

petitions, which had overcome the threshold of 100,000 votes, was signed into law by authorities. Moreover, eleven others that had not received the required threshold of votes were satisfied. The article discusses the current situation and provides an analysis on this issue. According to the author, the main problem is the lack of the government's desire to develop the ROI website. ROI problems are well known and could be solved if the Russian authorities would have the real desire to solve them. Position of the Russian government is the key factor that determines the ROI future: whether ROI can be transformed into an effective communication channel between the state and civil society or becomes the next Potemkin e-village.

Keywords: Russian public initiative, ROI, e-democracy, efficiency, results, communication channel, state and civil society

КОЛЕВАТОВА Татьяна Сергеевна — аспирант кафедры международных отношений и политологии Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова» (603155, Россия, г. Н. Новгород, ул. Минина, 31А; t.kolevatova@mail.ru)

СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИИ В ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ РОССИИ

Аннотация. В статье рассматриваются инструменты «мягкой силы», используемые Россией в публичной дипломатии. Отмечается значение информационных средств для эффективной деятельности в данной сфере, а также рост влияния таких современных способов обмена информацией, как социальные сети. Автор рассматривает практические примеры применения медиаресурсов в реализации внешней политики России (информационные каналы, Twitter).

Ключевые слова: «мягкая сила», имидж России, медиаресурсы, социальные сети, эффективность СМИ в сфере публичной дипломатии

В современных международных отношениях традиционную дипломатию потеснила публичная дипломатия, являющаяся по сути «борьбой за умы и сердца» граждан и предполагающая вовлеченность представителей широкой общественности в международный процесс. Публичная дипломатия представляет собой не просто неотъемлемую часть «мягкой силы» (*soft power*) [Уче 2004], но и основной инструмент наращивания «мягкой силы» государств в современном мире [Наумов 2015].

В России понятие «мягкой силы» как «неотъемлемой составляющей современной международной политики, комплексного инструментария решения внешнеполитических задач с опорой на возможности гражданского общества, информационно-коммуникационные, гуманитарные и другие альтернативные классической дипломатии методы и технологии» было введено в новой Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной в 2013 г., где также было указано, что Россия видит свои задачи в том, чтобы «работать над созданием положительного образа России, соответствующего авторитету ее культуры, образования, науки, спорта, уровню развития гражданского общества»¹.

Основными элементами «мягкой силы» являются культурные и политические ценности, гражданские и другие институты, способные притягивать других, а также — не в последнюю очередь — открытость миру. Под этим понятием подразумевается не только отсутствие жесткого навязывания своего образа жизни другим государствам, но и число и качество связей с внешним миром, посредством

¹ Концепция внешней политики Российской Федерации. Утв. Президентом РФ В.В. Путиным 12 февраля 2013 г. — *Официальный сайт МИД РФ*. Доступ: <http://www.mid.ru/> (проверено 14.12.2015).

которых успехи какой-либо страны, ее «мягкую силу» можно донести до аудитории¹. Обязательным условием здесь является распространение позитивной, но правдивой информации, аргументированное разъяснение позиции государства, честный и открытый диалог.

В рамках провозглашенного курса на активизацию публичной дипломатии за последние несколько лет в России при прямом участии органов власти либо при их поддержке было реализовано достаточно большое число проектов, направленных на формирование благоприятного образа России за границей.

Одним из самых известных и успешных является запуск в 2005 г. информационного канала *Russia Today*, получившего в мире неофициальное название «рупор Кремля»².

Спутниковый канал *Russia Today* ведет трансляции на русском, английском, испанском, немецком и арабском языках. Анонсируя в 2014 г. открытие вещания на французском языке, руководство канала прямо указало, что мировые события в зарубежных странах освещаются, как правило, в тенденциозном, невыгодном для России свете, что приводит к формированию негативного отношения к России, и канал призван ситуацию изменить³. А 10 декабря 2015 г., выступая в Москве на международной конференции, посвященной 10-летию *Russia Today*, главный редактор телеканала Маргарита Симоньян сказала: «Мы – часть “мягкой силы” российского народа. Мы стремимся рассказать о ценностях нашей страны всему миру, мы представляем мнение России о событиях в мире, мы делаем все, чтобы мир узнал нашу точку зрения»⁴.

