УДК 327(510)

ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННОЙ ДИПЛОМАТИИ КАК ВЫРАЖЕНИЕ «МЯГКОЙ СИЛЫ»: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ

Смирнова Ю.М., Гудилина Е.Н.

INSTITUTE OF PUBLIC DIPLOMACY AS AN EXPRESSION OF «SOFT POWER»: CURRENT STATUS AND FEATURES OF REALIZATION

Smirnova J.M., Gudilina E.N.

Smirnova J.M. *– Candidate of Juridical Sciences, Associate Professor at the Department of Constitutional and Municipal Law, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration of the Orel branch, Russian Federation, Orel, e-mail: Juliy15@yandex.ru*

Gudilina E.N. *– Student of 4 year of the Law Faculty of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration of the Orel branch, Russian Federation, Orel, e-mail: ek.gudiluina@gmail.com*

The article analyzes the possibility of using public diplomacy, as in the construction of the national legal system and the implementation of the main activities at the international level. The authors distinguish features of the implementation of "soft power" in practice. The conclusions from the article have theoretical significance in improving the system of law and practical value for improving diplomatic procedures and actions in international relations.

Keywords: public diplomacy, "soft power", "hard power", "smart power", attractive image of the country, actors of public diplomacy, "digital diplomacy".

XXI век можно охарактеризовать как век постоянных изменений. Такие изменения затрагивают все сферы общества, в том числе и политическую сферу. Особый интерес вызывает институт общественной дипломатии (или «мягкой силы»), создающий наиболее благоприятные условия для восприятия политики конкретного государства международным сообществом. Применяя «мягкую силу», государство более полно учитывает тот факт, что любое общество может существовать и развиваться только в сложной системе международных взаимоотношений и взаимосотрудничества, и именно дипломатические отношения играют в этой системе весомую роль. Именно поэтому практика применения «мягкой силы» становится все более распространенной среди государств.

«Мягкую силу» можно рассматривать как деятельность прежде всего государственных служащих, состоящую в транслировании информации о позиции своего государства по тем или иным вопросам и проводимой им политике; направленную на построение долгосрочных отношений, создание благоприятных условий для реализации внутренних задач безопасности и развития страны.

Итак, в целом «сила» – это концентрированное выражение возможной степени влияния. В зависимости от того, на чем будет базироваться такое влияние, можно выделить кроме «мягкой силы» «жесткую силу» и «умную силу» (как эффективное сочетание «мягкой» и «жесткой»). Если «жесткая сила» государства большее внимание уделяет таким рычагам воздействия, как экономический и военный потенциал, то «мягкая сила» носит скорее пропагандистско-гуманитарный характер. «Жесткая сила» базируется на принуждении (реальном или косвенном), в то же время «мягкая сила» опирается на достигнутый авторитет и престиж государства (добровольное подчинение).

Естественно, что каждое государство, применяя мягкую силу, адаптирует ее возможности к своим, объективно существующим политическим, экономическим и социокультурным особенностям. Так возникают американская (доминирующую мощь США), европейская (привлекательная сила Европы), африканская («Африканский ренессанс»), азиатская (мудрая сила Китая), российская и другие стратегии «мягкой силы» в международных отношениях.

Особенностью американской стратегии «мягкой силы» выступает применение следующих имеющихся ресурсов: привлекательность американской культуры и образа жизни, политическая идеология с приматом прав и свобод человека, их реального существования в рамках демократического режима; образовательные центры США как платформа подготовки прозападной элиты в ходе американских обменных программ, эффективное сочетание «мягкой» и «жесткой» сил как основы формирования «умной силы».

Для европейской же модели «мягкой силы» характерно использование достигнутых высоких показателей социально-экономического развития, положенных в основу формирования привлекательности европейских стран; подчеркнутая ориентация на сотрудничество в международных отношениях, акцент на невоенное решение конфликтов[1].

Китайская модель «мягкой силы» базируется на работах древнекитайских мыслителей (например, «используй мягкие средства, чтобы побороть силу» и т.п.). Идея «совместного построения гармоничного мира», «мирного возвышения», принцип гармонии в широком смысле и устойчивые социокультурные ценности выступают базой «мягкой силы» Китайского государства[2].

«Мягкая сила» Африки непосредственно связана с понятием «Африканский ренессанс» (основополагающая идея ценности и уникальности культуры и цивилизации Африки, дополненная положениями философии Убунту).

