**Публичная дипломатия США**

Наибольшим совокупным потенциалом «мягкой силы» в современном мире обладают США. Вашингтон очень эффективно, а порой и весьма эффектно использует технологии и инструменты «мягкой силы» на внешнеполитической арене. При этом исторически Америка не являлась пионером в данной области; можно вспомнить, например, неоспоримое культурное влияние Франции в Европе в ХѴІІ-ХѴПІ веках или блистательный XIX век Британской империи. Но XX век (особенно его вторая половина) стал веком доминирования американской «мягкой силы». В этот период культурный экспорт США приобрел гигантский масштаб. Изначально Вашингтон практически не проявлял интереса к организованной внешней культурной политике и экспорту культуры. В Соединенных Штатах культура (особенно популярная) длительное время рассматривалась скорее в качестве бизнеспроекта или средства развлечения, нежели инструмента внешней политики. Американские политические деятели никогда всерьез не задумывались о создании культурного ведомства в федеральном правительстве. Только в 1938 году в структуре Государственного департамента был создан Отдел культурных связей. Тем не менее, уже в начале XX века культурные достижения США, как и их успехи в научно-технической сфере, становились широко известными далеко за пределами самой Америки. После Первой мировой войны программы обмена и распространение американских товаров народного потребления, кинокартин, литературы привели к формированию «международного американского культурного климата».

Современный подход к реализации политики «мягкой силы» США был сформирован по завершении Второй мировой войны с началом биполярной конфронтации. Американская элита осознала необходимость экспорта американского образа жизни как часть идеологической борьбы против СССР. Общественные деятели наряду с политиками стали призывать власти к масштабному распространению американской культуры за рубежом для усиления влияния Америки в мире. В годы холодной войны появились такие понятия, как «культурный империализм США» и «американизация». Вашингтоном был создан масштабный механизм, состоявший из институтов культуры, информации, образования, с целью осуществления долгосрочного и краткосрочного влияния на политические ориентиры зарубежных обществ. Его предназначение заключалось в распространении в зарубежных обществах американской политической культуры, идеологии, системы ценностей в целях реализации внешнеполитических задач. Таким образом, именно логика холодной войны обусловила политическую необходимость установления идеологического контроля США над определенными государствами для сохранения их ориентации на западный лагерь и ликвидации распространения идей коммунизма.

Нельзя не отметить, что уже на заре холодной войны, в декабре 1946 года, правительство США дало указание о ведении психологической войны в мирное время. Для координации действий разрозненных до того структур, работавших в этом направлении, в 1947 году было создано Центральное разведывательное управление (ЦРУ). 14 декабря 1947 года функция ведения психологической войны была закреплена именно за ЦРУ Согласно директиве, данные операции определялись следующим образом: «Ведение пропаганды, в том числе с использованием анонимных, фальсифицированных или негласно субсидируемых публикаций; политические действия с привлечением лиц без гражданства, изменников и поддержка политических партий; квазивоенные методы, включая помощь повстанцам и саботаж; экономические действия, связанные с валютными операциями». В ходе холодной войны многие проекты американской «мягкой силы» реализовывались в тесном контакте с американской разведкой. В 1953 году был создан орган внешнеполитической пропаганды США — Информационное агентство США (USIA), которое существовало до октября 1999 года. Указанные структуры внесли неоценимый вклад в итоговую победу Соединенных Штатов над СССР в 1991 году.

Новый этап политики «мягкой силы» США начался после окончания биполярного противостояния и развала социалистического лагеря во главе с СССР. Идеологическое противостояние с коммунизмом ушло в прошлое, однако чисто пропагандистские инструменты внешней политики Соединенных Штатов — популяризация идей демократии, свободы, рыночной экономики — по-прежнему продолжали использоваться Вашингтоном в международной деятельности. Перед Америкой уже не стояла задача борьбы с советской идеологией. Но сформированный имидж борца за свободу и справедливость, так же как и образ ведущей военной державы, мирового экономического и технологического лидера, много раз помогал США собирать международные коалиции, укреплять свои позиции в различных регионах мира, формировать международную повестку дня, обосновывать свои претензии на мировое лидерство.

