

# Политические процессы и практики

ВАСИЛЕНКО Ирина Алексеевна – д.полит.н., профессор факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова (119991, Россия, г. Москва, Ленинские горы, МГУ, д. 1; vasilenko.irina@mail.ru)

## ЗНАЧЕНИЕ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ В ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается роль публичной дипломатии в современной имиджевой политике России в парадигме «мягкой силы». Автор подчеркивает, что инструменты публичной дипломатии пока недостаточно полно используются при продвижении имиджа России в мировых каналах коммуникаций, что снижает эффективность имиджевой политики. Сегодня назрела необходимость сформировать национальную стратегию публичной дипломатии на государственном уровне, создать центральный государственный координирующий орган по развитию публичной дипломатии, который вел бы постоянную работу в этой области и проводил мониторинг оценки достигнутых результатов. России здесь нужна не только общественная, но и государственная поддержка. Только такой высокопрофессиональный подход может сделать имиджевую политику России по-настоящему эффективной.

**Ключевые слова:** имидж России, публичная дипломатия, имиджевая политика, концепция «мягкой силы»

Формирование глобальных сетевых информационных структур заставило по-новому посмотреть на проблему формирования имиджевой политики государств. Новая информационная парадигма политики означает, что в XXI в. позитивный или негативный имидж государства во многом зависит от того, кто обладает информационным превосходством в мировом коммуникационном пространстве и определяет информационную повестку дня. Воссоединение Крыма с Россией породило очередную волну информационной войны Запада против России, которую сегодня все чаще называют «новой холодной войной». Никогда еще с начала нового века нападкам на имидж нашей страны не были столь откровенными и агрессивными: нет числа обвинениям в империализме, милитаризме и экспансии. С помощью информационных технологий формируется представление о «прогрессивных» и «реакционных» политических ценностях и традициях, о «демократических» и «тоталитарных» странах и народах. Поэтому для нашей страны так важно утвердить и защитить свой позитивный символический капитал в информационном пространстве в виде национального имиджа.

Важнейшими составляющими современной имиджевой политики являются связи с общественностью, новые информационные технологии, которые используются при информационном сопровождении любых имиджевых проектов. В условиях «новой холодной войны» особо важным инструментом имиджевой политики России становится публичная дипломатия – разъяснение политики своей страны широкой общественности во всем мире<sup>1</sup>. Акции публичной дипломатии являются более действенными, чем мероприятия, проводимые по официальным дипломатическим и политическим каналам, поскольку живое общение в формате диалога на публичных форумах и в новых медиа привлекает более широкую аудиторию, дает возможность открытого публичного обсуждения высказанных мнений в комментариях и в социальных сетях.

Именно публичная дипломатия считается сегодня ключевым элементом продвижения бренда нации [Най 2006: 37-38]. Более того, понятия «публичная дипломатия» и «национальный брендинг» часто подменяют друг друга, однако отечественные политологи и политики все еще недооценивают теснейшую взаимосвязь этих явлений. Публичная дипломатия является частью стратегии «мягкой силы», в основе которой лежит стратегемный подход в мировой политике – заставить других «захотеть» сделать то, что вам нужно, используя стратегию привлечения, а не борьбы. Для государства «мягкая сила» – это власть его политических идеалов

<sup>1</sup> Термин «публичная дипломатия» был впервые употреблен в 1965 г. Э.Галлионом – деканом Высшей школы дипломатии им. О.Флетчера (США), и с тех пор стал весьма популярным. С самого начала под публичной дипломатией стали понимать средства, при помощи которых правительства, частные группы и отдельные лица стараются повлиять на установки и мнения других народов и правительств.

и культурных символов, привлекательность политических лидеров и культурных достижений, которые непрерывно транслируются по мировым каналам коммуникаций и заставляют позитивно говорить о себе весь мир. И публичная дипломатия становится важнейшим каналом такой «мягкой силы».

Искусство «мягкой силы», которое направлено на рост влияния в мирное время, является более сложным, чем военные маневры, поэтому и затраты здесь выше. Парадокс состоит в том, что сегодня правительства все еще склонны тратить в десятки раз больше на жесткую, чем на мягкую власть — такова инерция мышления. Поэтому так важно показать преимущества и тайные пружины «мягкой силы», заставляющие побеждать без боя.

