



*На правах рукописи*

A handwritten signature in black ink is positioned to the right of the text 'На правах рукописи'. The signature is stylized and appears to consist of several overlapping loops and lines.

**ГАЛУМОВ АЛЕКСАНДР ЭРАСТОВИЧ**

**ОПЫТ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА  
ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 23.00.04 –

политические проблемы международных отношений,

глобального и регионального развития

**Автореферат**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

Москва-2012

**1 8 ОКТ 2012**

Диссертация выполнена на кафедре сравнительной политологии факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова.

**Научный руководитель:** доктор политических наук, профессор  
**Манойло Андрей Викторович**

**Официальные оппоненты:** **Задохин Александр Григорьевич**  
доктор политических наук, профессор,  
Дипломатическая академия Министерства иностранных  
дел Российской Федерации, профессор кафедры  
политологии и политической философии

**Модестов Сергей Александрович**  
доктор политических наук, доктор философских наук,  
профессор, Управление  Президента Российской  
Федерации, главный советник информационно-  
аналитического департамента по вопросам  
государственной службы и кадров

**Ведущая организация:** Финансовый Университет при Правительстве Российской  
Федерации

Защита состоится «07» ноября 2012 г. в 15:00 часов на заседании  
Диссертационного совета по политическим наукам Д 501.001.47 при Московском  
государственном университете им. М.В. Ломоносова по адресу: 119191, Москва,  
Ломоносовский проспект, дом 27, корпус 4, ауд. Г-624.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале Отдела диссертаций  
Фундаментальной библиотеки МГУ им. М.В. Ломоносова (сектор «А», 8-й этаж, к. 812)  
по адресу: Москва, Ломоносовский проспект, дом 27.

Автореферат разослан «07» ноября 2012 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета,  
кандидат философских наук,  
доцент



Демчук Артур Леонович

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность** темы настоящего исследования обусловлена следующими факторами.

Во-первых, современные условия глобального развития таковы, что в процессе принятия политического решения все больше учитываются не только реальные факты, но и субъективные представления и образы. Имидж государства и его восприятие на международной арене приобретает значимую роль, а формирование имиджа становится важным направлением государственной политики. Стремительное развитие электронных средств массовой информации и коммуникации создало возможность активного и оперативного внедрения в массовое сознание мифов и ценностей с целью как дезориентации населения, так и формирования у него нужных восприятий.<sup>1</sup> По мнению П. Бурдьё,<sup>2</sup> в современном мире социальная иерархия обеспечивается не только на основе распределения материальных ресурсов, но и во все большей степени на основе распределения ресурсов символических. Эффективность политики формирования позитивного образа государства обуславливается учетом в ходе его конструирования информационных, политических, социальных, культурных, экономических и других потребностей и интересов целевых общественных групп внутри страны и за рубежом, их переменных (текущих) и постоянных представлений о государстве, образов-архетипов, мифов, содержащихся в общественном сознании аудитории.<sup>3</sup>

Во-вторых, в условиях глобализации повышается значимость невоенных методов и информационных технологий во внешней политике и управлении современными политическими процессами, а государство утрачивает свою абсолютную властную монополию в международных политических процессах. Учитывая повышение роли имиджа государства и иных акторов международных отношений в политических процессах, научный интерес к проблеме формирования имиджа средствами публичной дипломатии на международной арене возрос в последние десятилетия<sup>4</sup> в связи с тем, что представилась возможность по-новому взглянуть на информационно-коммуникационную

<sup>1</sup> Кассирэр Э. Техника современных политических мифов. - Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. - 1990. - № 2.

<sup>2</sup> Бурдьё П. Социология политики. Пер. с фр. М., 1993; Бурдьё П. Социальное пространство и генезис классов. - Вопросы социологии. 1992. Т.1. № 1. С. 17-36; Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть. Thesis. 1993. № 2.

<sup>3</sup> Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа российского государства (Теоретико-методологические и прикладные аспекты политологического анализа) Автореф. дисс. д.п.н. - М. 2010.

<sup>4</sup> Зонва Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития, М., 2003. С. 141 - 145; Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М. - Киев. 2000; Паршина Е.В. Роль и место публичной дипломатии в формировании имиджа государства (политологический анализ на опыте США и СССР/РФ). Автор. Дисс. На соиск. Уч. Ст. к.п.н. СПб. 2005; Зыгарь М. Любвью к Америке займется другая женщина. Д. Буш назначил нового ответственного за имидж США - Маргарет Тутвайлер. - Коммерсантъ. 2003. 17.10; Кононенко В. А. Создать образ России? - Россия в глобальной политике. 2006. № 2; и др.

область деятельности государства. Термин «публичная дипломатия» имеет разные трактовки, но все они сводятся к двум основным: дипломатия, осуществляемая негосударственными акторами международных отношений, и дипломатия, объектом воздействия которой является, в первую очередь, общественное мнение иных стран.

В-третьих, возрастает значимость таких субъектов международных отношений, которых Дж. Розенау называл «акторами вне суверенитета» – неправительственных организаций, политических партий и движений, транснациональных институтов – ТНК и международных правительственных организаций.<sup>5</sup> Система отношений «акторов вне суверенитета» становится самостоятельным фактором развития международных отношений. Структура и правила функционирования такой системы начинают играть более важную роль, чем даже самые влиятельные традиционные акторы мировой политики, особенно в рамках деятельности публичной дипломатии.

В-четвертых, всплеск интереса к опыту формирования позитивного имиджа государства, которому в Российской Федерации в постсоветский период уделялось недостаточно внимания, приходится на последние годы.<sup>6</sup> Опыт других государств и акторов международной политики может быть воспринят и Россией, которая стала восприниматься на Западе как экономически слабая страна, с коррумпированным правительством и нищим населением, и можно сказать, покинула ряды влиятельных на международной арене держав.<sup>7</sup>

В-пятых, Россия стремится принимать активное участие в интеграционных процессах на всем европейском континенте, в связи с чем требуется учитывать характер функционирования институтов ЕС в целом (как наднационального образования) и субъектов публичной дипломатии ЕС в частности. Исследование объектов и направлений деятельности публичной дипломатии ЕС необходимы для эффективного формирования политики России в отношении Европейского Союза и налаживании контактов с его институтами на официальном и неофициальном уровнях. Актуальное инкорпорирование международного политического инструментария в российский дискурс не может быть произведено без опоры на результаты сравнительных политических исследований.

**Степень разработанности проблемы.** При исследовании современных концепций, моделей и технологий публичной дипломатии ЕС в России и других странах мира автор опирался на значительный массив исторических документов, нормативных правовых актов, научных публикаций и справочных материалов в области российской, европейской и мировой политики, теории международных отношений, дипломатии,

<sup>5</sup> Rosenau J. The Scientific Study of Foreign Policy. - N.Y., 1971; Rosenau J. Turbulence in World Politics: a Theory of Change and Continuity. - Harvester Wheasheaf. 1990.

<sup>6</sup> Гаджиев К.С. Имидж как инструмент культурной гегемонии. - Мировая экономика и международные отношения (Москва). - 2007. № 12; Бондарева Л. В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США. Дисс. на соиск. уч. ст. к.п.н. М., 2007.

<sup>7</sup> Коломенский М. А. К вопросу о формировании внешнеполитического имиджа современной РОССИИ. - Власть (Москва). - 2008.03.04. С.83 - 84.

сравнительной политологии, политической социологии и психологии, международного права, политической конфликтологии. В целом все их можно разбить на три основные группы.

