имидж государства как его образ, конструируемый целенаправленно, имеет два основных объекта: общество внутри страны и мировое сообщество. Вполне очевидно, что каждое государство требует позитивного политического имиджа, который будет способствовать его социально-экономическому и политическому развитию и расширению связей с внешним миром.

Важнейшей характерной чертой имиджа государства в условиях интернационализации, как подчеркивают большинство исследователей, является его функциональность. Иначе говоря, создание определенного имиджа государства не является самоцелью. Улучшая имидж страны, мы прежде всего стараемся достичь с его помощью определенных целей. Следовательно, в контексте внутреннего наполнения имидж государства выполняет следующие функции: укрепление и сохранение солидарности в обществе и предотвращение социально-классовых контактов. Положительный имидж государства помогает властному классу сохранять избранный путь развития сообщества и государства, и остаться у власти. Благоприятный внутриполитический имидж формирует позитивный настрой населения в период проведения активных социальных изменений (Зонова Т.В., 2019).

Среди внешних функций международного имиджа следует выделить следующие:

- активная интеграция в мировое политическое и экономическое сообщество, ведь в условиях всесторонней глобализации и интернационализации политическая изоляция государства на международной арене по причине его негативного восприятия мировым сообществом может привести к гуманитарной и социально-экономической катастрофе (КНДР, Ирак времен С. Хусейна и др.);
- обеспечение безопасности страны от политического и военного давления извне;
- обеспечение поддержки мировым сообществом властной элиты как ресурса борьбы с оппозицией;

- поддержка национального бизнеса и привлечение иностранных инвестиций;
- содействие развитию туристической сферы;
- поддержка и защита граждан в их внешних отношениях (Фокин В.И., 2019).

Проблемным вопросом с точки зрения теории и практики является сосуществование обоих политических имиджей государства – внутреннего и внешнего. Конечно, идеальным вариантом является сосуществование обоих положительных имиджей, когда социальные ценности определенной страны соответствуют системе мировых ценностей – таких как «свобода человека», «мир во всем мире», «свобода слова и совести», «национальный суверенитет». Однако на практике достичь этого идеального состояния достаточно трудно. Страны мусульманского Востока чаще отдают предпочтение созданию сильного внутреннего имиджа как основы внутренней политической стабильности. Иногда кажется, что процессы всесторонней глобализации и интернационализации заставят все государства мира сосредоточить первоочередное внимание именно на создании и поддержании своего привлекательного внешнего имиджа.

Международный образ государства, его привлекательность формируются и обусловлены влиянием многих факторов. Особенности региона, национальных традиций, исторической памяти народа, идеологии и тому подобное. В итоге они создают целостный образ, на основе которого идентифицируют определенное государство среди всего мирового сообщества.

Выводы к главе 2

Стратегические коммуникации – это процесс применения скоординированных коммуникативных средств информационного воздействия с привлечением заинтересованных сторон с целью достижения стратегических целей государства. Публичная дипломатия – это программы, финансируемые правительством и направленные на информирование или влияние на общественное мнение зарубежных стран через публикации, кинопродукцию, обмены в сфере культуры, радиовещания и телевидения.

Важным отличием публичной дипломатии от пропаганды являются методы и цели воздействия. Важным аспектом достижения успеха в применении инструментов публичной дипломатии является аксиологическое наполнение ее действия. Российская Федерация стремительно набирает свои позиции в информационно-коммуникационной повестке дня. Но и сегодня в большинстве стратегических документов упоминания о реализации задач публичной дипломатии и стратегических коммуникаций достаточно неявные или беглые, по большей части в контексте необходимости утверждения ведущего места России в системе международных отношений.

Внешнеполитические цели китайского правительства расходятся с позицией России. Да, показателем сложности отношений России и Китая стало голосование в ООН по кризису в Украине. Китай воздержался и не поддержал Россию. Это означает, что Россия не занимает главную позицию в приоритетах Китая. Российско-китайское сотрудничество в топливно-энергетическом комплексе постепенно ведет к созданию энергетического альянса двух стран. С другой стороны, одним из главных событий 2020 г. можно считать продление Россией и Китаем Соглашения об уведомлениях о пусках ракет на 10 лет. Это показывает не только высокий уровень доверия, но и готовность КНР к ведению диалога о глобальном контроле над вооружениями.

Основу международных связей с общественностью составляют международные коммуникации. Явление международной коммуникации не является чем-то новым в истории человечества. Благодаря новейшим изобретениям в области теле- и радиосвязи, наряду с традиционными печатными изданиями, видео- и аудиовизуальная техника стали одним из основных поставщиков такой информации.

3. ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОНТЕКСТЕ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ

3.1. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте российско-китайских отношений

Одним из важнейших направлений реализации культурной дипломатии является продвижение русского языка в Китае. Для этого задействуется множество инструментов культурной дипломатии. Это и работа 22-х Русских центров в Китае, включающая проведение конкурсов, олимпиад (например, Международная олимпиада «Грамотный русский язык»), курсов по русскому языку, а также поддержка преподавания русского языка в китайских школах и ВУЗах на межправительственном уровне.

Однако продвижение русского языка требует еще более масштабных мероприятий, так как китайскую молодежь очень привлекает западная культура и в последнее время многие школы в больших и средних городах КНР отменили преподавание русского языка. Продвижением английского языка в Китае активно занимаются США и Великобритания. Но и сам Китай очень заинтересован в том, чтобы китайцы знали английский язык, который изучают около трети граждан КНР (на 2020 г.) (Zhao Yuyuan, 2020).

При активном участии правительства КНР создаются программы привлечения англичан и американцев для преподавания английского языка в Китае.

С 2011 г. США создает по всему Китаю Центры американской культуры, действующих при университетах КНР, в которых студенты китайских ВУЗов могут изучать английский язык, литературу, историю, искусство США. Таких центров сейчас 18. Великобритания не так активно занимается продвижением английского языка в Китае, но, тем не менее, ведется работа в этом направлении.

Так, например, в Нанкине действует центр изучения английского языка при Британском совете. Современная российская культура также транслируется на Китай через кинопрокат. Однако в сопоставлении с масштабами кинорынка Поднебесной популярность наших фильмов в ней выглядит весьма скромно. С 1995 г. в Китае установлена квота на прокат импортных фильмов. С 2012 г. эта квота примерно составляет 30–40 иностранных фильма в год. Слабым игрокам мировой киноиндустрии не выгодно продавать свои фильмы в Китай, так как плата за кинопрокат составляет 25%

кассовых сборов. В связи с этим, большая часть фильмов, транслируемая в Китае по квоте – это голливудские фильмы (около 80%) (Zhao Kejin, 2019).