Особенностью использования Россией «мягкой силы» является отсутствие четкой концепции и стратегии использования такой силы. Большее внимание уделяется применению «жесткой силы» и, как следствие, приоритет военного фактора, компенсирующего другие факторы (социально-культурные, технологические, экономические и т.п.). Как фактор, наиболее осложняющий и в то же время стимулирующий Россию к применению именно «мягкой силы», выступает стереотип о наличии в России неэффективной экономической модели как базы для отсталой от технического прогресса и агрессивной страны[1].

«Мягкая сила», или общественная дипломатия, – перспективная форма дипломатии в целом, но ее реализация как государством, так и другими заинтересованными акторами политической системы связана с рядом особенностей.

1. Для эффективной реализации общественной дипломатии необходимо наличие привлекательного образа страны, который будет складываться из следующих элементов: действия государства как во внутренней, так и во внешней политике, его культура и ценности. Общественная дипломатия призвана «вывести» такой привлекательный образ страны на международную арену и ознакомить с ним международную общественность, что и будет способствовать достижению национальных интересов и созданию благоприятных условий для реализации успешной внешней политики. То есть общественная дипломатия лишь инструмент, который позволяет большему количеству государств и их населению получить информацию о данной стране, о ее позиции по различным вопросам и о проводимой ею политике.

Создание же привлекательного образа конкретной страны невозможно, если отсутствует внутреннее реальное «наполнение» такого образа. Естественно, что решение этой проблемы находится вне компетенции общественной дипломатии, которая лишь транслирует образ на обозначенные объ-

[1] Бобыло А.М. «Мягкая сила» в международной политики: особенности национальных стратегий / А.М. Бобыло // Вестник Бурятского государственного университета. – 2013. – № 14. – С. 129 – 135.

[2] Русакова О.Ф. «Мягкая сила» стран Азии / О.Ф. Русакова // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2012. – № 4. – С. 250 – 258.

екты политической системы. То есть нерешенность внутренних проблем и отсутствие объективно существующего уровня развития данного государства сведут почти все мероприятия общественной дипломатии к нулевой или даже отрицательной отметке.

Итак, прежде чем применять методы общественной дипломатии, необходимо убедиться в наличии источников «мягкой власти» и того привлекательного образа конкретного государства, которые и будут содействовать ведению успешной внешней политики. Транслирование же заведомо ложной или недостоверной информации, естественно, не будет способствовать достижению целей общественной дипломатии.

2. Мероприятия общественной дипломатии можно рассматривать как маркетинговый ход в определенном смысле: продвижение привлекательного образа страны на международной арене должно отвечать правилам продвижения товара на рынке (информирование, убеждение и напоминание). То есть «общественная дипломатия» – это не только политическая, но и экономическая категория. Следовательно, рассмотрение общественной дипломатии только с позиций политики существенно уменьшает возможный положительный результат применения «мягкой силы».

Рассмотрение привлекательного образа страны как товара на международном рынке ставит перед акторами общественной дипломатии ряд задач, решение которых и позволит достичь целей дипломатии. Основной характеристикой любого товара является его конкурентоспособность. Если же товар неконкурентоспособен, он не востребован. На данном этапе многие страны действительно обладают «конкурентоспособным товаром»: Запад (в широком смысле), Китай и радикальный исламизм[3]. Например, такой критерий, как внутренний валовой продукт, позволяет стране не только демонстрировать свое экономическое развитие, но и возможности для финансирования культуры, науки и социальной сферы [4].

Другие же страны не всегда способны создать такой товар, который является итогом проводимой политики (в большей части внутренней и в меньшей – внешней): «Глобализация рассматривает мир как единый рынок, в котором процветают наиболее эффективные и конкурентоспособные. Она принимает и даже приветствует тот факт, что свободный рынок безжалостно отделит эффективное от неэффективного даже ценой экономических и политических пертурбаций»[5].

Такой аспект рассмотрения общественной дипломатии тесно связан и с концепцией национального брендинга, который также подчеркивает связь между престижем и имиджем государства и тем рангом на международной арене, которым данное государство обладает. Среди критерии для составления рейтинга национальных брендов учитываются такие критериев, как люди, власть, экспорт, туризм, культура и наследие, инвестиции и иммиграция. Чаще других стран такой рейтинг возглавляет США, в первой десятке также Германия, Франция, Великобритания, Япония, Канада, Италия и некоторые другие[6].

3. Особенностью общественной дипломатии является круг акторов, способных реализовывать «мягкую силу». Этот круг выходит далеко за пределы государственных органов власти: акторами общественной дипломатии могут быть как различные общественные организации, так и отдельные физические лица, не являющиеся представителями власти, но обладающие способностью влиять на политическую обстановку (например, блогер, освещающий политические события, и т.д.).

