

Цветкова Наталья Александровна

**ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ США: ТЕОРИИ И КОНЦЕПЦИИ**

В статье впервые обобщаются теории и концепции о публичной дипломатии США. Такие области знаний как история, культурология, антропология, политология, наука о международных отношениях, маркетинг и политическая коммуникация по-разному трактуют цели и результаты публичной дипломатии США. Публичная дипломатия США - это информационные, культурные, образовательные и интернет-проекты США, направленные на реализацию внешнеполитических задач.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2015/4-1/50.html](http://www.gramota.net/materials/3/2015/4-1/50.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 4 (54): в 2-х ч. Ч. I. С. 186-189. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2015/4-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2015/4-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hists@gramota.net](mailto:hists@gramota.net)

5. РГВИА. Ф. 14209. Оп. 5/165.
6. **Россия и освободительная борьба молдавского народа против османского ига, 1769-1812.** Кишинев, 1984. 296 с.
7. **Ростунов И. И.** Генералиссимус Александр Васильевич Суворов. М., 1989. 494 с.
8. **Cronici turcești privind țările române** / ed. M. Guboglu. București, 1974. Vol. 2 (sec. XVII – începutul sec. XVIII). 543 p.

#### NUMERICAL, CONFESSIONAL AND ETHNIC COMPOSITION OF KILIYA DISTRICT IN THE SECOND HALF OF THE XVIII CENTURY

**Khaidarly Dan Ivanovich**, Ph. D. in History

*Center of Ethnology of Institute of Cultural Heritage of Academy of Sciences of Moldova in Kishinev  
arhidamodissey5@mail.ru*

The article is devoted to the consideration of archival data related to the numerical, confessional and ethnic composition of the population of the town of Kiliya and Kiliya district villages in the second half of the XVIII century. Kiliya Fortress (the south region of the Prut-Dniester interfluvium region), which was under the direct control of the Turkish authorities, played an important role in the Russian-Turkish wars in 1768-1774 and 1767-1791. Elaboration on archival materials allows determining the actual number of the population, its confessional and ethnic composition and making conclusion about the poly-ethnic nature of the population that lived in Kiliya district in the second half of the XVIII century.

*Key words and phrases:* population; ethnic composition; number; territory; Kiliya district; the Prut-Dniester interfluvium region.

УДК 327.8

**Политология**

*В статье впервые обобщаются теории и концепции о публичной дипломатии США. Такие области знаний как история, культурология, антропология, политология, наука о международных отношениях, маркетинг и политическая коммуникация по-разному трактуют цели и результаты публичной дипломатии США. Публичная дипломатия США – это информационные, культурные, образовательные и интернет-проекты США, направленные на реализацию внешнеполитических задач.*

*Ключевые слова и фразы:* публичная дипломатия; США; мягкая сила; пропаганда; культурная дипломатия; политическая коммуникация.

**Цветкова Наталья Александровна**, к.и.н., доцент

*Санкт-Петербургский государственный университет*

*n.tsvetkova@spbu.ru*

#### ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ США: ТЕОРИИ И КОНЦЕПЦИИ<sup>©</sup>

Программы в области информации, культуры и образования, используемые во внешней политике государств и обычно определяемые термином *публичная дипломатия*, переживают сегодня новый виток развития и внимания со стороны правительств и ученых. Такое положение вещей вызвано несколькими факторами. Наиболее важный из них – это признание всеми государствами того факта, что умелое и активное использование программ публичной дипломатии может обеспечить реализацию внешнеполитических задач. Вторым фактором новой волны в развитии публичной дипломатии стало широкое распространение новых научных концепций в данной сфере, которые приобрели популярность не только в академическом сообществе, но и среди политиков и журналистов. Новые концепции о мягкой силе, бренде нации и пр. стали основой для обобщения и переосмысления исторического опыта реализации публичной дипломатии, а также для дискуссий о развитии современной публичной дипломатии разных стран. Наконец, третьим фактором актуализации данного дипломатического инструмента является идеологическая война, которая развернулась между США и исламским фундаментализмом в странах Ближнего Востока после известных событий 2001 г. США вернули программы публичной дипломатии в актив внешней политики для расширения влияния и улучшения своего имиджа в данном регионе. Публичная дипломатия США – это правительственный механизм, нацеленный на реализацию внешнеполитических задач США и включающий в себя такие методы как: 1) информационные проекты (пропаганда); 2) образовательные и культурные обмены и 3) проекты в сети Интернет (цифровая дипломатия США).