**К первой группе** источников относятся официальные и рабочие документы Европейского Союза, Европейской комиссии, регламентирующие деятельность действующих законодательных и исполнительных органов ЕС в сфере организации и проведения программ публичной дипломатии и коммуникаций, а также взаимодействие других акторов ЕС, включая институты стран-членов ЕС, в процессе коммуникации и доведения информации до аудиторий внутри ЕС и за его пределами. В них сформулированы концептуальные основы и приоритеты публичной дипломатии и коммуникации ЕС в процессе формирования положительного образа ЕС в целом, в том числе в России.<sup>8</sup>

**Ко второй группе** источников относятся работы отечественных и зарубежных авторов, исследовавших аспекты мировой политики и международных отношений, дипломатического искусства и информационной политики в призме межкультурных политических, дипломатических и общественных связей различных государств, в том числе различные аспекты имиджа государства. Их можно разделить на несколько основных подгрупп.

К первой из них можно отнести работы отечественных ученых, посвященные исследованию проблемам формирования имиджа в мировой политике, имиджологии, массовой и политической коммуникации. Среди них А.Агеносов, В.Ачкасов, О. Березкина, А.Власов, А.Волков, Э. Галумов, В.Гончаров, Б.Грушин, К.Гусев, Е.Егорова-Гантман, Т.Лебедева, А.Малышев, Г.Марченко, И.Минтусов, Л.Постникова, Г.Почепцов, М.Рыбакова, И.Смирнова, А.Соловьев, А.Федякин, В.Феклюнина, Е. Фролов, П.Цыганков, И.Шабалин, Ф.Шарков, Е.Шмелева и др.

Ко второй из них можно отнести работы преимущественно зарубежных авторов, заложивших основы для направления исследования международных отношений, сфокусированного на трудностях интеркультурной, интернациональной коммуникации на неправительственном уровне. Основой этого направления послужила теория Ф.Броделя, который рассматривал целостность истории в контексте «мир-системного анализа».<sup>9</sup> Такой взгляд на структуру международных отношений сделал возможным, чтобы теория публичной дипломатии впоследствии стала частью системы

<sup>8</sup> Европейский союз и Россия. – М.: Представительство Европейской Комиссии в России, 2005; ЕС – Россия: партнерство в человеческом измерении. – М.: Представительство Европейской Комиссии в России, 2007; COM(2004) 196 final Brussels, 20.4.2004.; COM(2001)354 Brussels, 27.6.2001; COM(2002) 350 final Brussels, 2.7.2002, Brussels, COM(2005) 494 final Brussels, 13.10.2005; Action Plan: SEC (2005) 985 final, 20 July 2005 Brussels; COM(2006) 35 final Brussels, 1.2.2006 WHITE PAPER ON A EUROPEAN COMMUNICATION POLICY, European Commission Communications Strategy for Enlargement, Brussels, May 2000, SEC 737; European Commission. Global Assessment Report on Implementation of the Communication Strategy for Enlargement, Brussels, 2004; Green Paper on Practical Arrangements for the Introduction of the Single Currency (COM 1995, 333).

<sup>9</sup> Бродель Ф. Время мира. Пер с фр. М., 1991.

международных отношений. Французская политическая мысль - в лице Р.Арона и Р.Дебре<sup>10</sup> - с ее идеями о растворении реальности в символической реальности<sup>11</sup> обосновала возможность информационных войн, а разработка инструментария системы воздействия на сознание институциональных представителей другой культуры стала возможной благодаря работам М.Дж.Сенделя, С.Смита, С.Крокера, Р.Тукера, хотя эти авторы еще не употребляли термина «публичная дипломатия». Истоки публичной дипломатии лежат в осознании того, что разные культуры отделены друг от друга непониманием. Парадигма, известная как концепция цивилизаций (Н.Данилевский, О.Шпенглер, А.Тойнби, П.Сорокин, С.Хантингтон), указывает на ключевую роль цивилизационного фактора и взаимную несводимость, разнокачественность жизненных стилей. Для понимания объективных причин возникновения публичной дипломатии потребовались соответствующие исследования международных отношений в идиографической системе координат, исследования текстуального взаимодействия различных культур,<sup>12</sup> в том смысле, в каком оно трактовалось герменевтикой.<sup>13</sup>

**К третьей группе источников относятся работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные исследованию непосредственно публичной дипломатии как автономного процесса в мировой политике и включающие в себя научные работы и публикации в СМИ российских и зарубежных политиков, дипломатов и ученых-международников. Их также можно разделить на несколько основных подгрупп.**

К первой подгруппе можно отнести работы отечественных ученых, занимавшихся проблематикой публичной дипломатии. Среди них Д.Алгульян, Е.Бажанов, Г.Вачнадзе, И.Василенко, В.Вербенко, Э.Галумов, А.Дубинин, Т.Зонова, А.Капто, Ю. Кашлев, В.Мазуров, В.Максименко, О.Манжулина, Л.Матвеева, И.Мелихов, И.Панарин, Л.Панарина, В.Сеидов, Ш.Сеидов, Л.Тихвинский, Л.Фридман, К.Хачатуров, Н.Шувалова, А.Шутов и др. Исследованием непосредственно публичной дипломатией ЕС занимался Ю.Кашлев. Такой тип субъектов публичной дипломатии, как политические партии и движения, изучал Р.Костюк.

Ко второй подгруппе можно отнести работы авторов, заложивших основы понимания публичной дипломатии в мировых политических процессах. Ученым, рассматривающим теоретические основы публичной дипломатии, можно считать Дж.Розенау, который в своей монографии «Научное изучение иностранной политики»<sup>14</sup> обосновал, что нация, национальное государство имеет неопределенную природу, и нужен критерий для определения существования интересов и прослеживания их

<sup>10</sup> Aron R. Paix et guerre entre les nations. Préface à la quatrième édition (1966). – Paris, 1984.

<sup>11</sup> Бурдые П. Социология политики. Пер. с фр. М., 1993; Бурдые П. Социальное пространство и генезис классов. - Вопросы социологии. 1992. Т.1. № 1. С. 17-36; Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть. Thesis. 1993. № 2.

<sup>12</sup> Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семіосоціопсихології. М., 1984.

<sup>13</sup> Гадамер, Г.Г. Истина и метод. Пер. с нем. Общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. — М.: Прогресс, 1988.

<sup>14</sup> Rosenau J. The Scientific Study of Foreign Policy. - N.Y., 1971

присутствия в самостоятельных проявлениях политики. Такие интересы и стали объектом воздействия со стороны публичной дипломатии. Все более активную роль в международной системе играют акторы «вне суверенитета» – транснациональные корпорации (ТНК), международные организации, не только межправительственные, но созданные формирующимся гражданским обществом. Все большую роль при этом в международной системе, согласно Розену, играет международная кооперация. В работе «Мировая политика в движении. Теория изменений и преемственности»<sup>15</sup> Дж.Розену указывал на «становление нового глобального порядка» - кризис традиционных международных отношений, основанных на реалистической парадигме, выход из-под контроля великих держав многих глобальных процессов, несводимость формирующегося миропорядка к межправительственным отношениям; появление новых, неподконтрольных государствам и блокам, «акторов вне суверенитета». Акторами новых, рождающихся на наших глазах международных отношений, стали государства, подсистемы (властные органы внутригосударственного, регионального и местного уровней), ТНК, общественные движения, когорты и др.. По мнению Дж.Розену, контакты в рамках постмеждународной политики осуществляются по-новому. Наряду с первым миром – межправительственными отношениями, складывается второй полицентричный мир, характеризующийся турбулентностью, бифуркационностью, непредсказуемостью.<sup>16</sup> Хотя эти «миры» противоположны, но между ними возникают все новые взаимосвязи и взаимоотношения. Среди авторов, также рассматривающих социальные группы и социальные институты в качестве самостоятельных субъектов международных отношений можно выделить следующих: Э.Хаас, Г.Олмонд, К.Дойч, Дж.Розену, Р.Кизйин, Дж.Най, Ч.Олджер.<sup>17</sup> Специфика их подхода состоит в признании в системе мировой дипломатии не столько снижения роли государств и их союзов, а в сколько констатации факта роста числа и активности внеинституциональных субъектов международных отношений. Упомянутые авторы применяли социологический подход к международным отношениям, привлекая также психологический анализ, то есть они изучали внешнеполитическую психологию «акторов вне суверенитета», хотя и не употребляли слов «публичная дипломатия».