[3] Лукин А.В. Публичная дипломатия (№3–2013) // Дипломатическая академия Министерства иностранных дел. – URL: http://dipacademy.ru/smi001.shtml. (Дата обращения: 17.02.2015).

[4] 12. Рейтинг стран мира по уровню валового внутреннего продукта – информация об исследовании. – URL: http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info. (Дата обращения: 17.02.2015).

[5] Киссинджер Г.А. Нужна ли Америке внешняя политика? / Г.А. Киссинджер. – М.: Ладомир, 2002 г. – С. 242.

[6] Индекс национальных брендов Anholt-GfKRoperNationBrandsIndex. – URL: http://www.gfk.com/us/Pages/default.aspx. (Дата обращения: 17.02.2015).

В то же время, каким образом ни менялось бы качественное содержание политической системы, именно государство остается важнейшим политическим институтом, что обусловлено утверждением принципа национального суверенитета как одного из главных регуляторов международных отношений. Согласно данному принципу, который является нормой jus cogens, государство является единственным политическим институтом, обладающим полнотой власти на своей территории.

Но необходимо отметить, что государство наиболее заинтересовано в применении общественной дипломатии, т.к. именно оно ответственно перед своим народом за проводимую политику и достигнутые качественные показатели. Кроме того, государство имеет больше ресурсов различного содержания (материальные, географические, военные, научно-технические и т.п.), чем другие акторы общественной дипломатии (за небольшим исключением).

Также, важно учитывать, что государство, обладая монополией на правотворчество, способно само регулировать тот круг акторов, который будет участвовать в общественной дипломатии. В то же время представляется, что установление монополии только государства на проведение мероприятий общественной дипломатии не будет отвечать не только целям, поставленным перед общественной дипломатией, но и существенно снизит авторитет и престиж государства на международной арене. Это связано с тем, что такие действия со стороны государства будут являться констатацией факта отсутствия гражданского общества и правовой модели государства в данной стране.

Многие государства уделяют внимание правовому положению такого актора общественной дипломатии, как неправительственные организации. Стало распространённой практикой ограничение источников финансирования таких организации. Естественно, что правовое ограничение источников финансирования должно находиться в разумных границах, определить которые подчас достаточно трудно. С одной стороны, источник финансирования влияет на лояльность той или иной неправительственной организации. С другой же стороны, такие ограничения не являются абсолютной гарантией лояльности и не исключает возможности занятия диаметрально противоположной позиции. Таким образом, важнее не конкретный источник финансирования, а реальная политическая деятельность неправительственной организации.

Ограничение источников финансирования можно рассматривать и как потенциальное ограничение независимости неправительственной организации, т.к. чем больше источников финансирования, тем выше степень «зависимости» от субъекта, предоставляющего данной неправительственной организации финансовые средства. То есть можно сделать вывод, что, ограничивая источники финансирования, государство все более подчиняет себе неправительственные организации и, как следствие, проводимые ими мероприятия общественной дипломатии. Этот негативный аспект не только не способствует созданию благоприятных условий для реализации внешней политики и трансляции привлекательного образа страны, но и негативно отразится на политическом режиме внутри государства (снижение уровня плюрализма, невозможность развития гражданского общества и построения правового государства).

4. Создание благоприятной обстановки для реализации внешнеполитических задач государства предполагает использование различных средств и способов. Государство, заинтересованное в транслировании своего наиболее привлекательного образа на международную арену, должно стремиться к использованию всех доступных информационных каналов, как традиционных, так и цифровых. Необходимо использовать достижения науки и техники (в первую очередь речь идет о сети «Интернет»), но при этом учитывать характеристики аудитории, на которую рассчитано воздействие.

Как пример использования потенциала сети «Интернет» в рамках общественной дипломатии можно привести использование таких социальных сетей, как Facebook (т.н. Facebook –дипломатия») и Twitter (т.н. Twitter – дипломатия). Кроме социальных сетей возможно использование и видеохостингов (например, YouTube). То есть как одно

из направлений общественной дипломатии можно выделить «цифровую дипломатию» (также возможно использование терминов «интернет-дипломатия», «онлайн-дипломатия» и т.п.); вне зависимости от конкретного понятия наиболее важным остается его смысловая нагрузка: использование сети «Интернет» и информационно-коммуникационных технологий в целом для реализации дипломатических задач.

Именно социальные сети позволяют обращаться к формально неопределенному кругу лиц, распространяя определенную информацию политического содержания и одновременно получая отклик на нее. Потенциал цифровой дипломатии заключается в возможности вести именно диалог, а не однонаправленное общение со стороны актора общественной дипломатии. Кроме того, инициатива начала диалога есть как у акторов общественной дипломатии, так и у аудитории.

