Павлова Т.С.,
Шамраєва В.М.

Інструменти публічної дипломатії США

УДК 327

Павлова Т.С.,
магістрант кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Шамраєва В.М.,
доктор політичних наук, доцент, професор кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Стаття присвячена дослідженню особливостей основних інструментів публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки у процесі реалізації зовнішньої політики та специфіки їх практичного втілення. Особлива увага приділялася ролі технічного прогресу та інформатизації світового простору в еволюції шляхів втілення публічної дипломатії США.
Ключові слова: *публічна дипломатія, суспільство, міжнародні відносини, зовнішня політика, негативний імідж, національні інтереси, інформаційні програми, програми обміну, цільова аудиторія, цифрові технології.*

Статья посвящена исследованию особенностей главных инструментов публичной дипломатии Соединенных Штатов Америки в американской внешней политике и специфики их практического функционирования. Особое внимание уделяется роли технического прогресса и информатизации мирового пространства в эволюции способов осуществления публичной дипломатии США.
Ключевые слова: *публичная дипломатия, общество, международные отношения, внешняя политика, негативный имидж, национальные интересы, информационные программы, программы обмена, целевая аудитория, цифровые технологии.*

The article is devoted to the study of the peculiarities of the main instruments of the United States public diplomacy in foreign policy and the specifics of their implementation. Particular attention was paid to the role of technical progress and informatization of the world's space in the evolution of ways of embodying US public diplomacy.
Key words: *public diplomacy, society, international relations, foreign policy, negative image, national interests, information programs, exchange programs, target audience, digital technologies.*

Публічна дипломатія Сполучених Штатів Америки як провідного міжнародного актора є актуальним питанням для керівництва практично всіх країн світу, оскільки саме поняття публічної дипломатії містить у собі зусилля і практичні заходи уряду США, спрямовані на доведення та пояснення світовому співтовариству американської зовнішньої політики. Найбільш суттєвим аспектом досліджень у сфері публічної дипломатії США є її інструменти. Тобто для розуміння механізму функціонування публічної дипломатії необхідно виявити головні шляхи та засоби її здійснення.

Публічна дипломатія Сполучених Штатів, як і будь-якої іншої держави, має безліч інструментів, що конкурують між собою щодо своєї ефективності в досягненні національних та багатосторонніх зовнішньополітичних цілей. Сьогодні засоби цієї зовнішньополітичної діяльності розглядаються керівництвом, правлячою елітою і громадськістю США як досить ефективні інструменти просування американської зовнішньої політики і державних інтересів на міжнародній арені.

Підбиваючи підсумок вищесказаного, можна з упевненістю сказати, що така тема, як інструменти публічної дипломатії США є, безперечно, актуальною в сучасній політології міжнародних відносин.

Питання публічної дипломатії, практичних засобів та механізмів її втілення правлячою елітою Сполучених Штатів Америки розглядається у наукових працях (як спеціальних, так і більш загального характеру) таких науковців: Манжуліної О.А., Сосніна О.В., Торкунова А.В., Кохена Б.С., Ростамі Н., Кенон Х., Метью С.

У результаті проведеного аналізу стану наукової розробки обраної проблематики у вітчизняній та закордонній політології міжнародних відносин автори визначили мету – виокремлення та аналіз основних інструментів здійснення публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки в їх міжнародній діяльності.

Високий рівень розвитку США в сфері інформаційних технологій (ІТ) дає їм можливість формувати, імплементувати та посилювати політичну, економічну, фінансову, технічну перевагу, впливати на міжнародну громадськість та нав'язувати своє бачення ситуації більшості акторів сучасних міжнародних відносин.

Програми публічної дипломатії США переважно створюються для реалізації в засобах масової інформації (далі – ЗМІ). Віртуальна дипломатія стала важливою альтернативою традиційному функціонуванню системи дипломатичної діяльності сучасної держави. Таким чином, ступінь, в якій ІТ може допомогти урядам досягти своїх зовнішньополітичних цілей, стає предметом все більшої уваги аналітиків та науковців у всьому світі. Знання техніки управління ЗМІ, людської психології, громадської думки і культури, вміння створювати імідж і лобіювати інтереси – все це є необхідним для формування актуальних повідомлень і отримання найкращого результату від заходів публічної дипломатії [19].

Основним видом діяльності спеціалістів публічної дипломатії є робота з пресою, тобто участь в інтерв'ю, брифінгах і прес-конференціях з метою донесення до громадськості зарубіжних країн офіційної точки зору Вашингтону з приводу окремих

питань міжнародної діяльності та американської внутрішньої політики, а також формування відповідей на питання, що цікавлять зарубіжні та національні ЗМІ [7].