К третьей подгруппе можно отнести работы авторов, уже непосредственно употребляющих термин публичная дипломатия.

<sup>15</sup> Rosenau J. Turbulence in World Politics: a Theory of Change and Continuity. – Harvester Wheatsheaf. 1990.

<sup>16</sup> Там же.

<sup>17</sup> Haas E. The Study of Regional Integration: Reflection on the Joy and Anguish of Pretheoretizing. // International Organisation, Winter, 1970, vol.24, N 4; Almond G. The American People and Foreign Policy. - N.Y.,1949; Deutch K., Edinger L. Germany Rejoins the Power: Mass Opinion, Interest Groups and Elites in Contemporary German Foreign Policy. - Stanford, 1959; Rosenau J. (ed.) Domestic Sources of Foreign Policy. - N.Y., 1967; Rosenau J. International Aspects of Civil Strife. - Princeton, 1964; Rosenau J. National Leadership and Foreign Policy: A Case Study in the Mobilisation of Public Support. - Princeton, 1964; Rosenau J. The Scientific Study of Foreign Policy. - N.Y., 1971; Keohane R. O. and Hoffman St. (eds.) The New European Community. – Boulder, 1991; Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics NY, 2004; Alger C. F. Role of People in the Future Global Order // Alternatives, vol. 4, N 2, 1978.

Большинство авторов, экстраполирующих приемы публичной дипломатии в прошлом, когда такого понятия еще не существовало, понимают термин «публичная дипломатия» в духе Э.Джуллиона, как диалог между частными лицами и негосударственными структурами. В качестве примера такого исследования можно назвать статью А. Бардоса.<sup>18</sup> Ряд авторов, исследующих публичную дипломатию, все-таки понимают ее в той концепции, которая была дана Информационным агентством США, и более того, даже отождествляют публичную дипломатию с деятельностью Информационного агентства США. В самом деле, изучив историю последнего, можно составить полное представление о всем арсенале инструментов публичной дипломатии. Среди литературы такого рода можно назвать работу Л.Богарта «Предпосылки развития пропаганды: деятельность Информационного агентства США во время холодной войны», работу Д.Ная «Парадокс Американской силы», работу Т.Сорензеха «Мировая война: История американской пропаганды», сборник У.Кила «Диалог Америки с миром».

Как представляется, в настоящее время публичная дипломатия трактуется значительно шире. Многие исследователи предлагают подразумевать под публичной дипломатией информационное воздействие на иные страны и их общественное мнение, имеющее, в том числе, свой коммерческий аспект. В качестве примера такой трактовки можно назвать работу Н.Сноу «Пропаганда, Инк.: продажа американской культуры миру».

Подавляющее большинство статей и монографий по современной публичной дипломатии США и Великобритании посвящены совершенствованию информационного воздействия на общественное мнение отдельных акторов международных отношений иных стран с точки зрения лингвистики, психологии, совершенствования кодов восприятия и т. д.<sup>19</sup>

К четвертой подгруппе можно отнести работы авторов, рассматривающих публичную дипломатию в аспекте ее воздействия на внешнюю политическую и общественную среду. Среди них можно выделить следующих: Г.Лассуэлл, С.Эллисон, Н.Клайнен, Б.Мозельски, Б.Смит, Г.Олмонд, Б.Коэн и др.<sup>20</sup> Этим ученым также

<sup>18</sup> Bardos A. Public Diplomacy: An Old Art, A new Profession // Virginia Quarterly Review, Summer 2001 // [http://www.vqonline.org/articles/2001/summer/lardos\\_public7diplomacy](http://www.vqonline.org/articles/2001/summer/lardos_public7diplomacy)

<sup>19</sup> Об этом свидетельствуют обзоры, сделанные Центром публичной дипломатии США Университета Южной Калифорнии <http://uscpublicdiplomacy.com> и Собрание статей по публичной дипломатии Службы по иностранным делам и делам стран Содружества Великобритании (The UK Foreign and Commonwealth Office Collection of Articles on Public Diplomacy)

<sup>20</sup> Lasswell H. Power and Personality. - N. Y., 1948; Allison G. Essence of Decision: Explaining the Cuban Crisis. - Boston, 1971; Clinen N. The Kennedy Neurosis. - N. Y., 1973; Almond G. The American People and Foreign Policy. - N. Y., 1949; Cohen B. The Political Process and Foreign Policy: the Macing of the Japanese Peace Settlement. - Princeton, 1952; Cohen B. The Press and Foreign Policy. - Princeton, 1963; Meudell D. The Japanese People and Foreign Policy: A Study of Public Opinion in Post-Treaty Japon. - Berkley, 1961; Matthews D. The Social Background of Political Decision-Maker. - N. Y., 1954; Sapin B. The Role of the Military in American Foreign Policy. - N. Y., 1954; Rosenau J. (ed.) Domestic Sources of Foreign Policy. - N. Y., 1967; Rosenau J. International Aspects of Civil Strife. - Princeton, 1964; Rosenau J. National Leadership and Foreign Policy: A Case Study in the Mobilisation of Public Support. - Princeton, 1964; Rosenau J. The Scientific Study of Foreign Policy. - N. Y., 1971; Wicker T. Influence of Personality upon Politics. - N. Y., 1968; Deutch K., Edinger L. Germany Rejoins the Power: Mass Opinion, Interest

свойствен социологический подход к рассмотрению системы международных отношений.

К пятой подгруппе можно отнести работы авторов о дипломатии ЕС в целом, которые не акцентировали внимание на проблемах именно публичной дипломатии, но, так или иначе, вынужденно их затрагивали. Среди них Ж.А. Папандреу, П.С. Мюллер, А.Паласио, Ж.Сакеллариу и др.

Однако во всех указанных источниках проблематика публичной дипломатии, имиджа и особенностей развития ЕС не рассматривалась в комплексе и взаимосвязи, и настоящая работа в этом отношении восполняет пробел в изучении публичной дипломатии и имиджа ЕС в целом, и в России в частности.

**Объект исследования:** институт публичной дипломатии в процессе формирования имиджа ЕС в России.

**Предмет исследования:** формы, методы и технологии формирования имиджа Европейского Союза в Российской Федерации, использующие в указанных целях институт европейской публичной дипломатии; политические отношения, возникающие между институтом публичной дипломатии ЕС и внешней средой в процессе формирования имиджа ЕС в России; результаты публичной дипломатии ЕС и их значение для позитивного восприятия Единой Европы в Российской Федерации.

**Хронологические рамки исследования:** от момента подписания Маастрихтского договора (7 февраля 1992 г.), когда Европейский Союз стал не просто экономическим сообществом, но также сообществом политическим, военным, социально-экономическим и валютно-финансовым с политикой входящих в него государств, тождественной на указанных направлениях, по настоящее время.