Насколько же эффективна работа канала? По имеющимся данным⁵ *Russia Today* смотрят 630 млн зрителей в более чем 100 странах мира. По результатам исследования, проведенного компанией *Nielsen* в 2008 г., в США среди абонентов оператора кабельного телевидения *Time Warner Cable* ежедневная аудитория *Russia Today* превышала аудиторию *BBC America* на 11%, а *Deutsche Welle* – в 10 раз⁶. Согласно же результатам исследования *Nielsen* 2014 г. в 7 крупнейших городах США (Вашингтон, Нью-Йорк, Сан-Франциско, Лос-Анджелес, Чикаго, Филадельфия и Сан-Диего) *Russia Today* смотрят 2,8 млн чел. в неделю, что больше, чем аудитория *Euronews*, *Deutsche Welle*, *NHK*, *France 24*. Другое исследование той же компании 2014 г. свидетельствует, что *Russia Today* на арабском языке входит в тройку лидеров по ежедневной аудитории в 6 странах Ближнего Востока и Севера Африки, опережая британские *BBC Arabic*, *Sky News Arabia*, американский *Al Hurra*, китайский *CCTV in Arabic*. Ежедневная аудитория канала в Египте, Марокко, Саудовской Аравии, Иордании, ОАЭ и Ираке составляет 6,7 млн чел. В Великобритании, по открытым данным *BARB* (Британское бюро по исследованиям аудитории средств вещания), еженедельно *Russia Today* смотрят более 600 тыс. чел., что в 3 раза больше, чем аудитория американского *Fox News*⁷.

В интернет-пространстве *Russia Today* также лидирует, став здесь самым успеш-

¹ Майкл Б., Хартвелл К., Нуреев Б. Мягкая сила – палка о двух концах? Доступ: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/myagkaya-sila-palka-o-dvuh-kontsah> (проверено 14.12.2015).

² Мастер – Маргарита. *Russia Today* исполняется 10 лет. – *Российская газета*. Федеральный выпуск № 6849(278). Доступ: <http://www.rg.ru/2015/12/09/master.html> (проверено 14.12.2015).

³ *Russia Today* начнет вещание на французском языке. Доступ: [http://ru-an.info/Russia Today начнет вещание на французском языке/](http://ru-an.info/Russia%20Today%20начнет%20вещание%20на%20французском%20языке/) (проверено 14.12.2015).

⁴ Маргарита Симоньян: RT – часть «мягкой силы» российского народа. Доступ: <https://russian.rt.com/article/135844> (проверено 14.12.2015).

⁵ США и ЕС испугались успеха RT. Доступ: <http://russian.rt.com/inotv/2014-08-06/SSHA-i-ES-ispugalis-uspeha> (проверено 14.12.2015).

⁶ *Russia Today* покоряет США. Доступ: <http://rbcdaily.ru/media/562949979006275> (проверено 14.12.2015).

⁷ Мифы и факты об RT. Доступ: https://russian.rt.com/fiction_fact (проверено 14.12.2015).

ным новостным каналом — первым, набравшим более миллиарда просмотров на *YouTube* (июнь 2013 г.). На начало декабря 2015 г. совокупное число просмотров видео *Russia Today* на *YouTube* превысило 3 млрд, а на аккаунты телеканала подписались уже более 3 млн чел. По этим показателям *RT* сохранил безоговорочное лидерство среди новостных телеканалов в мире. По числу просмотров всех языковых аккаунтов на *YouTube Russia Today* более чем в 2 раза опередил *CNN*, более чем в 3 раза — *Euronews* и более чем в 10 раз — *BBC*¹.

В онлайн, по данным компании *comScore*, *Russia Today* — лидер среди всех неанглосаксонских новостных телеканалов в мире, и по трафику с персональных компьютеров сайт канала обходит *Al Jazeera*, *Deutsche Welle*, *Voice of America*, *Euronews*, *France 24* и японский *NHK*².