В своих работах основоположник концепции «мягкой силы» Джозеф Най выделял две основные составляющие ресурсной базы «мягкой силы» современных США. Первый ее столп - привлекательность американской культуры и образа жизни. Сюда же политолог относил такие показатели, как количество принимаемых иммигрантов, объем выпускаемой телепродукции, численность иностранных студентов в США и количество американцев среди нобелевских лауреатов в области физики, химии и экономики. Вторая основа - американская политическая идеология, которая пользуется поддержкой среди большинства населения зарубежных стран. В основе «мягкого» могущества США, по мнению политолога, лежат демократические ценности (в западном понимании), мобильность, открытость и динамичность общества, личная свобода, признаваемое во всем мире высшее образование, массовая культура, проникшая в той или иной степени в большинство стран мира, а также институты, предложенные США миру в XX веке и ставшие основой мировой экономической и финансовой системы, — МВФ и ВТО.

В конце прошлого - начале нынешнего столетия «мягкая сила» США действительно была огромной. Во многом благодаря ей американцы одержали победу в холодной войне и стали единственной сверхдержавой на планете. Интересно, что в этих условиях США не посчитали нужным активизировать внешнюю политику в контексте «мягкой силы». Более того, в новой международной среде, руководство США отдавало предпочтение именно «жестким» инструментам при решении ключевых вопросов международного характера.

Ситуация начала постепенно меняться после террористических атак 11 сентября 2001 года и объявленной Вашингтоном войны с терроризмом, которая вылилась в военное вторжение в Афганистан и Ирак. В первые годы после этих событий американские власти все еще придерживались мнения, что именно «жесткая сила» является наиболее эффективным средством решения международных проблем. Так, отвечая весной 2006 года на вопрос журналиста о «мягкой силе», министр обороны США Д. Рамсфелд заявил, что понятия не имеет, что это значит. Однако уже во время второго срока президента Дж. Буша-младшего (2005-2009 годы) в Белом доме стали публично поддерживать идею «мягкой силы» как важного элемента внешней политики страны. Правда, она понималась администрацией США достаточно узко: в основу ставились идеи распространения демократии и свободы, на практике реализованные в ходе «цветных революций» в Восточной Европе и на постсоветском пространстве. В то же время трудности, с которыми столкнулись американцы в Афганистане и Ираке, побудили политический истеблишмент Соединенных Штатов к пересмотру внешнеполитической тактики.

Еще в марте 2004 года был создан Консультативный комитет по культурной дипломатии, в задачи которого входила разработка предложений для госсекретаря США по развитию механизмов использования «мягкой силы» как эффективного инструмента внешней политики.

Не потеряла свою актуальность концепция «мягкой силы» и в годы президентства Б. Обамы (2009-2017 годы). Одним из первых шагов новой администрации в этой области стало обращение президента 4 июня 2009 года с трибуны Каирского университета ко всему исламскому миру. Стратегия Обамы изначально получила одобрение, как в политических, так и в академических кругах США. Так, в его поддержку выступил Дж. Най, который совместно с бывшим первым заместителем госсекретаря США Р. Армитаджем подготовил доклад, предложив в качестве наиболее эффективной внешнеполитической стратегии США использовать концепцию «умной силы» (smart power), выстраиваемой на балансе между «мягкой силой» и «жесткой силой».

Сегодня США реализуют политику «мягком силы» на всех возможных направлениях. Основной акцент делается:

• на сотрудничестве в области образования, научно-технической и инновационной сферах;

• продвижении языка, культуры и демократии (в ее американской трактовке);

• содействии международному развитию;

• информационной деятельности и реализации программ публичной дипломатии.

Отличительной особенностью «мягкой силы» США является то, что эта политика осуществляется на двух уровнях. Первый уровень — это «мягкая сила» официального Вашингтона, второй — «мягкая сила» негосударственных акторов США, которые работают примерно на тех же направлениях и в тесной взаимосвязи и координации с государственными структурами.