**Цель исследования:** определить основные результаты и последствия использования инструмента публичной дипломатии в формировании имиджа ЕС в России.

**Задачи, вытекающие из данной постановки цели исследования:**

- выявить сущностные черты европейской публичной дипломатии как инструмента формирования имиджа субъекта международных отношений;
- установить связь между инструментами публичной дипломатии, применяемыми ЕС, и имиджем ЕС за его пределами;

---

Groups and Elites in Contemporary German Foreign Policy. - Stanford, 1959; Snyder G., Paige G. The United States Decision to Resist Aggression in Korea: The Application of an Analytical Scheme. - Evanston, 1958; Snyder R. Some Recent Trends in International Relations Theory and Research; Snyder R. The Nature of Foreign Policy. // Social Sciences, April, 1952, vol. 27; Snyder R. Toward Greater Order in the Study of International Politics. // World Politics, April, 1955; Snyder R., Bruch H., Sapin B. (eds.) Foreign Policy Decision-Making: An Approach to the Study of International Politics. - N.Y., 1962; Snyder R., Furness E. American Foreign Policy. Formulation, Principles and Programs. - N.Y., 1954; Hillsman R. The Foreign Policy Consensus: An International Research Report. // The Journal of Conflict Resolution, 1939, vol. 3, N 4, p. 361-382; Zavadny J. (ed.) Man and International Relations. vol 1-2. - San-Francisco, 1967

- определить эффективность применения форм, методов и технологий публичной дипломатии в формировании позитивного имиджа ЕС в России;
- определить пределы воздействия инструментов публичной дипломатии на формирование позитивного имиджа ЕС в России;
- выявить и сформулировать основные проблемы формирования имиджа ЕС в международной среде средствами публичной дипломатии;
- оценить влияние имиджа ЕС на текущее состояние и перспективы развития связей между ЕС и Россией;
- выработать рекомендации по устранению проблем восприятия образа ЕС в глазах российских граждан и российской политической элиты, связанных с определенными недостатками современных концепций европейской публичной дипломатии.

#### **Теоретико-методологические основы и методы исследования.**

В своем исследовании автор опирается на выводы школ теории международных отношений в рамках традиционалистской, модернистской и социологической парадигм, критикующих политический реализм за его концепцию единого национального интереса. Теоретическую базу настоящей работы составили труды представителей постмодернистской парадигмы теории международных отношений с их положениями о доминировании символической реальности, основанном на интертекстуальной коммуникации в эпоху информационного общества.

Обосновывая цель и выводы исследования, диссертант базируется на общенаучных методах и методологических принципах: анализ и синтез, обобщение, систематизация, классификация, сравнительное сопоставление. В отдельных фрагментах работы использованы научная абстракция, индукция и дедукция, качественный и количественный анализ, метод сравнений и аналогий.

Методологической основой диссертационного исследования является комплекс научных методов: статистический, аналитический, сравнительный, контент-анализ документов.

Информационными источниками настоящей работы явились официальные документы стран ЕС, материалы зарубежной прессы, официальные сайты правительственных учреждений ЕС, специализирующиеся на дипломатии (Единой Внешнеполитической Службы ЕС, Европейской Комиссии и др.), официальные сайты трансевропейских партий, официальные сайты учебных центров (Института публичной дипломатии Университета Джорджа Вашингтона, Центра публичной дипломатии Университета Южной Калифорнии).

**Гипотеза исследования.** В современных условиях глобализации и развития информационных технологий, публичная дипломатия приобретает новое качество: с одной стороны, публичная дипломатия является эффективным инструментом

моментального реагирования и влияния на международные события, с другой – инструментом долгосрочного продвижения национальных интересов государства или иного актора международных отношений во внутренних и внешних политических, экономических и социальных процессах, добиваясь результатов там, где иные методы традиционной дипломатии и воздействия проявляют свою неэффективность. В международных отношениях публичная дипломатия способна вытеснить другие инструменты политического влияния, в особенности, при формировании имиджа государства на международной арене. Институт публичной дипломатии в европейской политике приобретает особую значимость ввиду наличия системного кризиса и неустрашимых внутренних противоречий структуры ЕС. В таких условиях, эффективное использование инструментов публичной дипломатии способно оживить и улучшить имидж ЕС на внутренней и международной арене, и тем самым способствовать продвижению транснациональных интересов ЕС в мире.

**Научная новизна исследования** определяется актуальностью проблемы, обобщениями и выводами, к которым пришел соискатель, их теоретической и практической значимостью:

- выявлением основных предпосылок зарождения идеи публичной дипломатии, объективных причин становления концепции публичной дипломатии в качестве одной из доминирующих теорий, предопределяющих дипломатическую практику.

- исследованием инструментов публичной дипломатии, применяемых «несуверенными субъектами» международных отношений, обычно, ввиду их антинациональной позиции, не рассматривающихся в качестве субъектов публичной дипломатии.

- комплексным рассмотрением проблемы публичной дипломатии транснационального института (ЕС), обладающего неустрашимыми противоречиями национальных интересов внутри себя в силу своей транснациональности и одновременно претензий на роль надгосударственной федерации.

- исследование и концептуализация процесса формирования имиджа государства, осуществляемого негосударственными структурами, заинтересованными, скорее, в собственном имидже, чем в имидже своего государства.

- анализ имиджа ЕС в России произведен на основании источников, не используемых ранее политическими науками и теорией международных отношений.

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Опыт ЕС в формировании своего желаемого имиджа средствами публичной дипломатии, изучение методов и механизмов института публичной дипломатии ЕС можно использовать при создании положительного имиджа России за рубежом, а также для сближения России и ЕС посредством совместного использования публичной дипломатии для формирования и продвижения взаимных привлекательных образов ЕС и РФ на международной арене. Это становится особенно актуальным, учитывая тесные экономические связи ЕС и РФ,

все более глубокое взаимодействие в энергетической сфере. Выводы диссертации могут представлять интерес для работы в системе МИД России, в государственных учреждениях, отвечающих за разработку основ информационной составляющей внешней политики России. Достигнутые результаты могут использоваться при разработке общих и специальных курсов по теории и истории дипломатии, учебных и учебно-методических пособий по этим курсам. Теоретические и методологические положения, содержащиеся в диссертации, могут быть востребованы для дальнейших исследований публичной дипломатии ЕС.

**Основные положения диссертации, выносимые на защиту:**

1) Теоретическими источниками концепции публичной дипломатии является постмодернистская парадигма международных отношений с ее идеями возрастания роли символической реальности в международных отношениях и мировой политике.

2) Публичная дипломатия является одним из эффективных инструментов формирования имиджа не только суверенных государств, но и других участников международных отношений. «Несуверенный субъект» международных отношений может быть субъектом публичной дипломатии и способствовать реализации целей государства и формирующим желаемый его имидж. В целом «несуверенные субъекты» публичной дипломатии ЕС объективно работают на положительный имидж ЕС в целом, в том числе в России.

3) Деятельность публичной дипломатии ЕС разнонаправлена. Ее можно разделить на внутреннюю, то есть направленную на страны-члены ЕС, и внешнюю, то есть направленную на аудитории за пределами стран-членов ЕС. Такая структура деятельности публичной дипломатии ЕС существенно затрудняет формирование положительного имиджа ЕС.