В связи с этим российские компании ищут новые пути выхода на китайский рынок. Одним из таких путей стала совместная съемка фильмов. Например, в 2018 году на экраны обеих стран выйдет продолжение фильма «Он - дракон», снятого совместно с китайскими партнерами.

В начале 2017 г. начаты съемки российско-китайского сериала «Ясное небо» о помощи СССР Китаю во время войны с Японией (1937–1945 гг.). В основу сценария легла одноименная документальная повесть «Ясное небо», которую написали Игорь Прокопенко и Хуан Хаохуа.

Российской киноиндустрии в борьбе за китайского зрителя очень сложно противостоять киноиндустрии США. Американско-китайское кинопроизводство стало уже вполне регулярным явлением. При совместном с Китаем производстве, голливудским фильмам намного проще попасть в прокат. Только за период с 2010 по 2017 гг. таких совместных фильмов было снято больше 18. Европейские страны и Китай также снимают совместные кинокартины (Ян Цземьянь, 2018).

Россия также продолжает использовать такие традиционные инструменты культурной дипломатии, как проведение выставок в Китае и участие в китайских 82 выставках; обмен художественными коллективами; продвижение российской литературы. Однако используя все вышеперечисленные инструменты, Россия должна понимать, что ей приходится конкурировать с мощным культурным влиянием США.

Мощное американское воздействие на молодых граждан КНР не может оставаться без внимания руководства Китая. В стране на высшем государственном уровне обсуждается вестернизация китайской молодежи, происходящая во многом благодаря трансляции Голливудских фильмов, американского телевидения, музыки. Проблема чрезмерного влияния западных стран на китайскую молодежь и вытеснения китайских традиционных ценностей вызывает недовольство руководства КНР, что проявляется в издании нормативно-правовых актов, ограничивающих культурное влияние Запада, в особенности США.

Принимая во внимание все вышеперечисленные факты (а именно: количество китайских студентов обучающихся в других странах; популярность языка, изучаемого в Китае в качестве иностранного; количество иностранных фильмов, транслируемых в китайских кинотеатрах), можно сделать вывод о том, что в настоящий момент российская

культурная дипломатия в Китае проигрывает западной. Китайские СМИ часто поднимают тему вестернизации и американизации китайской культуры, особенно в молодежной среде.

О российском же культурном влиянии в китайских СМИ упоминаний не найдено. Далеко не все регионы Российской Федерации задействованы в процессе осуществления российской культурной дипломатии в КНР. В основном, ей занимаются столичные города (Москва, Санкт-Петербург) и приграничные регионы Дальнего Востока (Фокин В.И., 2019).

Для сравнения в США сотрудничество с Китаем развивают не только столичные регионы, но и многие провинциальные штаты, в особенности это касается междуниверситетского сотрудничества. Российским региональным учебным заведениям еще только предстоит развивать партнерские отношения с китайскими ВУЗами. На наш взгляд, это является неотъемлемым элементом современной российской культурной дипломатии в Китае.

Чем больше российских вузов будут сотрудничать с Китаем, тем больше китайских студентов сможет принять Россия. Во-первых, это привлечет дополнительные денежные средства в регионы, во-вторых, Россия сможет сократить разрыв в США по числу привлеченных китайских студентов. Программы обмена студентами также способствуют развитию культурной дипломатии. Поэтому чем больше программ межвузовского обмена будет работать между российскими и китайскими университетами, тем эффективней будет российская культурная дипломатия.

В направлении продвижения российской культуры в Китае уже сделано несколько важных шагов. Большим достижением стало создание Россотрудничества с его филиалами в разных частях Китая. Однако, на наш взгляд, деятельность этого органа и всех других акторов культурной дипломатии должна осуществляться строго в соответствии с концепцией публичной дипломатии. В связи с тем, что публичная дипломатия не является заменой традиционной, а дополняет ее и позволяет подготовить наиболее благоприятный политический климат для последующих шагов на внешнеполитической арене, то концепция публичной дипломатии не должна противоречить положениям концепции внешней политики (Мирошниченко Р.В., 2017).

Публичная дипломатия России нуждается в систематическом управлении и четком определении базовых принципов, приоритетных направлений, целей и задач. Главной целью публичной дипломатии современной России должно стать построение благоприятного международного имиджа Российской Федерации как страны,

выступающей гарантом международной стабильности, мировой державы, придерживающейся концепции многополярного мира.

В концепции приоритетными задачами должны стать распространение русского языка и популяризация российской культуры и российского образования. Базовыми принципами являются принцип культурного многообразия и равноправия, уважения к другим культурам. Приоритетным направлением публичной дипломатии Российской Федерации должно стать развитие культурных отношений со странами СНГ и КНР.

Концепция публичной дипломатии предполагает четкое определение функций государственных органов и подразделений, задействованных в проведении публичной дипломатии, а также определение роли негосударственных акторов. В концепции публичной дипломатии должны быть расставлены региональные приоритеты и обозначены ключевые проблемы, которые можно решить при помощи инструментов публичной дипломатии в том или ином регионе.

Что касается публичной дипломатии России в Китае, то ей должно быть отведено особое внимание, так как Китай сейчас является одним из ключевых партнеров России на международной арене. В концепции публичной дипломатии следует определить основную задачу в этом регионе, которая заключается в необходимости проведения культурного обмена с китайской молодежью в условиях жесткой конкуренции с другими странами. При помощи инструментов культурной дипломатии необходимо привлечь у граждан КНР интерес к российской культуре: проводить ежегодные дни российской культуры в КНР, открывать центры российской культуры, принимать более активное участие в образовательных выставках с целью рекламы российского образования (Мирошниченко Р.В., 2017).

Необходимо развивать партнерские отношения в сфере киноиндустрии, в особенности производству совместных фильмов. Основной целью российской культурной дипломатии в Китае должно стать построение имиджа страны, которая является стратегическим партнером КНР во многих сферах, но с интересами которой необходимо считаться. Для развития российской культурной дипломатии требуется приложить еще немало усилий, но достижение поставленных целей приведет к результатам, которые окажут положительное влияние как на российско-китайские отношения, так и на укрепление положения России в мире.