Американський уряд використовує певні методи впливу на громадську думку, намагаючись сформувати сприятливий клімат для того, щоб отримати найбільш можливу підтримку суспільства під час розробки та реалізації будь-яких політичних кроків та заходів як у внутрішній політиці, так і на міжнародній арені. Через ЗМІ постійно привертається увага громадськості до певного питання до того моменту, поки дана проблема не починає сприйматися актуальною і найбільш значною, або поки пропоновані США заходи не починають вважатися необхідними серед широких кіл американського населення.

Уряд США зробив великий внесок у розвиток публічної дипломатії, відкривши у Вашингтоні, Нью-Йорку і Лос-Анджелесі прес-центри для надання інформаційних послуг іноземним журналістам, які працюють у Сполучених Штатах на постійній основі, а також тим, що приїжджають у країну на певний строк. Журналісти досить часто звертаються до таких структур та мимоволі дотримуються порад офіційних представників США щодо вибору новинного контенту для висвітлення в ЗМІ [10].

Одним із головних завдань посольств та інших дипломатичних представництв США за кордоном є донесення офіційної позиції Сполучених Штатів за допомогою преси та налагодження комунікації з місцевими видавництвами і ЗМІ. Відносини дипломата і журналіста грають значну роль у сприятливому поданні публіці політичної інформації [4, с. 29]. У функції аташе по роботі з пресою входить не просто поширення прес-релізів і статей, а й попередній аналіз місцевих ЗМІ з метою окреслення подальших практичних кроків по роботі з ними.

У Держдепартаменті Офіс міжнародних інформаційних програм (далі – ОМІП) підтримує комунікацію з іноземними журналістами та громадянами щодо пріоритетів політики США. Для виконання цієї місії ОМІП використовує технології цифрової комунікації для охоплення цільової аудиторії на різних платформах – від традиційних форм комунікації до нових медіа-каналів. Незалежно від того, відбуваються комунікації особисто чи у віртуальному просторі, головне завдання бюро полягає в тому, щоб зв'язати людей з політикою шляхом діалогу, який є доречним і зрозумілим. На додаток, до поточних програм ОМІП бюро розробляє та реалізує спеціальні комунікаційні кампанії з актуальних проблем міжнародних відносин та американської зовнішньої політики, що відповідають новим актуальним питанням у цій сфері. У розпорядженні ОМІП є можливості Інтернет, видавництва, інформаційні центри для спілкування з представниками ЗМІ, з членами урядів, лідерами громадської думки і з підростаючим поколінням в багатьох країнах. Бюро відповідає за вплив на американське суспільство і зарубіжну аудиторію та інформування іноземних громадян про політику США [5].

Офіс міжнародних інформаційних програм Держдепартаменту дійшов висновку, що на сучасному етапі розвитку американська дипломатія повинна налагоджувати комунікацію з іноземною публікою так само вміло, як і з іноземними урядами. У випадку необхідного звернення до потрібних людей у правильний момент з правильним посланням гарантується більш ефективне проведення зовнішньої політики. А від здатності інформувати громадськість інших країн про політику США залежить можливість вирішення міжнародних конфліктів різних форм та інших питань у сфері підтримки світового економічного зростання і розвитку міжнародних відносин [13].

ОМІП посідає важливе місце у здійсненні публічної дипломатії США та складається з трьох бюро: бюро тематичних програм, географічного бюро та бюро інформаційно-технологічних служб. Бюро тематичних програм займається питаннями політичної та економічної безпеки, демократії та прав людини й американського суспільства, культури і цінностей. Географічне бюро розробляє специфічну продукцію та надає послуги з реалізації програм у певному регіоні світу. Бюро інформаційно-технологічних служб розробляє комп'ютерні програми для акторів публічної дипломатії США, а саме: заступника держсекретаря, ОМІП, бюро освітніх і культурних програм, а також відділів преси та культури посольств США [2].

Діяльність ОМІП регулюється Держдепартаментом, проекти створюються разом із дипломатичними місіями і федеральними агентствами. ОМІП безпосередньо приймає участь у розробці стратегій публічної дипломатії та у виборі найкращих інструментів для досягнення певних інформаційних цілей.

Перекладом політичної літератури американських авторів, її виданням і поширенням по всьому світу також займається ОМІП. Ним же реалізується програма виїзних лекторів, де обговорюються теми, запропоновані американськими посольствами [6].