4) Формированию положительного имиджа ЕС препятствуют существующие внутренние противоречия ЕС в силу наличия различных национальных интересов и пониманий общей европейской политики у стран-членов ЕС и в силу неустрашимости противоречий партийных идеологий как выразителей различных групп интересов в самих европейских странах. Однако умелая последовательность использования инструментов публичной дипломатии может создать иллюзию в Европе и за ее пределами, что ЕС в целом устраивает всех, иллюзию стопроцентной социальной базы ЕС во всех странах.

5) Деятельность публичной дипломатии ЕС в России осуществляется в рамках более тесных связей между субъектами публичной дипломатии России и ЕС для создания групп интересов ЕС внутри российского общества и формирования положительного имиджа ЕС в России в рамках информационного воздействия на российское общественное мнение в целом.

6) ЕС заинтересован в России с геополитической точки зрения и как один из важнейших торговых партнеров и основной поставщик энергоресурсов. Ввиду этого

деятельность публичной дипломатии ЕС в России будет осуществляться не только с той же степенью интенсивности, с которой она осуществляется в настоящее время, а скорее всего, будет только интенсифицироваться.

**Структура диссертации** определяется логикой исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии. Библиографический перечень состоит из 339 наименований.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во введении формулируется цель работы, ставятся задачи, вытекающие из постановки цели исследования, определяются объект и предмет исследования, формулируется научная проблема и гипотеза исследования, обосновывается актуальность темы исследования и новизна полученных лично автором научно-исследовательских результатов, теоретическая и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В главе 1 «Публичная дипломатия как инструмент формирования имиджа субъекта международных отношений» обозначены такие цели публичной дипломатии, как: разъяснение и защита целей политики своей страны в терминах, понятных и заслуживающих доверия в восприятии иностранных культур; распространение информации об официальной политике своей страны, своем народе, национальных ценностях и институтах, которые оказывают влияние на официальную политику среди населения иных стран; оказание помощи национальным институтам и гражданам своей страны, действующим за рубежом; изучение восприятия и общественного мнения иных стран с целью оказания информационной помощи национальным официальным акторам внешней политики и усиления эффективности их деятельности.

В соответствии с целями, инструментами публичной дипломатии могут являться такие, как поддержка и создание организаций в иных странах, находящихся в оппозиции к режиму, в том числе издание и распространение литературы, поддерживающей идеологию таких организаций, подготовка их лидеров. Отдельным инструментом публичной дипломатии является активная челночная дипломатия при решении международных проблем. Если понимать под публичной дипломатией деятельность неправительственных акторов международных отношений, направленную на усиление доверия к ним и зависимости от них групп населения иных стран, то примером применения инструментов публичной дипломатии может служить деятельность ТНК в принимающих странах на основании концепции социальной ответственности бизнеса.

Таким образом, инструменты публичной дипломатии могут быть самыми разнообразными в зависимости от профиля негосударственного актора международных отношений, и воздействие на общественное мнение может представлять собой не только манипуляции с сознанием групп населения иных стран, но и реальное вовлечение этих групп во взаимовыгодные долгосрочные отношения. В условиях глобализации

увеличивается влияние неправительственных организаций и современных средств массовой коммуникации (спутниковые каналы связи, интернет), стабильно расширяются многообразные формы гуманитарных контактов. Неправительственные организации (НПО) исследуются с разных позиций, но их можно считать классическим институтом публичной дипломатии.

Исследование связи между глобализацией и перспективами развития публичной дипломатии, или исследование специфики публичной дипломатии в эпоху глобализации позволило сделать следующие выводы.

1. Развитие информационных технологий сделало процессы коммуникации молниеносными и доступными для огромного глобального социума. Становление глобального социума (в том числе в сети интернет) осложняет возможность свободного влияния на общественное мнение со стороны государств как акторов международных отношений. При таких процессах, публичная дипломатия становится особенно актуальной.

2. Все большее влияние на международной арене приобретают «акторы вне суверенитета» в терминах Дж.Розенау, и они становятся основными субъектами публичной дипломатии. Более того, все большее значение приобретают не сами такие субъекты, а структуры их взаимоотношений, не в последнюю очередь структуры ментальные.

3. Несмотря на снижение роли государства как актора международных отношений, необходимо признать что основным «выгодоприобретателем» деятельности публичной дипломатии все же остается государство. Это утверждение заложено в самом смысле понятия публичная дипломатия, как деятельность различных субъектов направленная на налаживание общественных связей с другими странами с целью продвижения внешнеполитических интересов именно государства.

4. Говоря о том, значение инструментов публичной дипломатии интенсифицируются в эпоху глобализации, надо иметь ввиду, что речь идет об усилении средств и инструментов публичной дипломатии только развитых стран. Развивающиеся страны, конечно, тоже практикуют публичную дипломатию, но не в таких масштабах.

Во второй главе «Публичная дипломатия и формирование имиджа ЕС» анализируются проблемы становления и структуру деятельности публичной дипломатии ЕС. Отмечается, что европейская интеграция поставила вопрос о развитии института наднациональной публичной дипломатии. С постановкой подобного вопроса получили развитие такие инструменты публичной дипломатии, как предоставление от ЕС преференций определенным группам интересов иных стран с целью повышения их лояльности. Чаще всего данное направление публичной дипломатии реализуется в формате научного и культурного обмена, который, помимо всего прочего, способствует экспансии ценностей субъекта публичной дипломатии.

Инструментами осуществления информационной составляющей политики публичной дипломатии ЕС служат многоязычный телеканал «Евроьюз» («Euronews») и вебсайт «Европа». Изучает общественное мнение в целях обеспечения нужд публичной дипломатии ЕС социологическая служба «Евробарометр» («Eurobarometer»), которая дважды в год издает результаты опросов общественного мнения в государствах-членах ЕС и, периодически, в других странах. Независимое информационное «Агентство Европа» (l'Agence Europe) выпускает «Ежедневный бюллетень Евпоа» (Quotidien Bulletin Europe) и прилагаемые к нему серии «Документы», «Статистика» и «Библиография». За исключением телеканала «Евроьюз» в ЕС, в отличие от стран-членов ЕС, нет мощного телевизионного или печатного органа, который был бы столь же популярен, как и СМИ стран-членов ЕС. Поэтому все события в ЕС население рассматривает через призму национальных интересов.

Программой публичной дипломатии ЕС можно назвать программу ПРИНЦЕ (PRINCE – Programme prioritaire d'information au citoyen européen), учрежденной в 1995 г. по инициативе Европейского парламента. В рамках этой программы проводилась информационно-пропагандистская деятельность ЕС, в том числе информационное обеспечение процесса расширения ЕС.

В 2004 г. был создан специальный вебсайт «Конституция для Европы». Однако провал голосования по проекту Конституции летом 2005 г. вызвал реформу публичной дипломатии ЕС. В рамках реформы были разработаны «План Д: демократия, диалог и дебаты»<sup>21</sup> и «Белая книга по коммуникационной политике ЕС»<sup>22</sup>. При подготовке «Белой книги» Комиссия использовала рекомендации, которые содержались в резолюции Европейского парламента о реализации информационной и коммуникационной стратегии ЕС. В «Белой книге» был введен в оборот новый термин – коммуникационная политика (communication policy), хотя до этого ЕС обходился информационной и коммуникационной стратегией. С появлением Комиссара и Директората по коммуникациям стратегия превращается в политику, нацеленную на создание «Европейской общественной сферы».

Внутренняя, глубинная структура публичной дипломатии, ее элементы – это национальные интересы государств-членов ЕС, представленные их публичной дипломатией, а также публичная дипломатия транснациональных партий. Это объясняет декларативный и крайне общий характер положений документов ЕС: основная задача этих документов – сформулировать все как можно более обтекаемо, чтобы не оскорбить ни один из антагонистических интересов.