Но нельзя не учитывать тот факт, что влияние любого социального портала не безгранично. Возможны некоторые риски, характерные для коммуникации в целом и коммуникации в сети «Интернет» в частности:

– вопросы обеспечения кибербезопасности и вопросы хакерства (например, взлом официального аккаунта политика и «наполнение» страницы провокационной информацией способно негативно сказаться не только на его репутации, но и повлечь более тяжкие последствия);

– анонимность пользователей, человеческий фактор (например, уровень культуры общения в социальных сетях, предполагающий не только конструктивное общение, но и провокационные сообщения оскорбительного характера и т.п.);

– должен учитываться и тот факт, что независимо от широты охвата информационно-коммуникационных технологий сама транслируемая информация должна быть не только достоверной, но и привлекательной;

– некоторые другие риски.

В то же время в рамках общественной дипломатии цифровая дипломатия достаточно эффективна, и отрицать возможности социальных сетей как политического инструмента не представляется возможным:

– социальная сеть позволяет отслеживать «обратную связь» пользователей на мероприятия цифровой дипломатии, фиксировать состояние массового сознания и корректировать дальнейшие действия акторов общественной дипломатии;

– цифровая дипломатия не требует больших финансовых вложений;

– большое количество пользователей, которые являются представителями различных социальных классов.

Цифровая дипломатия позволяет реализовывать принцип открытости в дипломатии: «Открытые мирные договоры, открыто обсуждаемые, не позволят появиться разным трактовкам этих соглашений, дипломатия всегда будет действовать открыто и на глазах у общественности»[7]. Каждое демократичное государство осознает необходимость давать отчет о своих действиях перед общественностью и идти на контакт при обосновании своей позиции.

Использование цифровой дипломатии в каждом конкретном государстве зависит от ряда факторов. Такой фактор, как информационно-коммуникационная стратегия страны должен отвечать следующим показателям:

– наличие урегулированного законом правового положения информационного пространства;

– разработка и применение четких правил для акторов цифровой дипломатии, их своевременная разработка и применение;

– необходимость подготовки профессионалов, способных проводить мероприятия цифровой дипломатии.

Экономический же фактор является базой для реализации цифровой дипломатии: без его учета невозможно использовать все средства, предоставляемые сетью «Интернет». В определенной степени успех на международной арене при реализации мероприятий цифровой дипломатии находится в зависимости от уровня организационно-технического обслуживания мероприятий цифровой дипломатии.

[7] Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления работы, риски и инструменты // Российский совет по международным делам. – URL: http://russiancouncil.ru/inner (Дата обращения: 17.02.2015).

Учет культурного фактора также необходим при разработке мероприятий цифровой дипломатии. Культурный фактор отражает те ценности, которые существуют в стране, проводящей политику общественной дипломатии: невозможно достичь высокого уровня эффективности цифровой дипломатии, если отсутствует открытое общество, готовое к диалогу.

Для государства важно не только осознание необходимости приспособления новых технологий под внешнеполитические нужды, но и обращение к опыту тех государств, которые достигли в этом направлении определенных результатов. К примеру, оказание экспертной помощи и консультирование акторов цифровой дипломатии давно стало нормой для тех государств, которые стремятся наиболее эффективно применять возможности общественной дипломатии:

– Интернет-портал Министерства иностранных дел и по делам Содружества (Форин-офис) «Цифровая дипломатия», содержащий руководство по использованию информационно-технических ресурсов для нужд цифровой дипломатии[8];

– Онлайн-ресурс Госдепартамента США по вопросам электронной дипломатии и отдела по вопросам инноваций, который призван содействовать созданию связи между людьми и обеспечить возможность применения цифровой дипломатии[9];

– веб-приложение ediplomacy Агентства Франс пресс (AFP), которое визуализирует, анализирует и измеряет присутствие и влияние дипломатических акторов на Twitter по всему миру и в режиме реального времени[10].

5. При разработке мероприятий общественной дипломатии необходимо учитывать, что применение «мягкой силы» приносит результат скорее в долгосрочном периоде. Как правило, невозможно получить положительные результаты лишь каким-либо однонаправленным действием (хотя и такой вариант развития отрицать нельзя). Также затруднительно добиться реального роста авторитета и престижа государства односторонним распространением информации. Отмечается, что транслирование информации лишь в направлении аудитории, без учета обратной реакции не способно достигать целей общественной дипломатии. Например, предлагается такая концепция применения общественной дипломатии:

– транслирование информации о государстве на международном уровне;

– получение обратной реакции общественности на полученную информацию о государстве;

– корректировка мероприятий общественной дипломатии в зависимости от результатов обратной реакции.