3.2. Проблемы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений

Современное развитие в сфере международных отношений требует гораздо более сложных коммуникационно-координационных механизмов для успешной реализации внешней политики через публичную дипломатию с целью занятия достойного места на мировой арене, что подтверждается данными общественного и экспертного мониторинга эффективности публичной дипломатии, по результатам которого фиксируется постоянство проблемного вопроса: государство не привыкло подходить к коммуникации стратегически и координировать усилия различных субъектов для достижения общих коммуникационных целей:

- отсутствие системной (общей) государственной политики/стратегии в сфере публичной дипломатии (в частности, культурной и цифровой/виртуальной) вызывает разрозненность и неkoordinированность действий МИД, Министерства культуры и Министерства информационной политики;

- при отсутствии системных действий со стороны государства в сфере публичной дипломатии этим вопросом занимаются преимущественно волонтеры, общественные организации и представители диаспоры (Мэнь Хунхуа, 2017).

Бесспорно, «волонтерская» или «народная» дипломатия играет значительную роль в процессе продвижения интересов внешней политики РФ и КНР. В то же время волонтеры не могут заменить собой государственные институты, которые прежде всего несут ответственность за разработку стратегии и ее четкую имплементацию.

По нашему мнению, природа этих проблем заключается в неопределенности правил взаимодействия двух коммуникационных моделей – иерархической и сетевой. Иерархическая модель представляет собой центральную роль межправительственных отношений, в которых Министерство иностранных дел и национальная дипломатическая система РФ и КНР предстают как защитники, осуществляющие мониторинг внутренней и внешней среды политики и информации. Механизмы государственного управления циркулирует между ними.

В противоположность этому сетевая модель может быть представлена как совокупность относительно стабильных отношений неиерархической и взаимозависимой природы, связанных с разнообразными участниками, разделяющими общие интересы в связи с претензией политики, которые обмениваются ресурсами для достижения этих

общих интересов, признавая, что сотрудничество является лучшим способом для достижения общих целей.

Иерархическая модель публичной дипломатии создает новые задачи, однако большинство из них лежат в плоскости требований для дипломатической инфраструктуры и часто используются как рациональные для оправдания центральной роли внешнеполитических министерств. Сетевая модель не отрицает значения функций, которые берет на себя дипломат, но значительно их расширяет и выдвигает новые требования к дипломатам, что также подтверждает их значение в мире управления имиджем. В итоге роль дипломата в этом контексте определяется по-новому – как фасилитатора в создании и менеджменте этих сетей (Мэнь Хунхуа, 2017).

Отсюда приоритетным направлением развития сферы публичной дипломатии в России и Китае должна стать организация координационного взаимодействия многочисленных государственных и неправительственных субъектов публичной дипломатии. Фокусом этого направления должна стать разработка процесса синхронизации целей, действий, коммуникационных мероприятий и программных документов между институционально-отличающимися субъектами публичной дипломатии, обоснование координационного механизма их взаимодействия.

Субординационные отношения будут существовать не только в сфере организационного подчинения, но и при наличии других видов подчинения, в частности функционального. Относительно координационных управленческих отношений в сфере публичной дипломатии можно согласиться с мнением, что координация может быть специальной функцией и особой интеграционной формой организации управления.

Функция она обеспечивает определенную зависимость одних решений (действий) от других в процессе функционирования любой организованной системы, а как форма организации управления – создает особый аппарат в достижении общей цели автономными организационными системами, согласует или связывает их деятельность по удовлетворению общезначимых приоритетов.

Реординационные отношения можно определить как отношения, осуществление обратного влияния в которых является правом или обязанностью управляемого объекта в отношении руководящего субъекта и которые должны предусматривать обязанность руководящего субъекта отреагировать в определенном порядке и в определенные сроки на предложения, рекомендации, ходатайства, требования и др. управляемого объекта. Существует три типа реорганизации:

- 1) реординация как обратное упорядочение;
- 2) корреляционная реординация;
- 3) инициативная реординация (Лян Гинтин, 2019).

Реординация как «обратное упорядочение» возникает прежде всего в делегированной сфере компетенции, когда подотчетные и подконтрольные институты самостоятельно осуществляют делегированные им полномочия и имеют возможность влиять на органы, которым они подотчетны и подконтрольны.

Таким образом, учитывая вышеупомянутое, синхронизация действий субъектов публичной дипломатии – это система мер, применимая для пространственно-временного согласования (слаженности) действий субъектов определенных управленческих отношений на определенной фазе жизненного цикла коммуникационного процесса.

Показателем действенности механизма синхронизации целей и действий субъектов публичной дипломатии служит достижение управленческого резонанса. Управленческий резонанс возникает только при условии, когда видение проблемы, способов ее решения и ожидаемого результата у всех участников коммуникационного проекта совпадает. При этом ключевым условием (принципом) синхронизации является обеспечение пространственно-временной согласованности действий, практическая реализация которой видится путем установления соответствия между видами управленческих отношений и фазами жизненного цикла коммуникационного проекта.

Становление публичной дипломатии как эффективного механизма взаимодействия Российской Федерации и Китайской Народной Республики в мире, и взаимодействия с общественностью невозможно без координации действий всех заинтересованных сторон, сочетания их ресурсов и усилий. В частности, одной из трех основных задач управления публичной дипломатии МИД РФ и КНР является координация мероприятий других органов власти по реализации разнообразных имиджевых, культурных, информационных проектов (Лян Гинтин, 2019).

В аспекте публичной дипломатии можно согласиться с мнением, что координация может быть специальной функцией и особой интегрирующей формой организации управления. Как функция она обеспечивает определенную зависимость одних решений (действий) от других в процессе функционирования любой организованной системы, а как форма организации управления она создает особый аппарат в достижении общей цели автономными организационными системами, что согласует или связывает их деятельность по удовлетворению общезначимых приоритетов.

По нашему мнению, стратегической задачей координации деятельности субъектов публичной дипломатии РФ и КНР является проработка механизма согласования общей позиции правительства в вопросах, которые обсуждаются и принимаются главными институтами в этой сфере. Целью всех согласований является достижение взаимопонимание (Лян Тинтин, 2019).