Транснациональная (трансъевропейская) партия (ТНП) может осуществлять публичную дипломатию не только в качестве источника формирования правительства ЕС, и тогда публичная дипломатия будет официальной дипломатией ЕС, но и

<sup>21</sup> COM (2005) 494 final, 13 October 2005

<sup>22</sup> White Paper on a European Communication Policy, COM (2006) 35 final

осуществлять определенные дипломатические действия не как входящая во властные институты ЕС, а от своего имени, и тогда дипломатия транснациональной партии будет публичной по определению. В деятельности Партии европейских социалистов (ПЕС), как субъекта публичной дипломатии, достаточно четко возможно различить деятельность в качестве партии Европейского парламента, то есть государственной структуры, способствующей воздействию на общественное мнение иных стран, и деятельность в качестве неправительственной организации, устанавливающей связи с неправительственными акторами из других стран, нужными партии для осуществления ее целей, то есть в качестве субъекта публичной дипломатии ЕС.

Особое внимание во второй главе уделяется роли публичной дипломатии в формировании имиджа ЕС. В сознании мировой общественности ЕС представляется различно. Наиболее распространены следующие образы ЕС: общественно-социальная сила; нормативная сила; гражданско-правовая сила; постмодернистская держава; общество демократии, преследующее такие ценности, как права человека, стабильное развитие и законность; вожденный край для потребителей; носитель доминирующих политических ценностей; эталон идеалов мультилатерализма. По выражению Д.Ная, ЕС, являясь символом объединенной силы, представляет достаточную долю «мягкой силы».<sup>23</sup>

Однако восприятие ЕС затрудняет ряд факторов. Во-первых, ЕС является очень сложной и бюрократизированной организацией. Во-вторых, ЕС является постоянно растущей и изменяющейся организацией. Постоянное изменение количество членов ЕС и ребрендинг ЕС может вызвать затруднения при идентификации ЕС. В отношении международной легитимности ЕС в глазах общественности, ЕС еще предстоит завоевать доверие, доброжелательность и поддержку европейской общественности. Сделать это можно только показав всему миру, что ЕС может говорить «единым голосом» и подтверждать свои слова действиями. Задача ЕС состоит в том, чтобы показать соответствие между нормативным контентом европейской интеграции и интересами стран членов ЕС.

Основной проблемой развития публичной дипломатии ЕС является то, что в то время как основные современные субъекты международных отношений имеют вполне определенный статус, ЕС, несомненно, можно назвать незавершенной политической системой. Исследование публичной дипломатии в формировании имиджа ЕС позволило в данной главе прийти к следующим выводам.

1. Страны, впоследствии образовавшие ЕС, имели развитые структуры внешнеполитической пропаганды, однако о публичной дипломатии ЕС как об институте наднациональной внешнеполитической пропаганды этого сказать нельзя. Влияние собственных масс-медиа ЕС несравнимо с влиянием национальных масс-медиа. Следствием этого обстоятельства – хотя и не только этого – является то, что все события

---

<sup>23</sup> Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics NY, 2004.

в ЕС население рассматривает через призму национальных интересов. Таким образом, о наднациональной публичной дипломатии ЕС в значении «внешнеполитическая пропаганда» можно говорить только условно.

2. Публичная дипломатия ЕС имеет одну специфическую черту, беспрецедентную в истории публичной дипломатии. В силу того, что ЕС является наднациональным институтом с претензией быть квази-национальным институтом со всеми вытекающими из этого положения слабостями, публичная дипломатия ЕС в большой степени направлена на его внутреннюю аудиторию.

3. Одной из важнейших проблем функционирования публичной дипломатии ЕС является наличие межнациональных противоречий в рамках ЕС.

4. Координация публичной дипломатии ЕС в значении «внешнеполитическая пропаганда» между различными институтами ЕС отличается столь высоким уровнем сложности, что эта сложность выступает одним из факторов неэффективности проектов публичной дипломатии.

5. Публичная дипломатия ЕС в значении «информационное воздействие» отличается сознательной нацеленностью на механизмы обратной связи с населением, поскольку в основе идеологии ЕС лежит принцип расширения политического участия граждан.

6. Реформа публичной дипломатии ЕС, предпринятая в связи с признанием несостоятельности последней после того, как Конституция ЕС не была принята, носит декларативный характер.

7. Создание Европейской внешнеполитической службы (ЕСВД) создало предпосылки для укрепления идентичности ЕС на международной арене. Однако деятельность ЕСВД с момента создания показывает, что противоречия и разногласия внутри ЕС по-прежнему сильны, что затрудняет возможность ЕС говорить «единым голосом» на внешнеполитической арене.

8. Официальные институты ЕС осуществляют публичную дипломатию не только в качестве информационного воздействия, но и напрямую работая с группами интересов, которые могут составить опору политики ЕС в других странах.

9. При выявлении внутренней структуры публичной дипломатии ЕС ее основным элементом была признана деятельность транснациональная (трансевропейская) партия. Транснациональная партия может осуществлять публичную дипломатию в качестве источника формирования правительства ЕС, и тогда публичная дипломатия будет официальной дипломатией ЕС, только ее спецификой будет то, что объектом ее воздействия будет именно общественное мнение иных стран. Транснациональная партия может осуществлять определенные дипломатические действия не как входящая во властные институты ЕС, а от своего имени, и тогда дипломатия транснациональной партии будет публичной по определению.

10. Транснациональная партия, осуществляя публичную дипломатию от имени официального органа власти не в силах преодолеть свою слабость, связанную с тем, что все-таки ЕС является не государством. Однако, в качестве субъекта публичной дипломатии, работающего напрямую с группами интересов в иных странах, которые ради сотрудничества с транснациональной партией способны занять даже антинациональную позицию, транснациональная партия способна действовать вполне успешно.

11. Результаты формирования имиджа ЕС средствами публичной дипломатии на внутриполитической арене должны быть признаны неудовлетворительными, о чем свидетельствуют социологические опросы и провал принятия полноценной Конституции ЕС, затянувшийся кризис Еврозоны, и др. В тех же случаях, когда средствами публичной дипломатии был сформирован положительный имидж ЕС (у вновь вступающих стран), это также должно быть признано неудачей публичной дипломатии, поскольку этот положительный имидж был идеализирован, и разочарование может стать отрицательным фактором интеграции ЕС. Что касается образа ЕС за рубежом, в целом его можно признать положительным.

12. Перспективы развития публичной дипломатии и имиджа ЕС сводятся к следующему. Если считать, что публичная дипломатия принадлежит к сфере деятельности неправительственных структур, то слабость транснациональной партии может обернуться ее силой: транснациональная партия может сосредоточиться на внепарламентской форме деятельности, то есть полностью на публичной дипломатии. Или же электоральный процесс будет изменен таким образом, что транснациональная партия как субъект публичной дипломатии на официальном уровне преодолеет свою транснациональность. Точно так же и ЕС, как субъект официальной публичной дипломатии, пытается преодолеть свою транснациональность посредством принятия Лиссабонского Договора 2009г. и формирования Единой Внешнеполитической Службы ЕС (ЕСВД).

**Глава 3. «Роль публичной дипломатии в формировании имиджа ЕС в России»** посвящена характеристике деятельности ЕС в сфере публичной дипломатии по формированию положительного имиджа Евросоюза в России. Причем, для развития такой публичной дипломатии со стороны государственных структур ЕС даже не требуется каких-то определенных усилий: экономические субъекты ЕС и России укрепят свои связи сами, преследуя свои сугубо частные интересы, которые, тем не менее, будут работать в направлении поощрения создания в рамках российского общества групп интересов, ориентированных на ЕС.