Публичная дипломатия осуществляется преимущественно с помощью неофициальной внешнеполитической деятельности независимых непосредственно от правительства политических акторов — неправительственных организаций, движений и институтов, деятельность которых направлена на сохранение мира, развитие и улучшение межгосударственных отношений. Вместе с тем акторами публичной дипломатии являются также государство и политические лидеры, когда они обращаются напрямую к общественности других стран с неофициальными посланиями через каналы СМИ или в личных выступлениях перед общественностью.

Например, большой международный резонанс получило в 2013 г. обращение Владимира Путина к гражданам США по поводу сирийского конфликта в статье, опубликованной в газете *The New York Times*<sup>1</sup>. Путин дал объяснение того, какой позиции придерживается российская сторона в сирийском вопросе, отмечая тот факт, что конфликт в Сирии — это не борьба за демократию, а противостояние правительства и оппозиции, состоящей из боевиков и экстремистов. Статью прочитали свыше 12 млн людей, и она получила более 4 000 комментариев на сайте. Отметим, что во множестве комментариев содержались призывы прислушаться к российской позиции по сирийскому вопросу: «Я почувствовал, что в статье Путин искренен. Надеюсь, от его оценки будет польза»; «Я в шоке от того, что, прочитав мнение президента Путина, я чувствую, что он прав». Отметим, что Джон Маккейн дал ответ на статью Путина в американской газете *The New York Times* на сайте информационного издания «Правда.ру». Американский ответ также прозвучал в форме обращения к гражданам, и, по мнению автора, его статья демонстрировала открытость информационной борьбы между Россией и США.

В 2014 г. значительный резонанс в мировых каналах СМИ вызвало выступление В. Путина на заседании международного дискуссионного клуба «Валдай»<sup>2</sup>. Валдайская речь В. Путина, обращенная к мировой общественности, стала моментом истины в оценке современной геополитической ситуации и прозвучала как предупреждение об опасности: мир вновь скатывается к тем временам, когда не баланс интересов и взаимных гарантий, а страх взаимного уничтожения удерживает страны от прямого столкновения. За неимением правовых и политических инструментов оружие возвращается в центр глобальной повестки дня. Поэтому прогнозы для мира на основании существующих тенденций выглядят неблагоприятно: уже сегодня резко возросла вероятность целой череды острых конфликтов если не с прямым, то с косвенным участием крупных держав.

Известный британский журналист газеты *Financial Times*, обозреватель и редактор этого издания по Восточной Европе Нил Бакли, комментируя выступление российского президента, пишет: «Как дал понять Путин, он выступает за то, чтобы США и Россия подвели черту под недавними событиями и совместно с другими

<sup>1</sup> A Plea for Caution from Russia: What Putin Has to Say to Americans about Syria. — *The New York Times*. URL: [http://www.nytimes.com/2013/09/12/opinion/putin-plea-for-caution-from-russia-on-syria.html?action=click&module=Search&region=searchResults%230&version=&url=http%3A%2F%2Fquery.nytimes.com%2Fsearch%2Fsite%2Fsearch%2F%23%2Fvladimir%2520putin%2F&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/09/12/opinion/putin-plea-for-caution-from-russia-on-syria.html?action=click&module=Search&region=searchResults%230&version=&url=http%3A%2F%2Fquery.nytimes.com%2Fsearch%2Fsite%2Fsearch%2F%23%2Fvladimir%2520putin%2F&_r=0) (accessed 15.03.2014).

<sup>2</sup> Выступление и дискуссия на пленарной сессии XI заседания международного дискуссионного клуба «Валдай». 24 октября 2014 г. — *Президент РФ В.В. Путин. Официальный сайт*. Доступ: <http://www.kremlin.ru/news/46860> (проверено 25.10.2014).

ведущими экономическими державами создали новую систему глобального управления в соответствии с концепцией многополярного мира»<sup>1</sup>.

Все это позволяет сделать вывод о том, что публичная дипломатия — более широкое понятие, чем гражданская или народная дипломатия: оно включает в себя деятельность гражданской дипломатии, но вместе с тем подразумевает и прямое обращение политиков и правительства к народам других стран с целью разъяснения своего политического курса. Основными методами публичной (гражданской) дипломатии являются акции солидарности и поддержки, поиск консенсуса, сотрудничество, информационно-просветительская деятельность на всех каналах СМИ, призванная популяризировать политику правительства. Основная формула публичной дипломатии: «от правительства — к народу».

Публичная дипломатия стала подлинным детищем теории «мягкой силы»: это деятельность, нацеленная на отдельных людей и организации, набор разнообразных частных взглядов в качестве дополнения к взглядам правительства. Этот новый вид коммуникации нельзя свести к простой пропаганде или связям с общественностью: публичная дипломатия подразумевает строительство долговременных отношений, создавая благоприятную среду для продвижения имиджа страны.