Бесспорно, основой системы координации являются связи (действия). В сфере публичной дипломатии среди потенциально возможных связей предположительно существует такой их набор, что обеспечит реализацию целей как нельзя лучше. Задача координации – создать условия для выбора и реализации в каждой институции именно таких связей, которые вместе составляют «наилучший набор связей». Именно здесь важна роль координатора – лица, принимающего решение и определяющего наилучший с его точки зрения набор связей (операций, действий, взаимодействий), используя при этом два способа:

1) формирование ограничений (стандарты, инструкции) для предупреждения недопустимых действий;

2) информирование (коммуникативные мероприятия) для обеспечения постоянного согласования действий в режиме реального времени (Лу Сугэ, 2017).

Обосновывая сущность механизма координации действий субъектов публичной дипломатии для достижения общих коммуникационных целей России и Китая, следует отметить несколько важных методологических аспектов. Во-первых, заметим, что координация не является основным видом деятельности ее субъектов и участников. В этом аспекте обратим внимание на соотношение понятий «координация» и «взаимодействие». Координация, в отличие от взаимодействия, имеет более общий характер и не связана с пределами какого-либо конкретного действия или процесса.

Реализация координационной деятельности требует соответствующих механизмов как способов достижения ее целей. Механизм координации деятельности субъектов публичной дипломатии – это создание такого набора связей между субъектами принятия управленческих решений, что обеспечит согласование совместной позиции и понимание в вопросах, которые обсуждаются и принимаются главными институтами Российской Федерации и Китайской Народной Республики в этой сфере.

Анализ современного состояния развития сферы публичной дипломатии в российско-китайских отношениях позволил сделать вывод, что неотъемлемой составляющей публичной дипломатии должна быть синхронизация целей и действий всех

субъектов и разработка механизма координации их деятельности, чтобы публичная дипломатия не оставалась только декларацией и не фигурировала только лишь в названии государственных структур (Лу Сугэ, 2017).

Показателем действенности механизма синхронизации целей и действий субъектов публичной дипломатии в российско-китайских отношениях является достижение управленческого резонанса. Управленческий резонанс возникает только при условии, когда видение проблемы, способов ее решения и ожидаемого результата у всех участников коммуникационного проекта совпадает.

При этом ключевым условием (принципом) синхронизации является обеспечение пространственно-временной согласованности действий, практическая реализация которой видится путем установления соответствия между видами управленческих отношений и фазами жизненного цикла коммуникационного проекта.

3.3. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте российско-китайских отношений: перспективы

Среди основных задач публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений – коммуникация с общественностью государств с точки зрения собственных национальных интересов с целью донесения определенного политического решения и в дальнейшем достижения своих внешнеполитических целей, а также распространение ценностей, улучшение восприятия стран за рубежом и тому подобное. Соответственно, публичная дипломатия является важным направлением внешней политики России и Китая с точки зрения обеспечения национальных интересов данных государств и продвижения их за рубежом, содействие позитивному имиджу КНР и РФ как надежных партнеров, как форпоста защиты либеральных ценностей в мировом пространстве, что особенно актуализируется в современных условиях (Лу Сугэ, 2017).

Для российско-китайских отношений направление публичной дипломатии не является новым. Публичная дипломатия и связи с общественностью в контексте российско-китайских отношений существовали и ранее, хотя сводились они по большей части к индивидуальным инициативам участников, часто негосударственных, кое-где

фрагментарных. Само понятие «публичная дипломатия» в современное время почти не фигурировало в российском и китайском публичном и медийном дискурсах.

Стратегическое видение направления до сих пор находится в состоянии разработки – стратегия публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений еще не принята. Однако укрепление международного авторитета государств, обеспечение их интеграции в мировое пространство, на практике осуществляются среди прочего и усилиями публичной дипломатии.

Существует необходимость усилить институциональную способность для осуществления международных стратегических коммуникаций и синергии усилий органов власти, бизнеса и гражданского общества, а также регулярного диалога с лидерами мнения, экспертами и медиа. Кроме того, задачи, присущие публичной дипломатии, отражены в Концепции популяризации Китая в мире и продвижения интересов Китая в мировом информационном пространстве (хотя само понятие «публичная дипломатия» там не фигурирует) (Лу Сугэ, 2017).

80% всех реализованных проектов в 2020 году пришлось на культурно-художественное измерение (визуальное искусство, музыка, перформативное искусство, кино), коммуникационное, академическое и исследовательское направления не достигли даже 10%. Остается до сих пор под вопросом, кто из имеющихся участников публичной дипломатии будет обеспечивать наполнение и функционирование экспертной и научной/академической дипломатии, а также каким образом будет выстраиваться сотрудничество с общественным сектором (общественные организации, аналитические центры) (Zhao Yaoyuan, 2020).

Что касается экспертной составляющей, положительным сдвигом в направлении стало участие экспертов в важных международных дискуссионных площадках, что имеют политическое направление, и в мероприятиях культурной дипломатии за рубежом в результате приказа МИД.

При МИД действует Общественный совет. Продолжают активную работу в направлении неправительственные организации, осуществляющие как исследовательскую и аналитическую деятельность, так и занимающиеся продвижением и коммуникацией российских и китайских внешнеполитических целей за рубежом. Успешным кейсом стала практика организации двусторонних экспертных форумов с государствами-соседями РФ и КНР.

Внутренние трудности. Отсутствие стратегического видения. Принятие стратегии публичной дипломатии, как и утверждение стратегии внешней политики КНР и РФ усилят эффективность направления публичной дипломатии и обеспечит более системную работу.

Понятийный «вакуум». В публичном дискурсе прослеживается определенная неопределенность понятия публичной дипломатии и, в частности, ее соотношение с культурной (очень часто понятия либо взаимозаменяют, либо употребляют как существующие параллельно);

Также существует проблема финансирования. Например, в 2020 году бюджет оказался под риском потерять 55% своего финансирования путем перераспределения средств государственного бюджета в связи с пандемией. Для сохранения жизнеспособности направления, поддержки уже созданной сети зарубежных партнеров из России и Китая, постоянная реализация. Проектам и международному сотрудничеству необходимо устойчивое и диверсифицированное финансирование, ни в коем случае не по «остаточному принципу» (Zhao Yuyuan, 2020).

Недостаточная межинституциональная/межведомственная координация. Несмотря на то, что стейкхолдеры отмечают постепенное наращивание синергии в направлении публичной дипломатии в российско-китайских отношениях, кое-где она остается недостаточной. Отсутствие межинституционального сотрудничества послужил недостаточной одной из причин того, что запуск курсов по изучению русского и китайского языка за рубежом.