В рамках официального направления политики «мягкой силы» США работают: органы в структуре Государственного департамента (отделы по образованию и культуре, по информационным программам, по изучению зарубежной блогосферы, другие отделы, занимающиеся публичной дипломатией, заместитель госсекретаря по публичной дипломатии, как отдельная штатная единица); различные формально независимые федеральные агентства (работавшее до 1999 года Информационное агентство США, Агентство США по международному развитию, «Корпус мира», Совет управляющих вещанием и др.).

«Мягкая сила» США имеет своим краеугольным камнем идею защиты ценностей демократии и свободы. Именно на ее реализацию направлены многочисленные образовательные, аналитические, информационные, культурные и другие программы «мягкой силы» и публичной дипломатии официального Вашингтона. Одним из ключевых направлений являются образовательные и научные программы, в первую очередь программы обменов. Этим направлением в Госдепартаменте в основном занимается созданный в 1961 году Отдел (Бюро) по делам образования и культуры, который отвечает за развитие взаимоотношений между США и другими государствами посредством разработки и осуществления международных образовательных программ и семинаров. Надо сказать, что это направление уходит корнями в начало XX века и даже дальше — в колониальную традицию Великобритании, в рамках которой англичане создавали множество образовательных учреждений в колониях, превращавших местную элиту в приверженцев британских ценностей либерализма и свободной торговли. Родоначальником американской образовательной политики, по сути, стал двадцать шестой президент США Теодор Рузвельт (1901-1909 годы), при котором учиться в американские вузы приехало несколько тысяч студентов из Китая. А уже в 1936 году на Панамериканской конференции в Буэнос- Айресе по инициативе делегации Соединенных Штатов была принята Конвенция по развитию межамериканских культурных связей, подтвердившая намерение правительства США поддерживать и стимулировать программы по обмену для студентов и деятелей искусства. Эта Конвенция стала прототипом и образцом для многочисленных культурно-образовательных программ периода холодной войны.

С 1960-х годов американские программы образовательного и культурного обмена стали одним из главных механизмов «мягкой силы» США. А в октябре 1992 года в США был принят «Акт в поддержку свободы», который создал основу для масштабных программ обучения в странах бывшего социалистического лагеря. Это событие можно считать логическим завершением американской международной образовательной политики периода холодной войны.

Данная политика оказалась очень успешной и принесла значительные внешнеполитические дивиденды Америке. Обучение иностранных студентов в США и их возвращение на родину (за редким исключением) способствовало распространению американской культуры и ценностей, формировало лояльные по отношению к Соединенным Штатам элиты и общественное мнение и, как следствие, проамериканскую внешнеполитическую ориентацию государств. В разное время почти две сотни крупных политических лидеров участвовали в различных образовательных программах США.

Благодаря своему планетарному охвату образовательная политика Соединенных Штатов превратилась в действенный метод «мягкой силы», позволяющий формировать мировую политическую, экономическую, интеллектуальную и военную элиту, верную догмам либеральной демократии и рыночной экономики.

Важное направление «мягкой силы», на котором делают акцент в Госдепартаменте США, — продвижение демократии за рубежом. В этой области официально работают различные агентства и программы по развитию гражданского общества едва ли не во всех уголках мира. На практике их деятельность зачастую сводится к подготовке почвы для смены политических режимов в неугодных Вашингтону государствах с помощью механизмов «мягкой силы». Здесь в тесной взаимосвязи с Госдепартаментом продвижением демократии и оказанием помощи развитию занимаются различные федеральные агентства и неправительственные организации: Агентство США по международному развитию (United States Agency for International Development — USAID), Национальный фонд в поддержку демократии (National Endowment for Democracy — NED), «Корпус мира» и др.

Огромную роль в политике «мягкой силы» США играет информационная составляющая. Пожалуй, именно на этом направлении наиболее эффективно проявляется взаимосвязь и координация деятельности официальных и неофициальных акторов публичной дипломатии США.