Несмотря на то что американцы впервые разработали и использовали концепцию «гибкой власти» и публичной дипломатии, им не удалось долго удержать пальму первенства в этом сложном вопросе. В 2012 г. в рейтинге государств, успешно использующих технологию «гибкой власти» для усиления своего влияния в мире, США впервые уступили 1-е место Великобритании, как указано ниже. Заметим, что Бразилия в этом рейтинге находится на 17-м месте, Индия — на 23-м, а Россия — на 26-м.

*Рейтинг государств, успешно использующих технологию «гибкой власти» (2012)²:* Великобритания — 1-е место; США — 2-е; Германия — 3-е; Франция — 4-е; Швеция — 5-е; Япония — 6-е; Дания — 7-е; Швейцария — 8-е; Австралия — 9-е; Канада — 10-е; Южная Корея — 11-е; Норвегия — 12-е; Финляндия — 13-е; Италия — 14-е; Голландия — 15-е; Испания — 16-е; Бразилия — 17-е; Австрия — 18-е; Бельгия — 19-е; Турция — 20-е место.

Низкое место России в рейтинге во многом объясняется тем, что, к сожалению, мы совсем недавно обратили серьезное внимание на развитие публичной дипломатии. В декабре 2010 г. в Москве состоялся первый международный общественный форум «Роль народной дипломатии в развитии международного гуманитарного сотрудничества»<sup>3</sup>. Очень важно, чтобы этот форум стал постоянным коммуникационным проектом в рамках развития отечественной публичной дипломатии.

Разработанные на сегодняшний день государственные проекты по формированию благоприятного имиджа России в мире эксперты делят на семь основных направлений<sup>4</sup>.

1. Экономические проекты: преимущественно экономические форумы (наиболее известный среди них — Петербургский экономический форум). Цели проектов: формирование благоприятного инвестиционного климата, интенсификация экономического сотрудничества, формирование представления о России как о надежном и стабильном партнере.

2. Культурные, научные, образовательные проекты: в рамках ЮНЕСКО, международного культурного сотрудничества, конференции, круглые столы («Россия и ЕС: к толерантности через культуру» и др.).

3. Социальные проекты: широкое участие в различных социальных международ-

<sup>1</sup> Валдайская речь Путина — одна из его самых «антиамериканских» речей. — *Financial Times*. Доступ: <http://www.itar-tass.com/mezhdunarodnaya-panorama/153175> (проверено 27.10.2014).

<sup>2</sup> Britain ousts the U.S. as world's most influential nation: Country tops rankings for «soft power». URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2234726/Britain-tops-global-soft-power-list.html#ixzz2JFgkaOhY> (accessed 14.09.2014).

<sup>3</sup> Международный общественный форум «Роль народной дипломатии в развитии международного гуманитарного сотрудничества». Доступ: <http://rs.gov.ru/node/20920> (проверено 14.09.2014).

<sup>4</sup> Гамалева М. Формирование образа России как аспект публичной внешней политики. Доступ: <http://www.advertology.ru/index.php?name=News&file=article&sid=33457> (проверено 14.09.2014).

ных проектах, начиная с программ по борьбе со СПИДом и наркоманией, заканчивая гуманитарной помощью населению стран, пострадавших от стихийных бедствий.

4. Спортивные проекты: Зимняя олимпиада «Сочи-2014», юношеская универсиада «Казань-2013».

5. Проект «церковная дипломатия»: международные визиты патриарха Кирилла не только в качестве религиозного деятеля, главы РПЦ, но и в качестве парламентаря — общественного дипломата с миссией подготовки политического диалога России и других стран. Большое значение имеют всемирные религиозные саммиты, стартовавшие в Москве в 2006 г. На этих представительных межрелигиозных встречах обсуждаются не религиозные вопросы, а наиболее серьезные проблемы и вызовы современного мира: терроризм и экстремизм, распространение оружия массового уничтожения, эпидемии, наркомания, бедность, экология и воспитание молодежи.

6. Проект «празднества»: придание торжествам, приуроченным к празднованию особо важных исторических дат, официального статуса общественно-политического мероприятия высокого уровня и организация в рамках торжественных мероприятий неформальных встреч с лидерами мировой политики. К наиболее значимым проектам в данной сфере стоит отнести празднование 300-летия Санкт-Петербурга и 65-летия Победы.