Чрезмерная бюрократизация. Бюрократизация государственного аппарата замедляет работу. Например, до сих пор неизвестной остается судьба зарубежных представительств Китая и Российской Федерации, речь о которых ведется уже не один год, или системы грантовой поддержки на реализацию проектов в сфере публичной дипломатии неправительственными организациями и программ мобильности для исследователей.

Низкая способность к реактивности/оперативному реагированию. В 2020 году в Соединенных Штатах Америки охватили лишь 2% от общего количества проектов несмотря на то, что на ее имидж было оказано влияние в местных магазинах. Несмотря на немалое количество бюрократических преград, которые не всегда позволяют адаптировать уже утвержденные рабочие планы, события в международной плоскости часто требуют мгновенного реагирования, адаптивности в работе государственных институтов – иными

словами, некоторой доли вариативной составляющей в проектной деятельности, чего пока не хватает (Zhao Yuyuan, 2020).

И Россию, и Китай в мире часто продолжают воспринимать прежде всего через внутривнутриполитические нарративы, а не внешнюю политику. Успешность внутренней политики (например, реализация реформ или продвижение в борьбе с коррупцией) будет создавать благоприятные условия для более эффективной коммуникации за рубежом.

В общественных восприятиях России и Китая за рубежом часто существуют или стереотипные представления, или те, которые коммуницируются другими (например, США) и тем самым не соответствуют действительности. К тому же в Китае и РФ не всегда присутствует комплексное понимание нарративов, по причине чего в мире в целом и в конкретных стратегически важных странах, регионах в частности.

Рекомендации:

1) завершить разработку Стратегии публичной дипломатии РФ и КНР с четко определенными понятийным аппаратом, приоритетными задачами и направлениями, а также того, какие идеи и меседжи на достижение внешнеполитических целей русского и китайского государства и их привлекательность должна транслироваться в мире. Включить направление публичной дипломатии в стратегию внешней политики РФ и КНР.;

2) обеспечить постоянство финансирования направления и диверсифицировать источники финансирования, в т.ч. и путем привлечения бизнеса. Усилить межведомственную координацию направления для обеспечения системности работы, что может быть обеспеченным в т. ч. и через очерчивание институционального наполнения публичной дипломатии в ее стратегии;

4) обеспечить вариативную составляющую и определенную гибкость в программной работе с целью оперативного реагирования и использования инструментария публичной дипломатии для работы с общественностью в тех странах, где в результате определенных событий восприятие РФ и Китая подвергается негативному влиянию;

5) способствовать повышению интереса к направлению среди действующих дипломатов, в частности, путем представления эффективных кейсов эффективности инструментов публичной дипломатии из мировой практики и практики российско-китайских отношений в рамках учебных программ с привлечением профессиональных экспертов-практиков;

6) провести анализ экспертных (качественными методами) и общественных (количественными методами) восприятий России, Китая и российско-китайских отношений в государствах, сотрудничество с которыми является стратегически важным для России и Китая. Такой анализ даст комплексное понимание нарративов, которые существуют в отношении РФ и КНР за рубежом, и того, кто эти нарративы формирует. Это в дальнейшем позволит эффективнее оценить действенность публичной дипломатии КНР и РФ, пользуясь конкретными индикаторами, и будет способствовать оптимизации использования средств по тем направлениям, по которым имеются вопросы;

7) разработать систему грантовой поддержки на конкурсной основе для ученых, исследователей и экспертов в РФ и КНР с целью проведения ими исследований и представления их за рубежом, участия в международных научных конференциях и экспертных мероприятиях на темы, отвечающие интересам РФ и КНР (вопросы безопасности, дезинформации, исторической памяти, языка и идентичности и т.д.);

8) разработать прозрачную систему грантовой поддержки для общественных организаций РФ и КНР, работающих в международной плоскости, с целью усиления экспертного сопровождения и аналитики.

9) наладить более тесное сотрудничество между МИД и диаспорой, а также определенные секторальные среды (например, IT, бизнес) для обеспечения более эффективного функционирования направления;

10) увеличить охват программами публичной дипломатии регион, где Россия и Китай все еще недостаточно использует потенциал своего лидерства.

Выводы к главе 3

Одним из важнейших направлений реализации культурной дипломатии является продвижение русского языка в Китае. Также российские компании ищут новые пути выхода на китайский рынок. Россия также продолжает использовать такие традиционные инструменты культурной дипломатии, как проведение выставок в Китае и участие в китайских 82 выставках; обмен художественными коллективами; продвижение российской литературы.

Далеко не все регионы Российской Федерации задействованы в процессе осуществления российской культурной дипломатии в КНР. Чем больше российских вузов будут сотрудничать с Китаем, тем больше китайских студентов сможет принять Россия. Публичная дипломатия России нуждается в систематическом управлении и четком определении базовых принципов, приоритетных направлений, целей и задач. Главной целью публичной дипломатии современной России должно стать построение благоприятного международного имиджа Российской Федерации как страны, выступающей гарантом международной стабильности, мировой державы, придерживающейся концепции многополярного мира.

Проблемы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений: отсутствие системной (общей) государственной политики/стратегии в сфере публичной дипломатии (в частности, культурной и цифровой/виртуальной) вызывает разрозненность и неkoordinированность действий МИД, Министерства культуры и Министерства информационной политики; при отсутствии системных действий со стороны государства в сфере публичной дипломатии этим вопросом занимаются преимущественно волонтеры, общественные организации и представители диаспоры.

Становление публичной дипломатии как эффективного механизма взаимодействия Российской Федерации и Китайской Народной Республики в мире, и взаимодействия с общественностью невозможно без координации действий всех заинтересованных сторон, сочетания их ресурсов и усилий. Стратегической задачей координации деятельности субъектов публичной дипломатии РФ и КНР является проработка механизма согласования общей позиции правительства в вопросах, которые обсуждаются и принимаются главными институтами в этой сфере.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Последние политические тенденции свидетельствуют о необходимости активизации граждан и общества. В первую очередь – это конечно, активные процессы глобализации и интернационализации, являющиеся доминантой в развитии современного мира. Единственным инструментом налаживания благоприятного политического климата стала публичная дипломатия. Публичная дипломатия – это набор программ, финансируемых правительством для осуществления внешнего воздействия на иностранную аудиторию. В формировании и реализации внешней политики, публичная дипломатия связана с влиянием общественных настроений. Этот аспект охватывает международные отношения и касается взаимодействия частного сектора одного государства по отношению к другому.