Со стороны официального Вашингтона за все информационные программы отвечает Совет управляющих по вопросам вещания (Broadcasting Board of Governors — BBG) - одно из наиболее крупных информационных объединений в мире.

Заявленная миссия данного медиа-гиганта заключается в развитии и поддержке свободы и демократии путем передачи точных и объективных новостей и информации о США и мире для зарубежной аудитории. В структуру Совета входит Бюро международного вещания, а также целая сеть радиостанций и телеканалов: «Голос Америки», радио «Свободная Европа/Радио Свобода», радио «Свободная Азия», «Офис Кубинского вещания», «Сава» и радио «Фарда» (вещающее на Иран), арабоязычный телеканал «Аль Хурра». С 2015 года Совет управляющих по вопросам вещания начал активно заниматься цифровыми проектами, в том числе работой в социальных сетях.

Ключевыми негосударственными акторами в информационной сфере являются частные (формально независимые, но почти всегда отражающие точку зрения официального Вашингтона по ключевым внешнеполитическим вопросам и действующие в его интересах) американские телеканалы, печатные и электронные СМИ. Крупнейшие американские телеканалы, такие как NBC, НВО, Fox News Channel, АВС и, конечно, CNN, играют колоссальную роль в продвижении американской культуры и ценностей, а также создании глобальной картинки происходящего в мире, на которую ориентируются миллионы людей. Американское телевидение, став глобальным, предоставляет неограниченные возможности для ведения пропагандистской работы, информационных вбросов и манипуляций общественным мнением.

Важной чертой вещания США в других странах с недавних пор стала интерактивность. Сайты радиостанций и телеканалов публикуют новости и рекламируют имидж Америки через удобные и красочные разделы на сайтах, что в значительной степени повышает их привлекательность. Не отстают от них и крупнейшие печатные СМИ — «Wall Street Journal», «Washington Post», «New York Times» и др.

Продолжая тему неофициальной стороны американской политики «мягкой силы», нельзя не упомянуть о гигантской роли, которую в этом процессе играет массовая культура США: фильмы, телесериалы, музыка, спорт, продукция фастфуда и т. д.

Массовая культура давно уже стала достоянием не только самих США, но глобальным культурным продуктом, основным инструментом и идеологическим орудием для формирования имиджа страны на мировой арене. Характерно, что экспорт американской массовой культуры неразрывно связан с интересами крупного бизнеса в лице владельцев крупнейших медиахолдингов, вещательных корпораций и т. д. Заинтересованное в получении максимальных прибылей бизнес-сообщество США принимает непосредственное участие в распространении и популяризации достижений американской культуры.

Основным инструментом «мягкой силы» США в этом направлении выступает, конечно, знаменитый Голливуд. Именно голливудская продукция, несущая мощнейший заряд американских ценностей, американского видения тех или иных явлений и аспектов жизни, пользуется колоссальным спросом по всему миру. Как справедливо отмечает Г. Филимонов, посредством кинематографа американцы действительно сумели опоэтизировать свою страну, создать привлекательный имидж и постарались влюбить в эту картинку население планеты.

Еще одной составляющей неофициальной американской «мягкой силы» является музыка и музыкальный шоу-бизнес. Современная музыкальная индустрия США неотъемлемая часть американской культуры и один из ее основных продуктов. На протяжении практически всего XX века (и начала XXI века) американская музыка — джаз, рок-н-ролл, рок, рэп, диско, хип-хоп — была одним из главных компонентов общемирового культурного влияния США. Именно через молодежные субкультуры осуществлялось и осуществляется едва ли не наиболее интенсивное культурное влияние, формирующее притягательный образ США в молодежной среде различных стран мира.

Значительным ресурсом «мягкой силы» США является спорт. Именно в Америке сосредоточены сильнейшие лиги но различным видам спорта — хоккею с шайбой, баскетболу, бейсболу и американскому футболу. Тысячи спортсменов со всего мира мечтают попробовать свои силы в проводимых в США чемпионатах, а миллионы поклонников следят за спортивными событиями в США по телевидению.