Офіс міжнародних інформаційних програм кожний місяць випускає видання електронних журналів: «Зовнішня політика США», «Економічні перспективи», «Питання демократії», «Глобальні проблеми» і «США: суспільство і цінності». Вони публікуються англійською мовою, але також доступні на веб-ресурсі в перекладі на іспанську, португальську, російську та французьку мови [14].

Одним із перших зусиль, спрямованих на використання однобічних електронних засобів

для публічної дипломатії, став «Вашингтонський файл», цифровий правонаступник «Бездротового файлу», який протягом XX століття був основою публічної дипломатії США. Потім у 2008 році була створена нова цифрова платформа «America.gov» для розповсюдження інформації про політику англійською та іншими мовами. Але в 2011 році, зважаючи на підйом таких інструментів соціальних мереж, як Facebook і Twitter, Державний департамент призупинив роботу America.gov і лише зберігав його як архівний сайт [17].

Держдепартамент щорічно видає понад 300 власних публікацій. Зовнішньополітичне відомство США користується великою кількістю інструментів для ознайомлення з американськими цінностями, з ціллю продемонструвати іноземній публіці політику своєї держави. Стає можливим посилення Відділу міжнародних інформаційних програм за допомогою інтеграції телевізійної мережі американських посольств і зарубіжних прес-центрів в усі інформаційні операції.

На сучасному етапі силовий спосіб вирішення міжнародних проблем поступається місцем інструментам фінансового, інформаційного і культурного впливу. Саме розвиток інформаційного середовища держави є показником її лідерства на міжнародній арені. США працюють над створенням глобального інформаційного простору, що надає їм можливість максимального охоплення світової аудиторії. Лідерство американських ЗМІ на міжнародній арені вже сьогодні сприяє глобальному поширенню саме американської версії подій у світі [3].

На рівні сучасного технічного розвитку інститути публічної дипломатії не обходяться без інформаційних технологій. Інформаційна перевага стає одним із найважливіших елементів успішної діяльності на міжнародній арені і американські дипломати мають цю перевагу.

Відкритість дипломатії змінює вимоги до сучасного американського дипломата, від якого очікується володіння не тільки навичками роботи у виконавчій владі, а й ораторським мистецтвом, умінням виступати публічно, працювати зі ЗМІ та громадськістю. Для ефективної зовнішньої політики держави необхідним є високий ступень суспільної підтримки, тож дипломат має бути готовим пояснити і виправдати політику свого уряду перед народом. Телебачення є сучасним методом впливу, що дозволяє впливати на публіку, а отже, дипломат повинен вміти використовувати технологічні можливості. Американські дипломати обов'язково володіють мистецтвом медіа-презентації, завдяки якому можна поліпшити імідж країни за кордоном перед найбільшою кількістю глядачів, а також пояснити дії адміністрації [4].

У Держдепартаменті радіомовлення вважається однією з найголовніших галузей публічної дипломатії, яка представляє собою групу телевізійних і радіомовних каналів, серед яких особливе місце займає радіо Голос Америки (ГА), що віщає на 53 мовах. ГА має в своєму розпорядженні майже 900 станцій, сайти в Інтернет і супутникову трансляцію. Також слід зазначити радіостанцію МЕРН (MERN – Middle East Radio Network), цільова аудиторія якої – держави Близького Сходу, телевізійну службу Уорлднет, яка представляє досягнення американської культури, історії, науки і техніки в 80 країнах світу, Радіо та Телеканал «Марті», створені для трансляції на Кубу новинних, аналітичних та розважальних програм іспанською мовою, Радіослужба «Вільна Європа»/«Радіо Свобода» (РСЕ/РС), націлена на слухачів Центральної Європи і країн колишнього Радянського Союзу, Радіо «Вільна Азія», яке передає новини внутрішньої та зовнішньої політики США на 10 мовах в Китаї, на Тибеті, в Бірмі, у В'єтнамі, Північній Кореї, Лаосі, Камбоджі та Радіо Сава, яке замінило радіо «Голос Америки» в арабських країнах [11; 15].

Радіо залишається важливим джерелом інформації для громадян багатьох країн, хоча величезна кількість людей по всьому світі віддає перевагу телебаченню, однак радіо потребує менших фінансових витрат і здатне охопити більшу аудиторію.

Важливим інструментом публічної дипломатії США стали Відеоновини, які висвітлюють події американського політичного різних рівнів та сфер. Відеоновини передаються по телемережі американських посольств в усі місії США за кордоном, після чого дипломати розповсюджують цей матеріал в місцевих ЗМІ.