Успех проекта *Russia Today* эксперты связывают не только с качеством и скоростью подачи материала, удачной кадровой политикой, смелостью в подборе тем и спикеров, но также и с тем, что в настоящее время как специалисты, так и простые зрители и читатели обвиняют крупнейшие авторитетные западные СМИ в пропаганде, двойных стандартах, умышленном искажении фактов и дезинформации по отношению к арабским странам, странам Азии и, конечно, не в последнюю очередь, России. Реакцией на согласованную позицию в худших традициях времен «холодной войны», изложенную в СМИ западных стран, является поиск альтернативных точек зрения. Для многих зрителей *RT* является и голосом оппозиции.

Признанием успеха *Russia Today* может служить, например, публичное заявление бывшего госсекретаря США Хиллари Клинтон (претендующей на пост президента США), где она констатировала, что США находятся в состоянии информационной войны с иностранными каналами вроде *Russia Today*, арабского *Al Jazeera* и китайского *CCTV* и проигрывают ее³. *RT* выигрывает конкуренцию и в Европе, что также вызывает обеспокоенность уже европейских политиков, вплоть до намерений запустить новые информационные сервисы, чтобы «бросить вызов пропаганде Путина»⁴.

Вместе с тем, несмотря на эти очевидные успехи, их пока недостаточно для полного преодоления влияния на мировое общественное мнение западных медиагигантов, таких как *Bloomberg*, *Reuters*, *BBC*, *CNN*, *Euronews* и др. [Орлова 2003]. Несмотря на то что их положение больше не является абсолютно доминирующим, большинство стран мира по-прежнему оказываются зависимыми именно от глобальных СМИ, сконцентрированных в нескольких странах Запада⁵.

Однако одних информационных каналов сегодня уже недостаточно для успешного применения государством инструментов «мягкой силы». Расцвет коммуникаций в глобальном масштабе лишил государства фактической монополии на распространение информации. Развитие портативной и легкой в использовании фото- и видеотехники, спутникового телевидения, интернет-технологий, социальных сетей и сервисов вынудило государства бороться за то, чтобы быть услышанными. При этом уделять внимание приходится не только официальным и традиционным источникам информации, но и таким ранее считавшимся не

¹ *Russia Today* поставил рекорд на YouTube. Доступ: <http://www.rg.ru/2015/12/02/rt-site-anons.html> (проверено 14.12.2015).

² Мифы и факты об RT. Доступ: https://russian.rt.com/fiction_fact (проверено 14.12.2015).

³ США и ЕС испугались успеха RT. Доступ: <http://russian.rt.com/inotv/2014-08-06/SSHA-i-ES-ispugalis-uspeha> (проверено 14.12.2015).

⁴ В Европе и Америке все обеспокоены популярностью телеканала Russia Today: Актуальные комментарии. Доступ: <http://actualcomment.ru/v-evrope-i-amerike-vse-obespokoenu-populyarnostyu-telekanala-russia-today.html> (проверено 14.12.2015).

⁵ Ведущие СМИ стран БРИКС намерены наладить более тесное сотрудничество. Доступ: <http://ria.ru/world/20151201/1333690541.html> (проверено 14.12.2015).

заслуживающими внимания источникам, как материалы блоггеров и заметки в социальных сетях.

Необходимость работы не только с органами власти зарубежного государства, что было характерно для традиционной дипломатии, но и с обществом другой страны привело к тому, что послы и другие дипломатические работники были вынуждены «выйти из тени» [Зонова 2012]. Теперь они ведут активную публичную деятельность по разъяснению позиции своей страны в средствах массовой информации, институтах, социальных сетях, чтобы таким образом убедить и переубедить зарубежную аудиторию. Аккаунты дипломатических ведомств и дипломатических работников в социальных сетях пользуются популярностью, комментарию многократно цитируются и распространяются в строгом соответствии с положением о связи «жесткой» и «мягкой» сил страны (чем влиятельнее страна в мире, тем больше востребовано мнение ее представителей, тем лучше ее «слушают») и актуальностью того или иного вопроса в международной повестке дня.

Так, например, в силу текущих сирийского и украинского кризисов чрезвычайно востребованы комментарии правительства России, МИДа и Министерства обороны России. Показательно, что, кроме традиционных пресс-конференций, комментариев, интервью, выступлений, обмен репликами и мнениями между участниками идет, например, в сети *Twitter*. Причем на данном уровне участников общения допускается троллить, по общепринятому выражению пользователей социальных сетей, друг друга, что было немыслимо для общения официальных представителей государств еще несколько лет назад. Как один из наиболее ярких примеров можно привести неоднократные разъяснения Минобороны России по поводу обвинений в присутствии российских войск на Украине, носящие непрятно иронический характер.

