**ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ ГОСУДАРСТВ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ**

Регион Центральной Азии, несмотря на избавление от статуса периферийного региона мировой политики, остается сложным и неоднородным в плане политики, экономики, безопасности и т.д. Он до сих пор не сложился как пространство безопасности и стабильных отношений, чему препятствуют внутрирегиональные противоречия. Названные проблемы являются результатом, как различных внутригосударственных проблем, так и отсутствия систематических конструктивных контактов между странами и неразвитости механизмов публичной дипломатии. При создании таких форматов общения можно использовать площадки крупных международных организаций. В регионе, к примеру, функционирует Региональный центр Организации Объединенных Наций по превентивной дипломатии в Центральной Азии (РЦПДООН), который представляется хорошей площадкой для налаживания взаимодействия по линии публичной дипломатии. Задачи Центра заключаются в регулярной организации тренингов и семинаров с участием политиков и экспертов в области дипломатии предотвращения конфликтов, в налаживании контактов между «мозговыми центрами» региона для усовершенствования аналитических навыков и разработки механизмов сотрудничества и в создании для молодежи из стран региона возможностей изучения основ превентивной дипломатии.

Публичная дипломатия — это тот ресурс, привлечение которого могло бы способствовать решению многих центральноазиатских проблем. Однако пока значимость названного института в регионе осознается недостаточно, что отражается на уровне научного интереса к публичной дипломатии и на ее прикладное применение.

Исследовательский дискурс о публичной дипломатии в Центральной Азии носит фрагментарный характер, сам термин тоже используется не так часто. В основном употребляются понятия «народная дипломатия», «общественная дипломатия». В практической же плоскости конкретные шаги государств региона, задачи стратегических документов и определенная часть внешнеполитической практики является отражением сути публично-дипломатической деятельности. Это относится и к попыткам стран региона создать положительный международный имидж своих стран и развивать ресурсы «мягкой силы». В этой связи интерес вызывают исследовательские попытки анализа ресурсов «мягкой силы» и публичной дипломатии центральноазиатских стран со стороны российских специалистов. Так, единственной работой на данный момент, в которой поднимаются названные вопросы в рамках региона Центральной Азии, можно считать коллективную монографию под названием «Центральная Азия: Социально-гуманитарное измерение», подготовленную учеными из МГИМО МИД России.

Научный интерес к публичной дипломатии и к прикладным возможностям этого феномена сильно разнится по странам Центральной Азии. Наиболее активен на данном направлении Казахстан. Он же лидирует на практике в формировании своего бренда и продвижении «мягкой силы». Встречаются также научные работы таджикских и киргизских исследователей, в которых внимание уделяется концепции «мягкой силы», растущей значимости новых дипломатических форматов взаимодействия, культурной составляющей внешнеполитической практики и т.д. В случае с Узбекистаном и Туркменистаном на русском или английском языках, к сожалению, встречаются только отдельные адресные комментарии или интернет-публикации экспертов о роли народной или культурной дипломатии в развитии сотрудничества между народами.

**Казахстан**

Тематика публичной дипломатии в работах казахстанских авторов присутствует в течение ряда лет. Эти исследования посвящены не только сущности феномена публичной дипломатии как дополнения к официальной дипломатии или в контексте концепции национального брендинга, но и анализу зарубежного опыта и его применению во внешнеполитической практике Казахстана в интересах укрепления международных позиций казахстанской государственности.

В среде казахских авторов в основном признается синонимичность понятий публичной и народной дипломатии и указывается на то, что к осуществлению публичной дипломатии помимо классических дипломатов привлекаются представители СМИ, бизнеса, науки и образования, деятели культуры и искусства, руководители НПО и т.д. Подчеркиваются преимущества народной дипломатии по сравнению с дипломатией государственной.