Особенно эффективными результаты данного процесса с точки зрения целей публичной дипломатии бывают, когда экономические субъекты представлены саморегулирующими организациями или организациями, предлагающими определенные правила и стандарты в отдельных сферах экономической жизни, которые затем

рекомендуются к всеобщему употреблению. Организации, извлекающие непосредственную выгоду из данных мероприятий, устанавливающие правила в отдельных сферах экономики, идентифицируют систему определенных профессиональных ценностей ЕС как свою собственную, а в силу своего положения приспособливают к данной системе все российское общество.

В числе мероприятий публичной дипломатии ЕС в России необходимо назвать софинансирование Европейского учебного института при МГИМО, Программу Партнерства в области институционального развития (ППИР), Программу «Реализация реформы системы бухгалтерского учета в Российской Федерации», Программу «Осуществление реформы аудита в Российской Федерации», и др. В качестве акций публичной дипломатии ЕС в России можно рассматривать и программы ЕС в России, носящие благотворительный характер, а также отдельные проекты, реализуемые различными структурами ЕС, такие как Укрепление системы ухода за детьми в Санкт-Петербурге; Реабилитации безпризорных в Санкт-Петербурге; Содействие включению детей-инвалидов в школах России; Поддержка социальной интеграции детей-инвалидов в России; Поддержка сельского предпринимательства в России; Поддержка реадмиссии мигрантов в России; и др.

Что касается чисто информационного воздействия ЕС на российское общественное мнение, оно осуществляется, прежде всего, по информационным каналам Представительства Европейского Союза в России, и именно политика этих каналов носит ярко выраженный имиджевый характер.

Имидж ЕС в России является функцией, прежде всего, внутренней жизни ЕС и действий ЕС по отношению к России на международной арене. Однако эти факторы не принадлежат к системе публичной дипломатии. Они не воздействуют непосредственно на мнение о ЕС людей, живущих в России. Для подавляющего большинства российских граждан и внутренняя жизнь ЕС, и официальная политика ЕС по отношению к России остается за пределами их непосредственного опыта. Если только эти российские граждане не составляют непосредственно фокус-группы воздействия не информационной, а реальной публичной дипломатии ЕС, создающей внутри российского общества ориентированные на ЕС группы интересов, они лично не соприкасаются с ЕС и могут судить о ней исключительно по той информации, которая им доступна. В этом смысле имидж ЕС в России – это функция информации. Какова информация о ЕС, таков и его имидж.

Главным информационным источником ЕС, создающим имидж ЕС в России является информационная политика Представительства ЕС в России. Подбор и оценка фактов, преследующие цель выдать ценности ЕС за единственно возможные, сделав тем самым имидж ЕС не просто позитивным, а базальтернативным, пребывающим как бы выше оценочных суждений. Важно отметить тот факт, что информационная политика Представительства ЕС в России представляется намного более сглаженной по сравнению

с политикой Представительства Европейской Комиссии в России (до 2009 года). Можно сказать, что современная информационная политика ЕС менее агрессивна и больше учитывает осведомленность российских граждан о скрытых противоречиях и проблемах взаимоотношений ЕС и России. Возможно это является следствием преобразований ЕС после подписания Лиссабонского Договора и образования Единой Внешнеполитической Службы ЕС, подразделением которого является Представительство ЕС в России.

Таким образом, во-первых, поощряются интересы тех российских граждан, которые уже связаны с ЕС, а во-вторых, информационно происходит воздействие на мнение всех остальных, идентифицируя их с первой группой российских граждан, и это есть публичная дипломатия в действии.

В расчете на широкую аудиторию имидж ЕС сформирован таким образом, что создается впечатление, что никаких трудностей и разногласий в отношениях между ЕС и Россией не существует, более того, отношения с ЕС несут исключительно благо России. Что же касается имиджа, рассчитанного на специалистов, им навязывается реальность, увиденная глазами ЕС, основу восприятия которой формируют ценности ЕС. Имидж ЕС в России предстает как позитивный и угрожающий для тех, кто не признает этой позитивности: он угрожает заменить их реальность своей. Другое дело, что позитивный имидж ЕС складывается не из одного только информационного воздействия. Это информационное воздействие является только одной из сторон публичной дипломатии. Вторая сторона публичной дипломатии состоит в том, чтобы создавать в стране воздействия интересы, объективно связанные с интересами субъекта публичной дипломатии.

Публичная дипломатия ЕС в России обречена на интенсификацию дальнейшего развития в силу острой заинтересованности ЕС в России и сотрудничестве с ней. Развитие публичной дипломатии может идти в двух направлениях: по линии укрепления связей между негосударственными субъектами дипломатии двух ЕС и России, и по линии информационного воздействия на общественное мнение той части российского общества, которая не имеет личной заинтересованности в сотрудничестве с ЕС.

Исследование перспектив развития публичной дипломатии и имиджа ЕС в России позволяет прийти к следующим выводам.

Имидж ЕС в России зависит от результатов применения публичной дипломатии в двух направлениях.

Первое направление сводится к созданию внутри российского общества групп интересов, ориентированных на ЕС, путем установления связей между негосударственными образованиями обеих сторон публичной дипломатии и негосударственными образованиями России и государственными структурами ЕС. В этом случае речь идет о формировании положительного имиджа ЕС среди части российского общества, связанного своими частными интересами с ЕС непосредственно.

Второе направление публичной дипломатии ЕС в России предполагает формирование положительного имиджа ЕС в России за счет информационного воздействия на российское общественное мнение в целом. Если же такая информационная обработка и имеет место, то она носит достаточно манипулятивный характер с подтекстом скрытой агрессии, что не может быть не замечено объектом воздействия, сформированным в рамках политической культуры, где «читать между строк» при восприятии политической информации считается обычным делом. Положительный имидж ЕС в данном случае спасает только то обстоятельство, что названное информационное воздействие распространяется не слишком интенсивно. В такой ситуации возможно два сценария развития событий: либо информационная политика ЕС в России будет скорректирована в правильном направлении, либо, если все сохранится, как было, до широких слоев населения она не дойдет. Поэтому и с высказанной точки зрения положительный имидж ЕС в России будет только укрепляться.

**В Заключении** подводятся итоги и сформулированы основные выводы.

Публичная дипломатия – действия, направленные на, защиту целей национальной внешней политики и лучшего понимания ценностей и институтов собственного государства за рубежом. Публичная дипломатия продвигает национальные интересы и обеспечивает национальную безопасность путем изучения настроений иностранного общественного мнения, информирования его и воздействия на тех, кто это мнение формирует. Публичная дипломатия исходит из того предположения, что общественное мнение может оказать значительное влияние на собственные правительства и политические системы. Публичная дипломатия представляет собой комплекс мер, направленных на изучение и информирование зарубежной аудитории, а также на установление контактов. Публичная дипломатия – это также отношения между государствами, которые не задействуют традиционные официальные связи правительств. Таким образом, ключевое отличие публичной дипломатии состоит в том, что общественное мнение, или просто мнение, является детерминирующим фактором международной политики.

Инструменты публичной дипломатии могут быть самыми разнообразными в зависимости от профиля негосударственного актора международных отношений, и воздействие на общественное мнение может представлять собой не только манипуляции с сознанием групп населения иных стран, но и реальное вовлечение этих групп во взаимовыгодные долгосрочные отношения.