На сегодняшний день существует огромное количество определений связей с общественностью, паблик рилейшнз (PR, ПР). «Паблик рилейшнз» является достаточно противоречивым и разнообразным явлением. Основной целью связей с общественностью, в отличие от пропаганды, является достижение честного диалога и согласия на рынке, что предполагает максимальную честность во взаимоотношениях со своей целевой аудиторией. Деятельность по связям с общественностью включает в себя: любые действия, направленные на улучшение контактов с общественностью; все, что может улучшить взаимопонимание между сторонами, с кем какая-либо сторона вступает в контакт как внутри, так и за их пределами; мероприятия, направленные на выявление и ликвидацию слухов или других источников непонимания; мероприятия, направленные на расширение сферы влияния средствами, адекватными поставленной цели и не противоречащими социальной этике; рекомендации для создания благоприятного климата, укрепления общественной значимости среды.

И Россия, и Китая сейчас стоят на пороге крупных социальных и экономических преобразований. Поэтому появляется потребность в новых социальных институтах, поскольку доверие к старым значительно подорвано. Именно таким социальным институтом и могут стать связи с общественностью. Очень серьезным соперником для дипломатии становятся и средства массовой информации. В более широкой исторической ретроспективе можно даже осмелиться сказать, что практика взаимодействия министерств иностранных дел и посольств с гражданским обществом и отдельными лицами за

рубежом демонстрирует тот факт, что дипломатическое представительство стран вышло на новый уровень.

Публичная дипломатия может быть: традиционной (информационная пропаганда через радио, телевидение, кино; обучение отдельных социально-профессиональных групп населения с целью формирования лояльной элиты, распространение политической культуры посредством просветительской деятельности, кино и тому подобное); цифровой (размещение радио- и телепередач в сети интернет, распространение литературы в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве зарубежных стран; создание страниц государственных учреждений, посольств, других организаций, а также персонифицированных страничек членов правительства, послов в социальных сетях; рассылка информации через мобильные телефоны и тому подобное).

Цифровая дипломатия имеет в основном прикладной характер и особенно полезна в работе с зарубежной аудиторией, в вопросах трансляции официальной позиции и формирования имиджа государств. Публичная дипломатия предполагает, помимо прочего, налаживание долговременных взаимоотношений, которые создают благоприятные условия для государственной политики. Публичная дипломатия является важным средством в арсенале «разумной власти».

Стратегические коммуникации – это процесс применения скоординированных коммуникативных средств информационного воздействия с привлечением заинтересованных сторон с целью достижения стратегических целей государства. Таким образом, под публичной дипломатией не только можно, но и необходимо рассматривать один из инструментов мягкой силы, главная цель которого – с помощью различных активов (образования, культуры, искусства, моды и тому подобное) работать над созданием положительного международного имиджа государства – проводника публичной дипломатии. Стратегические коммуникации в Российской Федерации должны стать неотъемлемой частью стратегических документов. По нашему мнению, при формировании конкретного инструментария современной публичной дипломатии необходимо обращать внимание не только на разработку конкретных сообщений, общую новостную картину мира и т.п.

Сейчас мы на пятом этапе развития российско-китайских отношений в политической сфере начался в 2012 г. после возвращения В. Путина на пост президента РФ. Этот период характеризуется значительной экономизацией политических отношений двух государств. В условиях роста международного давления Россия рассматривает Китай

как страну, которая благодаря своему экономическому потенциалу и политическому весу может помочь ей преодолеть кризис. Однако официальный Пекин действует достаточно осторожно. Более того, ряд фактов свидетельствует о том, что он может использовать эту ситуацию в свою пользу, навязывая Москве жесткие условия сотрудничества. Предоставляя КНР передовые технологии и обучая китайских специалистов, Россия укрепляет позиции Китая в противостоянии с США. Особенностью союза России и Китая может стать то, что этот альянс будет направлен на снижение рисков усиления политического и экономического давления Вашингтона на Москву и Пекин.

Реализация национальной программы формирования позитивного имиджа страны состоит из массы крупных и мелких, глобальных и текущих задач в самых разнообразных сферах, однако ее ядром была, есть и будет информационно-аналитическая деятельность. Именно на ее основе дипломаты, политологи и специалисты по связям с общественностью могут прогнозировать события и делать взвешенные рекомендации. Информационные технологии все больше превращаются в инструмент политического влияния. Мгновенное распространение новостей в Интернете означает, что координаторы любой PR-программы должны работать, собирать и распространять информацию быстрее, чем раньше, чтобы постоянно держать политическое руководство в курсе событий и делать своевременные рекомендации относительно реагирования на то или иное событие.

PR-программа государства в современных условиях интернационализации – это не альтернатива созданию имиджа, а дополнение к традиционным методам его формирования. Имидж государства имеет четыре базовых компонента, которые можно рассматривать как уровни имиджа в условиях интернационализации. Во-первых, это определенный исходный материал, который предварительно прорабатывают для минимизации отрицательных и максимизации положительных качеств. Во-вторых, это сама такая модель, наложенная на подготовленный исходный материал. В-третьих, это неизбежные искажения, которые вносятся каналами трансляции имиджа (прежде всего СМИ) и средствами его тиражирования. И в-четвертых, это результат активной собственной работы аудитории и определенного субъекта восприятия, который конструирует в своем сознании итоговый целостный имидж на основе навязываемой модели, но с учетом собственных представлений.

Публичная дипломатия России нуждается в систематическом управлении и четком определении базовых принципов, приоритетных направлений, целей и задач. Главной целью публичной дипломатии современной России должно стать построение

благоприятного международного имиджа Российской Федерации как страны, выступающей гарантом международной стабильности, мировой державы, придерживающейся концепции многополярного мира. Что касается публичной дипломатии России в Китае, то ей должно быть отведено особое внимание, так как Китай сейчас является одним из ключевых партнеров России на международной арене.