Институциональные основы публичной дипломатии Казахстана еще не заложены. Этот вопрос волнует специалистов, продвигающих маркетинговую идею национального брендинга. По мнению И. Абильдаева, «сегодня наличие хорошей международной репутации государства, положительного бренда страны является неотъемлемой частью имиджевого компонента как внутри страны, так и за ее пределами». Он называет формирование государственного брендинга странами СНГ, в частности Казахстаном, непоследовательным, несистемным и не имеющим комплексного характера, которое в отсутствие единого госоргана, ответственного за разработку стратегии брендинга, приводит к несбалансированным действиям компонентов государственного брендинга. Примером для Казахстана автор считает негативный «эффект Бората», продемонстрировавший «неготовность страны отвечать на подобные вызовы на должном политическом уровне. Впрочем, подобный «голливудский» маневр имел успех только потому, что страна не имела четко выстроенной стратегии государственного брендинга. Можно предположить, что «стратегия» Саши Барон Коэна не увенчалась бы успехом, если вместо Казахстана избрали бы Германию либо Испанию». Однако критика в отношении названного фильма в Казахстане впоследствии сменилась благодарностью авторам этой кинопродукции. В частности, казахский посол в Великобритании Е. Идрисов, изначально назвавший фильм на страницах The Guardian «оскорбительным и несправедливым», потом признал, что благодаря «Борату» интерес к Казахстану вырос во всем мире. Бывший глава МИД Казахстана Е. Казыханов в 2012 г. тоже говорил о позитивном эффекте Бората, отметив, что благодаря ему резко возросло количество туров в страну, некоторые турфирмы даже организовывали в Казахстан специальный «Борат-тур». Такой эффект от продукции киноиндустрии в эпоху развития медиатехнологии и Интернета оказался в фокусе внимания исследователей маркетингового подхода к публичной дипломатии и национального брендинга.

Действительно, отсутствие институциональных основ публичной дипломатии Казахстана не может способствовать эффективному прикладному применению данного феномена, однако стоит отметить большой потенциал республики в этой области, сформированный рядом его крупных международных и внутригосударственных инициатив. Из них стоит отметить:

* инициативу о проведении Совещания по взаимодействию и мерам доверия в Азии;
* реализацию инициативы Казахстана по проведению Международного межконфессионального форума «Съезд лидеров мировых и традиционных религий» (СЛМТР), который регулярно проходит в Астане и называется казахскими политическими де- ятелями важнейшим институтом глобальной «духовной дипломатии»;
* проведение исторического саммита ОБСЕ в Астане в 2010 г.;
* идею и запуск коммуникативной площадки «G-Global» в 2012 г. с целью объединения усилий всех в деле создания справедливого и безопасного миропорядка;
* проведение заседания Берлинского евразийского клуба в Астане в 2014 г.;
* объявление о «Стратегии “Казахстан-2050”: новый политический курс состоявшегося государства», ставящей задачу вхождения Казахстана в число тридцати самых развитых государств мира;
* активную позицию как посредника при урегулировании украинского и сирийского кризисов.

В формировании опыта казахстанской публичной дипломатии отметим также значительную роль участия в мероприятиях на площадках «тюркского мира» и ежегодных встречах в рамках Всемирного тюркского форума. В повестке последнего в течение ряда лет все чаще поднимается тематика культурной и общественной дипломатии.

Немаловажно образовательное направление публичной дипломатии, хотя его масштабы по части привлечения иностранных студентов государственными грантами остаются незначительными. В 2016 г. более 100 иностранных студентов получили грант на обучение в Казахстане, тем не менее, объявлено о планах по увеличению аналогичных программ для иностранных студентов. В вузах Казахстана в 2015 г. обучалось более девяти тысяч иностранных граждан, что делает республику вторым (после Киргизии) в Центрально-Азиатском регионе по этому показателю.

Обращает на себя внимание международная стипендия Президента РК «Болашак», которая позволяет гражданам Казахстана получить образование в лучших университетах за рубежом с обязательным условием успешного завершения учебы и дальнейшей работы в Казахстане. Повышению конкурентоспособности и популяризации казахстанского образования призвано открытие в Астане по инициативе казахского президента «Назарбаев университет». В нем преподаватели из ведущих мировых университетов преподают на английском языке. В этой связи отметим потенциал одного из кампусов Университета Центральной Азии (УЦА) в казахском Текели. Учредитель данного филиала, являющегося сестринским агентством Организации Ага Хана по развитию (Aga Khan Development Network — AKDN), называет выбор горного Текели намеренным решением. УЦА назван региональным связующим узлом технологий и инноваций, а возможность его студентов ознакомиться с жизнью своих стран за пределами столиц «поможет сформировать поколение будущих лидеров, которые одинаково хорошо знакомы как с космополитизмом и международными точками зрения, так и с местной спецификой региона». Последний пример можно назвать фактическим использованием Казахстаном ресурсов НПО в сфере образования или потенциальной возможностью для осуществления успешной публичной дипломатии и усиления «мягкой силы».

На текущем этапе становления публичной дипломатии Казахстана хотелось бы выделить масштабность и креативность инициатив, воспринимаемых с интересом на международной арене.