Востребованность российской «твиломаси» (дипломатии с помощью *Twitter*)¹ легко проследить на примере аккаунтов в сети *Twitter* МИДа России и Минобороны России (ведутся на русском и английском языках). На 10 декабря 2015 г. аккаунт Минобороны России имеет 78 955 фолловеров (из них 3 154 прибавились за неделю, 273 – за предыдущий день)². Если же рассмотреть статистику за три последних месяца, то картина будет следующая: 37 469 фолловеров на 6 сентября, 40 207 – на 27 сентября, 54 733 – на 11 октября, 65 833 – на 22 ноября, 74 211 – на 29 ноября. Аккаунт МИДа России на 10 декабря 2015 г. имеет 875 141 фолловеров (из них 11 483 прибавились за неделю, 1 668 – за предыдущий день)³. При этом на 6 сентября – 758 997 фолловеров, 770 761 – на 27 сентября, 788 362 – на 11 октября, 843 620 – на 22 ноября, 856 461 – на 29 ноября.

Нетрудно увидеть, что у обоих аккаунтов есть общая точка взрывного роста популярности – конец сентября, что соответствует времени выступления президента России В.В. Путина на Генассамблее ООН 28 сентября⁴ и начала операции Вооруженных сил России в Сирии 30 сентября⁵. Далее число фолловеров аккаунта МИДа России увеличивалось достаточно плавно, тогда как для аккаунта Минобороны еще один резкий рост популярности последовал после 24 ноября, когда Турция сбила в Сирии российский Су-34.

Минобороны намерено больше задействовать социальные сети и Интернет

¹ Там же.

² Статистика твиттера. Доступ: <http://twimeter.ru/userinfo.php?id=2742078001> (проверено 14.12.2015).

³ Статистика твиттера. Доступ: <http://twimeter.ru/userinfo.php?id=255493944> (проверено 14.12.2015).

⁴ Президент России Владимир Путин выступил на Генассамблее ООН. Доступ: <http://www.itv.ru/news/world/293099> (проверено 14.12.2015).

⁵ Полный текст заявления Владимира Путина об использовании ВС РФ в Сирии. Доступ: <https://russian.rt.com/article/120245> (проверено 14.12.2015).

для взаимодействия с обществом. Советник министра обороны России Андрей Ильницкий еще летом 2015 г. отметил: «Понимание этого как важнейшего участка работы есть. Сложилась определенная культура потребления информации через интернет, и было бы глупо пренебрегать этим»¹.

Большое внимание руководство России уделяет и тому, чтобы российская внешняя политика стала более открытой для общества. Интернет-сайты президента, правительства, министерств и ведомств содержат значительный объем информации о визитах и встречах лидеров и ведущих дипломатов страны с зарубежными коллегами, состоянии отношений с различными странами и регионами мира, международными организациями. Руководители федеральных органов власти и прочих ведомств общаются с журналистами, дают подробные интервью, выступают на научных конференциях и собраниях общественности с разъяснениями внешней политики страны, отвечают на самые различные вопросы [Лукин 2013].

Отдельного упоминания заслуживает программа «Прямая линия с Владимиром Путиным», в ходе которой глава государства отвечает в прямом эфире общенациональных теле- и радиоканалов на вопросы жителей России и ближнего зарубежья. Впервые такой формат общения был организован в декабре 2001 г., в дальнейшем «прямые линии» проходили ежегодно, за исключением 2004 и 2012 гг. Вопросы президенту задают приглашенные в московскую студию программы гости, жители городов, где организуются прямые включения. Вопросы также поступают в Единый центр приема сообщений по телефону, через сайт и с помощью SMS-сообщений. Если в 2001 г. поступило 400 тыс. вопросов, то в 2013 г. был побит рекорд «прямых линий» — 3 млн. Увеличивалась и продолжительность программы — с 2 ч 20 мин. в 2001 г. до рекордного 2013 г. — 4 ч 47 мин.²