Проблемы публичной дипломатии и связей с общественностью в контексте российско-китайских отношений: отсутствие системной (общей) государственной политики/стратегии в сфере публичной дипломатии (в частности, культурной и цифровой/виртуальной) вызывает разрозненность и некоординированность действий МИД, Министерства культуры и Министерства информационной политики; при отсутствии системных действий со стороны государства в сфере публичной дипломатии этим вопросом занимаются преимущественно волонтеры, общественные организации и представители диаспоры.

Рекомендации: завершить разработку Стратегии публичной дипломатии РФ и КНР с четко определенными понятийным аппаратом, приоритетными задачами и направлениями; обеспечить постоянство финансирования направления и диверсифицировать источники финансирования, в т.ч. и путем привлечения бизнеса; обеспечить вариативную составляющую и определенную гибкость в программной работе с целью оперативного реагирования и использования инструментария публичной дипломатии для работы с общественностью; способствовать повышению интереса к направлению среди действующих дипломатов; провести анализ экспертных (качественными методами) и общественных (количественными методами) восприятий России, Китая и российско-китайских отношений в государствах, сотрудничество с которыми является стратегически важным для России и Китая; разработать систему грантовой поддержки на конкурсной основе для ученых, исследователей и экспертов в РФ и КНР с целью проведения ими исследований; разработать прозрачную систему грантовой поддержки для общественных организаций РФ и КНР, работающих в международной плоскости, с целью усиления экспертного сопровождения и аналитики; наладить более тесное сотрудничество между МИД и диаспорой для обеспечения более эффективного функционирования направления; увеличить охват программами публичной дипломатии регион, где Россия и Китай все еще недостаточно использует потенциал своего лидерства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Барышников Д.Н., Костюк Р.В., Ткаченко С.Л. Эффективность дипломатии. 2019, с.7
2. Бирюков Н.И., Глаголев В.С., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., межкультурная коммуникация в условиях глобализации, 2018, с.12
3. Бобров А.Н. Потенциал креативности в социальных практиках российского института публичной дипломатии, 2016, с. 34
4. Бовин А. Ведущие тенденции международных отношений. Международная жизнь. 2017. № 4. С. 172
5. Богатуров А.Д., Системная история международных отношений в четырех томах, 2018, с. 49
6. Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Роль зарубежных культурных центров в развитии современного межкультурного сотрудничества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2020. № 6 (20). Ч. 2. С. 40-42.
7. Бурлинова Н., Публичная дипломатия России: практика и проблемы становления. Вестник аналитики. 2016, №3, с. 35
8. Быков О.Н. Международные отношения. Трансформация глобальной структуры, 2015. С. 573
9. Ван Хунин. Цзовэй гоцзя шилидэ вэньхуа: жуань цюаньли (Культура как национальная мощь: мягкая сила) / Ван Хунин // Фудань дасюэ сюэбао (Вестник Фуданьского университета). – 2018. – № 3 – С. 23-28.
10. Веснин А.В., Технологии формирования общественного мнения, 2016, с.2
11. Внуков К. Москва – Пекин. Новые горизонты сотрудничества / К. Внуков // Международная жизнь. – 2016. – № 4. – С. 3–10.
12. Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://news.xinhuanet.com/ziliao/2002-08/21/content_532202.htm
13. Долинский А.В. Зарубежное вещание на службе у государства// Космополис, №1, 2018. URL: http://www.intelros.ru/pdf/cosmopolis_01_2008/07.pdf
14. Долинский А.В. Практические вопросы оптимизации российской публичной дипломатии. 2020, с. 127

15. Душебаев А.В. Взаимоотношения Российской Федерации и Китайской Народной Республики / А.В. Душебаев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.easttime.tu/analytic/3/8/780/html>
16. Звягина Д. А. Культурное влияние как компонент «мягкой силы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 11 (25). Ч. 2. С. 94-98.
17. Звягина Д. А. Роль сотрудничества в применении «мягкой силы» Российской Федерации, 2017. № 3. Ч. II. С. 113
18. Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы. 2019 URL: <http://mgimo.ru/about/news/experts/226467/>
19. Зонова Т.В. Публичная дипломатия и ее акторы. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=681
20. Ларин А.Г. Три модели российско-китайских отношений и место в них Тайваня / А. Г. Ларин // Опыт разделённых государств и отношения между двумя берегами Тайванского пролива (материалы конференции). – М., 1997. – С. 25–35.
21. Лопаткин И. Н. Особенности освещения США советскими СМИ в рамках политики "народной дипломатии" в период оттепели // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 11 (49). Ч. 2. С. 112-114.
22. Лу Сугэ. Гунгун вайцзяо юй чжунго вэйселунь (Публичная дипломатия и теория китайской угрозы) / Лу Сугэ // Журнал Технологического института Шэньси. – 2017. – № 17.
23. Лян Тинтин. Лунь гунгунвайцзяо гайнянь лицзедэ гоубе хэ шидай ча'и (Публичная дипломатия в разных странах в разные эпохи) / Лян Тинтин / Журнал Гоцзи синьвэньцзе. – 2019. – №5 – р.47.
24. Мирошниченко Р.В. Российско-китайские отношения в XXI веке (проблемы и перспективы экономики и политики) / Р. В. Мирошниченко, Н. А. Чепцова // Материалы II студенческой междунар. науч.-практ. конф. «Научное сообщество студентов XXI века». – Новосибирск, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/2017-07-01-10-21-16/2018-21>
25. Мэнь Хунхуа. Чжунго жуань шили пингу баогао (Оценка «мягкой силы» Китая) / Мэнь Хунхуа // Журнал Гоцзи гуаньча. – 2017. – № 2-3.