7. Медийные проекты: наиболее крупные из них — «Валдайский клуб», *Russia Profile*, *Russia Today*, совместный проект МИДа и РИА «Новости» «Открытая Россия» и др.

К сожалению, до сих пор все перечисленные выше направления публичной дипломатии представлены у нас в стране фрагментарно, мероприятия осуществляются по ним время от времени, нет развернутых программ и постоянного финансирования. Некоторые российские эксперты достаточно узко очерчивают круг задач отечественной публичной дипломатии. Например, А. Долинский обозначает следующие 3 задачи: информирование зарубежной общественности о позиции российского государства и общества; получение обратной связи с зарубежной общественностью; участие в выработке внешнеполитической позиции России с учетом мнения зарубежной общественности<sup>1</sup>.

При такой постановке задач получается, что приоритетом является не наше стремление повлиять на мировое общественное мнение, а наоборот — мы стремимся учитывать мировое общественное мнение при выработке нашей политики! Это в корне неверная интерпретация задач публичной дипломатии, поскольку ее главная цель — повлиять на мировое общественное мнение, формируя позитивные представления о своей стране, защищая и продвигая свои национальные интересы. Например, госдепартамент США на своем официальном сайте четко рассматривает миссию американской публичной дипломатии в контексте продвижения национальных интересов «как поддержку достижения целей и решения задач внешней политики США, продвижение национальных интересов и укрепление национальной безопасности путем информирования иностранной общественности и влияния на нее, а также путем расширения и укрепления отношений между народом и правительством США и гражданами остального мира»<sup>2</sup>.

Цели российской публичной дипломатии также важно формулировать, исходя из наших национальных интересов:

— это непосредственное открытое обращение государства, общественных организаций, политиков, общественных деятелей к общественности других стран для разъяснения целей внешней политики, культурной политики России с целью создания благоприятного образа нашей страны за рубежом;

<sup>1</sup> Долинский А.В. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России? 12.09.2012. Доступ: [http://russiancouncil.ru/inner/?id\\_4=791](http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791) (проверено 14.09.2014).

<sup>2</sup> Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs. URL: <http://www.state.gov/r/> (accessed 14.09.2014).

– взаимодействие правительства с общественностью других стран через НПО своей страны;

– активная работа среди журналистов и всех акторов современной системы коммуникаций, особенно в новых медиа (блогосфера, твиттер и пр.), по формированию актуальной для нас информационной повестки дня в мировых каналах коммуникаций;

– непосредственное общение между структурами и акторами гражданского общества России, НПО с аналогичными структурами гражданского общества в других странах с целью организации культурных и общественных мероприятий по общественно важным темам;

– лоббирование актуальных для нас гуманитарных вопросов в СМИ других стран (например, инициирование защиты природы, решение гуманитарных задач по защите мира, охране здоровья и т.д.), что во многом формирует благоприятное мнение о позиции нашей страны по гуманитарным проблемам и влияет на формирование повестки дня мировых СМИ;

– развитие межкультурных коммуникаций через всю систему обменов, образовательных и культурных проектов, что более широко знакомит мировую общественность с ценностями нашей культуры.

Важно создать общественные и частные фонды, которые бы финансировали определенные направления публичной дипломатии и занимались этим на постоянной основе. В настоящее время действует только Фонд поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова<sup>1</sup> (с 2010 г.), который оказывает содействие тем российским НКО, которые стремятся работать в области публичной дипломатии. Однако до сих пор важнейшие сферы публичной дипломатии – культура, наука, программы взаимодействия с соотечественниками за рубежом – испытывают серьезный недостаток финансирования<sup>2</sup>.

Сегодня назрела необходимость сформировать национальную стратегию публичной дипломатии на государственном уровне, создать центральный государственный координирующий орган по развитию публичной дипломатии, который вел бы постоянную работу в этой области и проводил мониторинг оценки достигнутых результатов. К примеру, во многих странах существуют государственные структуры, отвечающие за публичную дипломатию: в Китае и Индии – это отделы публичной дипломатии при МИДе<sup>3</sup>, в США – заместитель государственного секретаря по публичной дипломатии и работе с общественностью<sup>4</sup>. России также нужна не только общественная, но и государственная поддержка в этой области. Только такой высокопрофессиональный подход в сфере публичной дипломатии может сделать имиджевую политику России по-настоящему эффективной.

### Список литературы

Най Дж. 2006. *Гибкая власть*. Новосибирск; М.: ФСПИ «Тренды». 224 с.