Несмотря на то что «прямые линии» нацелены на общение главы государства с гражданами России и имеют большее значение для внутренней политики, они неизменно привлекают к себе внимание за рубежом. Резонанс, который вызывает «прямая линия» с президентом России в мире, можно пронаблюдать, например, по тому, что в апреле 2015 г. статьи о ней вышли, как минимум, в газетах *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *Foreign Policy*, в материалах агентства *Bloomberg* (США), *The Globe and Mail* и *The National Post* (Канада), *The Financial Times*, *The Guardian*, *The Daily Telegraph*, *The Independent*, в материалах *BBC* (Великобритания), в газетах *Figaro* и *Libération* (Франция). Также «прямая линия» освещалась в материалах СМИ и на телевидении Германии, Италии, Индии, Китая, Японии, Израиля, Чехии, Польши, стран Латинской Америки и др.³ На «прямую линию» 17 декабря 2015 г. было аккредитовано 1 390 журналистов, что является рекордом⁴.

Несмотря на то что материалы, посвященные «прямой линии», часто носят пристрастный характер, использование Россией подобного не имеющего в настоящее время аналогов ресурса для разъяснения своей позиции по самым разным вопросам уникально.

Таким образом, формированию положительного образа страны за рубежом уделяется достаточное внимание на самом высоком уровне, и Россией достигнуты определенные успехи в сфере информационного обеспечения своего

¹ Русская служба новостей: Минобороны задействует соцсети для взаимодействия с обществом. Доступ: <http://rusnovosti.ru/posts/375919> (проверено 14.12.2015).

² Статистика проведения прямых линий с Владимиром Путиным в 2001–2014 гг. Доступ: <http://tass.ru/info/1905641> (проверено 14.12.2015).

³ Зарубежная пресса о «прямой линии» Владимира Путина. Доступ: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-raportazh/1910906> (проверено 14.12.2015).

⁴ На большую пресс-конференцию Путина аккредитовано рекордное число журналистов — 1 390. Доступ: <http://tass.ru/politika/2525422> (проверено 14.12.2015).

международного курса. Однако в современных условиях, когда имидж страны превратился в капитал, способствующий укреплению геополитического положения государства, обеспечению безопасности, продвижению национальных интересов¹, России следует продолжать расширять спектр своих возможностей по своевременному донесению достоверной информации до международного сообщества, в т.ч. посредством развития собственных СМИ и усиления их позиций в мировом информационном пространстве, а также использования ресурса социальных сетей.

Список литературы

Зонова Т.В. 2012. Публичная дипломатия и ее акторы. Доступ: <http://www.mgimo.ru/news/experts/document226467.phtml> (проверено 14.12.2015).

Лукин А.В. 2013. Публичная дипломатия: государственная пропаганда или гражданская инициатива? – *Дипломатический ежегодник 2012*. М.: Весь Мир. С. 56-86.

Наумов А.О. 2015. Мягкая сила и внешнеполитический имидж Российской Федерации. Доступ: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=336091> (проверено 14.12.2015).

Орлова В.В. 2003. *Глобальные телесети новостей на информационном рынке*. М.: РИП-холдинг. 168 с.

Nye J.S. 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. N.Y.: Public Affairs. 208 p.

KOLEVATOVA Tatyana Sergeevna, postgraduate student of the Chair of International Relations and Political Science, Dobroljubov State Linguistics University of Nizhny Novgorod (31a Minina St, Nizhny Novgorod, Russia, 603155; t.kolevatova@mail.ru)

MODERN MASS MEDIA IN PUBLIC DIPLOMACY OF RUSSIA

Abstract. The article is devoted to the analysis of the soft power tools, which Russia uses in public diplomacy. The paper notes the importance and efficiency of media for public diplomacy, the growing influence of means of communication, such as social networks. The author analyzes examples of application of modern media (information channels, Twitter) in the implementation of the Russia's foreign policy.

Keywords: soft power, image of Russia, media and mass media, social networks, efficiency of mass media in public diplomacy

¹ Мухаметов Р.С. Роль публичной дипломатии в формировании международного имиджа России. Доступ: http://community.livejournal.com/image_of_russia/62907.html (проверено 14.12.2015).