26. Россия и Китай подписали Дополнительный протокол по границе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.chinanews.com/gn/news/2008/07-21/1319483.shtml>
27. Россия и Китай: четыре века взаимодействия. История, современное состояние и перспективы развития российско-китайских отношений / ред. А. В. Лукин. – М. : Весь мир, 2018. – 629 с.
28. Совместная декларация Российской Федерации и Китайской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://archive.kremlin.ru/events/articles/2001/07/142467/142463.shtml>
29. Совместная декларация Российской Федерации и Китайской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.russia.org.cn/rus/2839/31292767.html>
30. Совместная декларация «О международном порядке в XXI веке» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://archive.kremlin.ru/events/articles/2005/06/90767/153816.shtml>
31. Совместное заявление РФ и КНР по текущей ситуации в мире и основным международным вопросам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://news.xinhuanet.com/world/2011-06/16/c_121546223.htm
32. Совместное заявление в связи с 10-летием Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между КНР и РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.russia.org.cn/rus/3025/31293778.html>
33. Фан Чанпин. Чжунмэй жуаньшили бицзяо цзици дуй чжунго дэ циш (Сравнение мягкой силы США и КНР и уроки для Китая) / Фан Чанпин // Шицзе цзинцзи юй чжэнчжи. – №7. – 2017. – С. 21-27
34. Фокин В. И. Формирование содержания понятий "внешняя культурная политика" и "культурная дипломатия" в международной деятельности современных государств // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6: Философия, политология, социология, психология, право, международные отношения. 2019. № 2. С. 125-130.
35. Цветкова Н. А. Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2018. № 3. С. 109-122.
36. Цюй Син. Чжунго вайцзяодэ цидянь ханьи юй чжунго тэсэ (Классическое определение публичной дипломатии и китайская специфика) / Цюй Син // Гоцзи вэньти яньцзю. – 2019. – №6.
37. Цюй Юаньпин. Чжунго дэ хэпин фачжань юй гунгун вайцзяо (Мирное развитие Китая и публичная дипломатия) / Цюй Юаньпин // Гоцзи вэньти. – 2020. – № 6.

38. Чжао Хунвэй. Китайская дипломатия в контексте процессов взаимовлияния и соперничества в Восточной Азии [Электронный ресурс] / Чжао Хунвэй // Аналитические записки МГИМО. – 2017. – №1Б. – Режим доступа: http://www.mgimo.ru/files2/y12_2011/216759/az-21.pdf
39. Чжао Цичжэн. Гунгун вайцзяо юй куань вэньхуа цзяолю (Публичная дипломатия и коммуникация между странами) / Чжао Цичжэн. – Пекин: Чжунго жэньмин дасюэ чубаньше. – 2020. – 222 с.
40. Чжэн Хуа. Синь гунгунвайцзяо нэйхань дуй жунго гунгунвайцзяодэ циши (Новая публичная дипломатия и публичная дипломатия Китая) / Чжэн Хуа // Шицзе цзинцзи хэ чжэнчжи. – 2019. – №4.
41. Ян Цземянь. Гайгэ кайфан 30 нянь чжунго вайцзяодэ чэнцзю (30 лет политики реформ и открытости и успехи китайской дипломатии) / Ян Цземянь // Гоцзи вэньти яньцзю. – Ноябрь, 2018. – №45.
42. 1st China-ASEAN Education Cooperation Week Held, 2018 [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://en.ceaie.edu.cn/en_news_detail.php?id=4847
43. Anholt S. Why Brand? Some Practical Consideration for Nation Branding // Place Branding. 2006. Vol. 2. № 2. P. 97-107.
44. Carnoy M. Education as Cultural Imperialism. N. Y.: David McKay Company, Inc., 1974. 378 p.
45. Kaczmarek M. Russia-China Relations in the Post-Crisis International Order / M. Kaczmarek. – Routledge, 2019. – 240 p.
46. Kroes R. Cultural Transmissions and Receptions: American Mass Culture in Europe. Amsterdam: University of Amsterdam Press, 1993. 333 p.
47. Ninkovich F. The Diplomacy of Ideas: U.S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938-1950. N. Y.: Columbia University Press, 1981. 221 p.
48. Nye J. Public Diplomacy and Soft Power // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 94-109.
49. Nye, J. What China and Russia Don't Get About Soft Power [Электронный ресурс] / J. S. Nye // Foreign Policy. – 2013. – Режим обращения: http://www.foreignpolicy.com/articles/2013/04/29/what_china_and_russia_don_t_get_about_soft_power?page=0.1
50. Nye, Joseph S. Jr. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power Joseph S. Nye, Jr. – New York: Basic Books. – 1991. – 336 p.

51. Nye, Joseph S. Jr. Public Diplomacy and Soft Power / Joseph S. Nye, Jr. // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 2008. – Vol. 616 – № 1 – P. 94-109.
52. Nye, Joseph S. Jr. Soft Power Matters in Asia [Электронный ресурс] / Joseph S. Nye Jr. // The Japan Times. – December, 5, 2005. – Режим обращения: http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/1486/soft_power_matters_in_a_sia.html
53. Obama M. The dragon's deal: Sino-African Cooperation in Education [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.bc.edu/content/dam/files/research_sites/cihe/pdf/IHEpdfs/ihe72_p_7_8_Obamba.pdf
54. Pursuing Soft Power, China Puts Stamp on Africa's News [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.nytimes.com/2012/08/17/world/africa/chinas-news-media-makeinroads-in-africa.html?pagewanted=all&_r=0
55. Pells R. Not Like US: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II. N. Y.: Basic Books, 1997. 444 p.
56. Tibi B. Culture and Knowledge: the Politics of Islamization of Knowledge as a Postmodern Project? The Fundamentalist Claim to De-Westernization // Theory, Culture & Society. 1995. Vol. 12. P. 1-24.
57. Tsvetkova N. Failure of American and Soviet Cultural Imperialism in German Universities, 1945-1990. Leiden: Brill, 2013. 428 p.
58. Van Ham P. Place Branding: The State of the Art // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 126-149.
59. Zaharna R. S. Mapping Out 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.
60. Zhang Zhexin. China's public diplomacy institution: It's Development, Challenges and Prospects of Its Practice [Электронный ресурс] / Zhang Zhexin // IO Journal. – 2019. – Vol. 1. – № 1. – P. 13. – Режим доступа: <http://www.nxtbook.com/nxtbooks/naylor/JEDQ0409/#/12/OnePage>
61. Zhao Kejin. China's rise and its discursive power strategy. 9th Annual APSA Pre-Conference on Political Communication [Электронный ресурс] / University of Washington. – 2019. – P. 20. – Режим доступа: http://apsapolcommunication.weebly.com/uploads/6/2/0/6/6206314/chinas_rise_and_its_discursive_power_strategy_english1.doc.

62. Zhao Qizheng. Dialogue between nations / Zhao Qizheng. – Beijing: Foreign Languages Press. – 2018. – P. 238.

63. Zhao Yayuan. China-Africa Cultural Exchanges [Электронный ресурс]/ Zhao Yayuan // China Today. – 2020. – Vol. 59. - № 12. – Режим доступа: http://www.chinatoday.com.cn/ctenglish/se/txt/2020-11/06/content_228678.htm