Наконец, еще один существенный инструмент «мягкой силы» США в современном мире — это социальные сети. Активное распространение социальных сетей пришлось на начало XXI века и было связано с появлением в США сервисов Linkedln, MySpace, Facebook, YouTube, Twitter и ряда других. Такие сайты, как America.gov, Со.nх, являются основными платформами для развития блогов, видеоконференций, распространения политологических статей, которые представляют миру Америку как страну разнообразия, динамизма и жизненной энергии. Сетевые интернет-ресурсы превратились в реальных акторов мировой политики, которые распространяют данные по всему миру за считаные секунды, а их могущество подкрепляется союзами с крупнейшими глобальными СМИ, родиной которых также являются США или их союзники.

Сила американской массовой культуры заключается в том, что ее популярность формирует в восприятии миллионов людей, особенно в молодежной среде, некий образ «страны мечты», государства, которому хочется подражать и которым хочется восхищаться. До сих пор очень многим людям в мире импонируют американская идея личной свободы, равенства возможностей, высокий уровень жизни, качественное образование, массовая культура, впечатляющие достижения в области высоких технологий и многое другое. Результаты политики «мягкой силы» США заметны на большей части планеты, даже если они не воспринимаются повсеместно или вызывают неприязнь. Американская культурно-цивилизационная модель с доминирующим компонентом массовой культуры приобрела поистине глобальный характер и общемировой масштаб.

Правда, в последние годы степень эффективности «мягкой силы» США значительно снизилась в связи с новыми глобальными вызовами, в первую очередь, начавшейся войной Америки с международным терроризмом. Одновременно в научных и экспертных кругах росло критическое отношение к внешнеполитическому курсу администрации Дж. Буша-младшего, сделавшего ставку почти исключительно на использование «жесткой силы», что серьезно ухудшило имидж США на международной арене. Реагируя на эти вызовы, Дж. Пай и ряд других американских исследователей разработали новый подход для внешней политики США, который вылился в появление термина «умная сила» — своеобразной комбинации «жесткой силы» и «мягкой силы». В статье, опубликованной летом 2012 года, X. Клинтон отмечала: «Проверкой нашего лидерства станет в перспективе наша способность мобилизовать разрозненные народы и страны на совместную работу по решению общих проблем и продвижению общих ценностей и ожиданий. Для этого нам необходимо расширить наш внешнеполитический арсенал, объединить все активы и всех партнеров и принципиально изменить способ ведения дел. Я называю такой подход “умной силой”». Главный упор был сделан на развитие ключевых ресурсов «умной силы» — информационных технологий нового поколения, сетевых ресурсов, блогов и особенно социальных сетей (Facebook, Twitter, видеохостинга YouTube и др.).

Данная деятельность подразумевала размещение радио- и телепередач в Интернете, распространение в открытом доступе литературы о США в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блогпространстве, создание персонифицированных страниц членов американского правительства в социальных сетях, рассылку информации через мобильные телефоны и т. д.

Основным адресатом публичной дипломатии 2.0 является молодежь и студенчество. Электронные журналы о США, например, оказывают влияние на молодое поколение зарубежных стран, так как оно особенно чутко воспринимает информацию через визуальные и клиповые образы.

В конце второго десятилетия XXI века ресурс американской «мягкой силы» действительно остается очень существенным. Благодаря колоссальному потенциалу в этой области сегодня США все еще могут выдвигать привлекательные идеи, вести за собой другие государства, создавать международные коалиции на основе собственных ценностей (неважно, реальные они или мнимые). Однако мощь «мягкой силы» Вашингтон, в отличие от большинства стран мира, использует почти исключительно в корыстных и порой деструктивных целях. Дело в том, что применение Америкой технологий «мягкой силы» предполагает продвижение ценностей и идей, которые, зачастую являясь фактически спорными, преподносятся для всего остального мира в качестве неоспоримых благ, вследствие чего определенная, подчас влиятельная, часть населения других государств рассматривает США как идеальную, эталонную модель государства, в котором воплощены эти ценности.