Исследование публичной дипломатии в эпоху глобализации позволяет заявить о том, что, во-первых, все большее влияние на международной арене приобретают «акторы вне суверенитета» и структуры их взаимоотношений, а во-вторых, происходит интенсификация средств и инструментов публичной дипломатии только развитых стран.

Публичная дипломатия ЕС в значении «внешнеполитическая пропаганда», в силу того, что ЕС является наднациональным институтом с претензией быть квази-

национальным институтом со всеми вытекающими из этого положения слабостями направлена в большей степени на его внутреннюю аудиторию. При этом координация публичной дипломатии ЕС между различными институтами ЕС отличается столь высоким уровнем сложности, что эта сложность выступает одним из факторов неэффективности проектов публичной дипломатии.

Одной из проблем функционирования публичной дипломатии ЕС является неустранимость межнациональных противоречий в рамках ЕС. Это отразилось в формулировке принципов информационной деятельности в рамках «Коммуникационной стратегии расширения».

Официальные институты ЕС осуществляют публичную дипломатию не только в качестве внешнеполитической пропаганды, но и напрямую работая с группами интересов, которые могут составить опору политики ЕС в других странах. При выявлении внутренней структуры публичной дипломатии ЕС ее основным элементом была признана транснациональная (трансъевропейская) партия (ТНП). В соответствии с определением теорией международных отношений публичной дипломатии и актора международных отношений, публичная дипломатия ЕС как транснационального государства была рассмотрена как дипломатия, объектом воздействия которой является общественное мнение иных стран, и дипломатия межправительственных и неправительственных организаций ЕС.

Транснациональная партия может осуществлять определенные дипломатические действия не как входящая во властные институты ЕС, а от своего имени, и тогда дипломатия транснациональной партии будет публичной по определению.

Результаты формирования имиджа ЕС средствами публичной дипломатии на внутривнутриполитической арене должны быть признаны неудовлетворительными, о чем свидетельствуют социологические опросы и провал принятия Конституции ЕС. Все это говорит о том, что эффективному осуществлению публичной дипломатии ЕС мешают существующие противоречия стран-членов ЕС.

Перспективы развития публичной дипломатии и имиджа ЕС сводятся к следующему. Если считать, что публичная дипломатия принадлежит к сфере деятельности неправительственных структур, то слабость транснациональной партии может обернуться ее силой: транснациональная партия может сосредоточиться на внепарламентской форме деятельности, то есть полностью на публичной дипломатии.

Официальные институты ЕС осуществляют публичную дипломатию не только в качестве внешнеполитической пропаганды, но и напрямую работая с группами интересов, которые могут составить опору политики ЕС в других странах.

Публичная дипломатия ЕС в России существует в форме воздействия на общественное мнение России. Воздействовать на общественное мнение можно двумя способами: с помощью создания положительного образа государства-субъекта публичной дипломатии средствами массовой информации и с помощью конкретных

материальных действий, благоприятных для объекта публичной дипломатии. Этот второй способ осуществления публичной дипломатии, в свою очередь, имеет два аспекта: данные действия могут касаться всего российского общества в целом или только его части. В первом случае возрастает лояльность к ЕС у российского общества в целом, во втором случае внутри российского общества создаются определенные группы интересов, благополучие которых зависит от ЕС. И в том, и в другом случае достигаются цели публичной дипломатии.

Имидж ЕС, созданный в России средствами информационной политики, подразделяется на две составляющие. Первая составляющая имиджа ЕС подразумевает его восприятие широкой аудиторией, вторая – специалистами. В расчете на широкую аудиторию имидж ЕС сформирован таким образом, что создается впечатление, что никаких трудностей и разногласий в отношениях между ЕС и Россией не существует, более того, отношения с ЕС несут исключительно благо России. Что же касается имиджа, рассчитанного на специалистов, им навязывается реальность, увиденная глазами ЕС, основу восприятия которой формируют ценности ЕС. В мире информационной составляющей все, что может быть названо, существует, соответственно то, что не может быть названо, может и не существовать. Политические интересы и их носители могут быть вызваны к реальности только в том случае, если эти интересы артикулированы.

Имидж ЕС в России предстает как позитивный и угрожающий для тех, кто не признает этой позитивности. Позитивный имидж ЕС складывается не из одного только информационного воздействия, являющегося только одной из сторон публичной дипломатии. Вторая сторона состоит в том, чтобы создавать в стране воздействия интересы, объективно связанные с интересами субъекта публичной дипломатии.

Перспективы развития публичной дипломатии и формирования имиджа ЕС в России в целом сводятся к следующему. ЕС заинтересован в России с геополитической и геоэкономической точек зрения как основной поставщик ресурсов и рынок сбыта европейских товаров. Ввиду этого деятельность публичной дипломатии ЕС в России будет осуществляться как минимум с той же степенью интенсивности, с которой она осуществляется в настоящее время.

Создание Представительства ЕС в России в качестве структурного подразделения Единой Внешнеполитической Службы ЕС, скорректировало информационную политику ЕС в России в сравнении с политикой Представительства Европейской Комиссии в России (до 2009г.) в сторону более мягкой риторики относительно взаимоотношений ЕС-Россия.

Среди успехов публичной дипломатии ЕС в России можно отметить создание общества определенных групп интересов в России, ориентированных на сотрудничество с ЕС. Потребности этих групп будут только возрастать, что приведет к увеличению интенсивности публичной дипломатии ЕС по отношению к России. Таким образом,

публичная дипломатия ЕС в России, как минимум, не будет переживать регресса, а скорее всего будет только развиваться.

Однако Россия также является рецептором внешнеполитического имиджа ЕС как любая другая страна мира, поэтому общие проблемы внешнеполитического имиджа ЕС, такие как провал Конституции, кризис Еврозоны, и другие, в значительной мере влияют на становление имиджа ЕС в России. Для преодоления этой проблемы, ЕС необходимо подтверждать свои декларативные ценности конкретными действиями, что затрудняется, в значительной мере, наличием внутринациональных противоречий внутри ЕС.

Из этого можно сделать вывод, что, учитывая позитивный пересмотр информационной политики ЕС в отношении России, растущие общественные и неформальные контакты ЕС и России, а также взаимную геополитическую заинтересованность ЕС и России, положительный имидж ЕС в России должен будет только укрепляться. Однако важным условием для этого также является решение ЕС своих внутренних проблем и проблем своего внешнеполитического имиджа в мире.

### **ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Основные положения и выводы диссертационного исследования опубликованы в 5 работах автора общим объемом 5.65 авт.л. Наиболее значимые из них:

Монографии:

1. Галумов А.Э. Имидж Евросоюза в пространстве внешней политики и публичной дипломатии (пособие) М.: Известия, 2011.- 3.5 п.л.

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК России (по специальности «политология»):

1.Галумов А.Э Проблемы имиджирования Евросоюза // Мир и политика.-2010. №3.-0.75 п.л.

2.Галумов А.Э Роль публичной дипломатии в формировании имиджа Европейского Союза // Мир и политика.-2010.-№12.-0.35 п.л.

3.Галумов А.Э Публичная дипломатия Европейского Союза: проблемы и перспективы развития // Мир и политика.-2011.-№.8.-0.45 п.л.

4. Галумов А.Э. Современная публичная дипломатия Европейского Союза в Российской Федерации // Мир и политика.-2012.-№7.-0.6 п.л.

Подписано в печать: 16.09.2012  
Объем: 1,0 усл.п.л.  
Тираж: 100 экз. Заказ № 622  
Отпечатано в типографии «Реглет»  
119526, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 39  
(495) 363-78-90; [www.reglet.ru](http://www.reglet.ru)