<sup>1</sup> Фонд поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова. Официальный сайт. Доступ: <http://gorchakovfund.ru/> (проверено 14.09.2014).

<sup>2</sup> Достаточно привести данные международных экспертов, оценивающих долю России и других стран в мировых расходах на НИОКР: Россия тратит сегодня 1,5% ВВП, в то время как США – 34%, Япония и Китай – по 12,3%, страны ЕС – 23%. См.: Рейтинг стран мира по уровню расходов на НИОКР. Доступ: <http://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure/info> (проверено 14.09.2014).

<sup>3</sup> См.: Китай активно содействует развитию публичной дипломатии. – Портал «CRI Online». Доступ: <http://russian.cri.cn/841/2012/10/24/1s446097.htm> (проверено 14.09.2014); Indian Public Diplomacy. URL: <http://www.indiandiplomacy.in/AboutUs.aspx> (accessed 14.09.2014).

<sup>4</sup> Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs. URL: <http://www.state.gov/t/> (accessed 14.09.2014).

VASILENKO Irina Alekseevna, Dr.Sci.(Pol.Sci.), Professor of the Chair of Russian Policy, Lomonosov Moscow State University (Leninskie gory, MSU, 1, Moscow, Russia, 19991; vasilenko.irina@mail.ru)

## THE ROLE OF PUBLIC DIPLOMACY IN THE IMAGE POLICY OF RUSSIA

**Abstract.** The article discusses the role of public diplomacy in contemporary Russian policy of the «soft power» paradigm branding. The author stresses that the tools of public diplomacy were not fully used in promoting the image of Russia in world communication channels, and that reduces the efficiency of image policy. There is a need today to form a national strategy for public diplomacy at the state level, to create a central governmental body, which should coordinate the development of public diplomacy, realize a permanent activity in this area and monitoring of evaluation of the progress. Russia needs not only public, but also a state support of the public diplomacy. Just by implementing the professional approach to the public diplomacy it is possible to make the image policy of Russia effective.

The article provides the analysis of the world's experience and prospects of the Russia's image in the aspect of «soft power». The author notes the importance of the fact that Russia's image policy should have cultural basis and include several main aspects, such as mass communication, public diplomacy, culture and sport.

**Keywords:** image policy, public diplomacy, foreign image of Russia, «soft power»

---

ЯНИЦКИЙ Олег Николаевич — д.филол.н., главный научный сотрудник Института социологии РАН (117218, Россия, г. Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5; oleg.yanitsky@yandex.ru)

## ОБЩЕСТВЕННЫЙ АКТИВИЗМ В РОССИИ: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

**Аннотация.** По мнению автора, метод массовых опросов не адекватен задаче изучения гражданского активизма.

Основываясь на своих многолетних исследованиях, автор утверждает, что этот активизм гораздо более разнообразен, динамичен в своей стратегии, тактике и репертуаре действий. Развитие информационных технологий является стимулом его дальнейшего развития. Несмотря на нарастающий процесс кодификации социального действия, низовой гражданский активизм в России развивается.

**Ключевые слова:** государство, гражданский активизм, тактика и стратегия, методы исследования, публичное пространство, Россия

**Адекватен ли массовый опрос задаче?** Массовые социологические опросы населения с целью выяснения места и значимости «общественного активизма» в жизни общества не являются адекватным этой задаче инструментом. Во-первых, население в своей массе выражает не собственное мнение (зачастую его просто нет), а оценки и отношения к этому активизму, «впечатанные» (*imprinted*) в его сознание СМИ. Современные массмедиа выполняют, по точному определению А. Арсеналт и М. Кастельса, функции «переключения» и «перепрограммирования» массового сознания в направлении, нужном для властных или влиятельных бизнес-структур [Arsenalt, Castells 2008]. Во-вторых, сети массовых опросов населения охватывают только доступные им слои и группы, среди которых нет ни военных, ни представителей других силовых структур, ни представителей крупного и среднего бизнеса и уж, конечно, нет представителей властных структур любого уровня — они для массовых опросов просто недоступны. В-третьих, излишняя регламентация (кодификация) сферы публичного массового социального действия (сложные процедуры его согласования, меняющиеся правила и ограничения), с одной стороны, вынуждает действительных гражданских активистов без крайней надобности «не светиться», а с другой — ограничивать доступ интервьюеров (квалификация которых именно как интервьюеров весьма низка) в свою среду, опасаясь их недобросовестности и просто непрофессионализма. В-четвертых, российское публичное пространство так устроено, что атрибуция респондентов выражается в обычном ряде (пол, возраст,