Слід зазначити, що в багатьох країнах, що розвиваються, практично повністю відсутнє місцеве телебачення, оскільки є більш дорожчим, ніж запропоновані американські програми високої якості. Таким чином, більша частина передач сезону на місцевому каналі країни, що розвивається, може складатися виключно з американських програм різного характеру (новинний контент, розважальні програми, серіали, фільми і т. д.).

Телебачення досягло глобального рівня, особливо теленовини. Розвиток та глобалізація Інтернету вражає ще більше. Жодні ЗМІ не зростали такими темпами. На сьогоднішній день урядові веб-сайти відіграють важливу роль у поширенні інформації.

Таким чином, можна зазначити, що головними інструментами зовнішньої політики США (її інформаційного забезпечення) є телебачення, радіомовлення та Інтернет. Інформаційні кампанії Сполучених Штатів Америки вражають своєю масштабністю і блискучою організацією та ефективністю реалізації. Найчастіше всі ЗМІ узгоджено говорять на одну тему, звертаючись за думкою до авторитетних особистостей, що свідчить про те, що інформаційні кампанії Сполучених Штатів Америки мають масштабний рівень впливу та злагоджено функціонуючу організацію [12].

Для регулярного спілкування з цільовою аудиторією за підтримки Відділів преси та культури американських дипломатичних представництв створюються інформаційні центри, відомі як Американські центри та Американські куточки. Крім надання інформації про США та виконання довідкових запитів, Куточки і Американські центри виконують функції координаційних центрів для випускників обмінних програм уряду США і займаються популяризацією американської культури за допомогою показу фільмів, проведення виставок і реалізації культурних програм [8].

При посольствах і консульствах США відкрито Центри інформаційних ресурсів, які координують роботу Американських куточків у певному регіоні. Інформаційні ресурсні центри (IRC) Посольств Сполучених Штатів мають мету служити тим, хто потребує дослідницьких, довідкових та документаційних послуг щодо сфери зовнішньої та внутрішньої політики США. Збільшення кількості Американських центрів та куточків підтверджує те, що Держдепартамент розглядає публічну дипломатію як програму, спрямовану на широкі верстви населення.

Програми освітнього обміну США на урядовому рівні вважаються найефективнішим інструментом публічної дипломатії, що сприяє стабільності та просуванню американських ідеологічних настанов в інших країнах. Міжнародні освітні обміни також сприяють зростанню торгівлі та розширенню наукових знань, встановлюючи і підтримуючи зв'язки між науковими та дослідними центрами [1].

Держдепартамент США реалізує на сьогоднішній день велику кількість різноманітних академічних програм, найвідомішою з яких є програма Фулбрайт для вчених, магістрантів, аспірантів, і викладачів вузів, яка проводиться більш ніж у 140 країнах світу. Учасники цієї програми – нобелівські лауреати, власники Пуліцеровської премії, губернатори, прем'єр-міністри, глави держав, видатні вчені, діячі культури і керівники найбільших компаній. Крім цієї програми, США пропонує такі програми, як: «Молоді лідери», програми підвищення професійного рівня для викладачів англійської мови та країнознавства, програма професійного обміну «Іноземний гість», програми у сфері студентської мобільності тощо [9].

Слід зазначити, що після завершення програм обміну їх учасникам пропонуються різноманітні семінари, додаткові програми підвищення кваліфікації, а також надаються переваги в отриманні державних грантів [15].

Програми обміну спрямовані не тільки на розширення знань про США, встановлення зв'язків між науковими центрами і створення сприятливого іміджу країни на міжнародній арені, а ще й на те, щоб залучити у країну молодих, енергійних і талановитих людей. Однак, незважаючи на ефективність програм обміну в сфері публічної дипломатії, слід відзначити, що отримання освіти в США не гарантує лояльність до американського уряду з боку колишнього учасника подібної програми [16].

Важливою частиною стратегії зовнішньої політики США є орієнтування на майбутніх політичних фігур та лідерів. Саме програми обміну дозволяють просувати дану стратегію публічної дипломатії, яка націлена на отримання результату, орієнтованого на майбутнє. Сьогодні програми обміну – це інвестиції у зовнішню політику США майбутнього.