То есть государство, стремящееся применять «мягкую силу», должно осознавать необходимость планирования мероприятий общественной дипломатии именно в долгосрочном периоде. Исходя из этого, целесообразно учреждать специализированные органы, ответственные за проведение мероприятий общественной дипломатии. Например, в США за реализацию «мягкой силы» отвечает заместитель государственного секретаря по публичной дипломатии и работе с общественностью[11]. Отдел публичной дипломатии в Индийском МИДе нацелен на «стимулирование большего понимания Индии и проблем ее внешней политики»[12]. В ряде государств были образованы специальные государственные органы и организации, деятельность которых направлена на распространение культуры, языка и знаний о стране среди иностранцев (Британский совет, Институт Гёте, Альянс Франсез, Институт Сервантеса, Государственная канцелярия по распространению китайского язы-

[8] 8. Официальный сайт Министерства иностранных дел и по делам Содружества. – URL: http://www.digitaldiplomacy.fco.gov.uk/. (Дата обращения: 17.02.2015).

[9] 9. Официальный сайт отдела Госдепартамента США по вопросам электронной дипломатии и отдела по вопросам инноваций. – URL: http://conx.state.gov/. (Дата обращения: 17.02.2015).

[10] Веб-приложение Агентства Франс пресс AFP. – URL: http://ediplomacy.afp.com/#!/. (Дата обращения: 17.02.2015).

[11] Официальный сайт Государственного департамента Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs. – URL: http://www.state.gov/r/. (Дата обращения: 17.02.2015).

[12] 10. Официальный сайт отдела публичной дипломатии Индии IndianPublicDiplomacy. – URL: http://www.indiandiplomacy.in/AboutUs.aspx. (Дата обращения: 17.02.2015).

ка за рубежом, Японский фонд, Корейский фонд и т. п.).

Современное государство заинтересовано в применении «мягкой силы». В той или иной мере большинство государств используют «мягкую силу» для защиты национальных интересов и достижения внешнеполитических целей. В то же время «мягкая сила» как феномен международных отношений имеет ряд особенностей, знание и учет которых будет способствовать наиболее эффективному применению «мягкой силы» со стороны государства. Приоритет же «мягкой силы» в политике государств гарантирует международный мир, безопасность и сотрудничество.

Библиография/References

Бобыло А.М. «Мягкая сила» в международной политики: особенности национальных стратегий// Вестник Бурятского государственного университета. – 2013. – № 14. – С. 129 – 135.

Киссинджер Г.А. Нужна ли Америке внешняя политика? / Г.А. Киссинджер. – М.: Ладомир, 2002 г. – С. 242.

Лукин А.В. Публичная дипломатия (№3–2013) // Дипломатическая академия Министерства иностранных дел. – URL: http://dipacademy.ru/smi001.shtml. (Дата обращения: 17.02.2015).

Нейматова А.Я. МИД России и новая публичная дипломатия // Международные отношения. – 2014. – № 1. – С. 80 – 85.

Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления работы, риски и инструменты // Российский совет по международным делам. – URL: http://russiancouncil.ru/inner (Дата обращения: 17.02.2015).

Русакова О.Ф. «Мягкая сила» стран Азии / О.Ф. Русакова // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2012. – № 4. – С. 250 – 258.

Bobylo, A.M.(2013) «Mjagkaja sila» v mezhdunarodnoj politiki: osobennosti nacional'nyh strategij// Vestnik Burjatskogo gosudarstvennogo universiteta. – № 14. – S. 129 – 135. (In Russ.)

Kissindzher, G.A. (2002) Nuzhna li Amerike vneshnjaja politika.– M.: Ladomir, – p. 242. (In Russ.)

Lukin, A.V. (2013) Publichnaja diplomatija. – № 3 // Diplomaticheskaja akademija Ministerstva inostrannyh del. – URL: http://dipacademy.ru/smi001.shtml. (Data obrashhenija: 17.02.2015). (In Russ.)

Nejmatova A.Ja. (2014) MID Rossii i novaja publichnaja diplomatija // Mezhdunarodnye otnoshenija. –. – № 1. – S. 80 – 85. (In Russ.)

Rusakova O.F.(2012) «Mjagkaja sila» stran Azii// Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 2: Gumanitarnye nauki. – № 4. – p. 250 – 258. (In Russ.)