Проаналізувавши основні інструменти, шляхи та механізми реалізації публічної дипломатії, слід зробити висновок, що у розпорядженні американської публічної дипломатії є безліч інструментів, таких як: ЗМІ, робота з пресою, американські центри за кордоном, міжнародні програми обміну тощо. Ці інструменти публічної дипломатії конкурують один з одним з приводу своєї ефективності в досягненні довгострокових або короткострокових зовнішньополітичних завдань.

Публічна дипломатія сприяє встановленню зв'язків між американським народом і рештою світу, нагадуючи різним групам населення про те, що вони мають спільні інтереси й цінності. Інструменти публічної дипломатії включають: спілкування між людьми, програми експертів-доповідачів, художні та культурні заходи, книги та літературу, радіомовлення і телебачення, Інтернет. На даному етапі всі інститути публічної дипломатії США активно використовують новітні технології. Уряду США рекомендується інвестувати кошти в розвиток і вдосконалення науки про соціальні мережі й використання комп'ютерів. Хоча ці інструменти не можуть забезпечити домінування урядових повідомлень США як в середині країни, так і за кордоном, але вони можуть надати фахівцям публічної дипломатії перевагу на міжнародній арені. Інформаційні центри є ефективним втіленням публічної дипломатії і, враховуючи витрати, є досить вигідними в порівнянні з іншими інструментами, а американська адміністрація на даному етапі продовжує активно розвивати цей напрям. Такі інструменти, як програми обміну виконують кілька завдань: розширення знань, ознайомлення з державними інститутами США, освітніми нормами, політичними, економічними і соціальними засадами, функціонування програм обміну, які стимулюють розвиток, встановлюють зв'язок, професійні та особисті відносини, а також сприяють зміні закордонної громадської думки у кращу сторону щодо США. С точки зору Сполучених Штатів телебачення, радіомовлення і робота з друкованими ЗМІ протягом довгого періоду вважається найважливішим інструментом публічної дипломатії, що дозволяє створити сприятливу атмосферу за кордоном, підготувати громадську думку, а також вирішити політичні, економічні та ідеологічні проблеми. Підсумовуючи

дану публікацію, можна зазначити, що публічна дипломатія є ефективним інструментом реалізації національної зовнішньої політики. Водночас нерозкритими залишається багато аспектів та інструментів, тому на увагу науковців заслуговує подальший аналіз цифрових інструментів публічної дипломатії та їх вплив на громадську свідомість у міжнародному просторі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Манжулина О.А. Инструменты современной публичной дипломатии США / О.А. Манжулина. // American Studies. – 2014. – № 6. – С. 118.

2. Манжулина О.А. Развитие современной публичной дипломатии США / О.А. Манжулина. // СПбГУ. – 2004. – № 6. – С. 26–34.

3. Соснін О.В. Сучасні міжнародні системи та глобальний розвиток / О.В. Соснін, В.Г. Воронкова, О.Є. Постол. – Київ : Центр навчальної літератури, 2015. – 556 с

4. Торкунов А.В. Современные международные отношения / А.В. Торкунов. – М. : РОССПЭН, 2001. – 584 с.

5. Bureau of International Information Programs. U.S. Department of State [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.state.gov/r/iip/

6. Challenge of Improving U.S. Image Abroad// Washington File. – 31 October, 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://usinfo.state.gov

7. Cohen B. C. The press and foreign policy / B.C. Cohen. – California : Princeton University, 1963.

8. Dunn D.D. Public Officials and the Press / Dunn. – Mass : Addison-Wesley, 1969. – 208 с.

9. Fulbright U.S. Student Program [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://us.fulbrightonline.org/about/fulbright-us-student-program

10. Kennon H. U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues / H. Kennon, C. Matthew, 2009. – 70 с.

11. Public Law 98-111. 22 U.S.C. 1465 et seq. Broadcasting to Cuba Act of 1983 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/c7c 107: ./temp/~c 107yx9GJA

12. Rostami N. PUBLIC DIPLOMACY; TOOLS OF POWER IN FOREIGN POLICY / N. Rostami. // Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review. – 2014. – № 10.

13. Tag Archives: Bureau of International Information Programs [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://diplopundit.net/tag/bureau-of-international-information-programs/

14. The Office of International Information Programs. Public Diplomacy Worldwide. U.S. Dept. of State [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://2001-2009.state.gov/r/iip/

15. The Voice of America [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.usa.gov/federal-agencies/voice-of-america

16. Trost K. Academic Exchange: A Pillar of American Public Diplomacy / K. Trost, M. Wallin. – ASP, 2013.

17. Washington File [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://usinfo.state.gov/usinfo/products/washfile.html. 23.04.2004.