Однако до сих пор международная деятельность США в области информации, культуры и образования по-разному трактуется как в отечественной, так и зарубежной науке. Такие концептуальные понятия как «мягкая сила», «культурная дипломатия», «стратегическая коммуникация», «пропаганда» и др. очень часто используются исследователями в качестве альтернативных дискурсов при изучении публичной дипломатии США.

Исходя из этого, цель данной статьи – выявить теоретические дискуссии, школы и научные направления о публичной дипломатии США, которые сформировались в различных областях знаний.

Теоретическое осмысление публичной дипломатии началось примерно в конце 1950-х – начале 1960-х гг., когда накопился определенный эмпирический материал о действиях правительства США в данной сфере. Тогда дискурс о внешней культурной политике или о культурной дипломатии доминировал среди ученых-историков. Начиная с конца 1950-х гг. **историческая наука** исследует исторические предпосылки, внешнеполитические цели и стратегию публичной дипломатии. Исследователи, как правило, используют такие концепции как «внешняя культурная политика», «культурная дипломатия», «народная дипломатия» для анализа проектов США в области культуры, образования, информации, спорта и т.д. По мнению ряда отечественных и зарубежных ученых, *внешняя культурная политика* – это мероприятия, реализуемые правительством, но они не связаны с политическими задачами и пропагандой [1, с. 40-42; 3, с. 112; 4, с. 125-130; 9, р. 2-7].

В 1960-1980-е гг. к изучению американской культурной дипломатии присоединились специалисты в области **культурологии и антропологии**. Ученые изучают вопрос о конечных результатах программ публичной дипломатии. «Получатели» программ, т.е. зарубежные государства и общества, являются основным объектом исследования. Сторонники данного подхода используют в своих исследованиях такие концепты как «культурный империализм», «американизация» и «взаимный культурный обмен».

Адепты концепции *культурного империализма* утверждают, что информация, культура и образование США проникают в зарубежное общество и оказывают на него существенное влияние, трансформируя политическую, экономическую и социальную систему государства [7, р. 32-34]. Критики данной концепции доказывают, что публичная дипломатия США может рассматриваться с точки зрения культурного империализма, однако сопротивление местных сообществ и традиционных культур (например, в странах Ближнего Востока) сводит на нет усилия США по распространению своих ценностей [13, р. 400-403]. Вместо идей культурного империализма исследователи предлагают использовать *теорию отклика (response theory)* и смещают тему о культурной экспансии США в сторону изучения вопросов о методах «сопротивления» местных сообществ, о судьбе периферийных культур и коренного населения, оказавшегося под влиянием США [12, р. 1-24].

Сторонники концепции об *американизации* как основном результате информационного, культурного и образовательного продвижения США в мире утверждают, что любое государство положительно воспринимает только те ценности Америки, которые способно переварить. Например, ученые доказывают, что американские технологии или способы управления бизнесом приживаются в зарубежных странах, а многие символы массовой культуры отрицаются [11, р. 189-190].

Наконец, еще одна группа ученых утверждает, что концепции о культурном империализме и об американизации необходимо заменить *теорией взаимного культурного обмена*, поскольку процессы глобализации и развитие сети Интернет создают предпосылки для постепенной ликвидации многих местных традиций и культур. Данную концепцию называют в зарубежной литературе термином *cultural transfer*, а в отечественных исследованиях – «диалог культур» или «взаимный культурный обмен» [8, р. 302-320].

В 1990-2000-е гг. **политология и наука о международных отношениях** сделали свой вклад в теоретическое осмысление природы публичной дипломатии США. Специалисты опираются на такие теории как неолиберализм и конструктивизм.

До недавнего времени концепция Дж. Найа о *мягкой силе* доминировала в политических исследованиях о публичной дипломатии США. Забегая вперед, отметим, что сегодня она заменяется другой концепцией, речь о которой будет ниже. Очень часто термин «публичная дипломатия» подменяется термином «мягкая сила» в научных исследованиях. Однако исследователи разграничивают эти понятия. «Мягкая сила» как способность государства сформировать предпочтения других стран опирается на три важнейших компонента: культуру государства, политические ценности государства и внешнюю политику. Публичная дипломатия призвана передать (транслировать или продать) три этих компонента другим странам. Однако и самое главное – «мягкая сила» – существует вне публичной дипломатии и вне правительств и их намерений использовать или не использовать ценности общества («мягкая сила») во внешней политике [2, с. 94-98; 10, р. 94]. Если государство не обладает привлекательными ценностями, то и публичная дипломатия не способна оказывать влияние на зарубежное общество.

Теория конструктивизма привнесла новые идеи в понимание публичной дипломатии США. Публичная дипломатия стала рассматриваться конструктивистами как средство понимания «иной» культуры, традиций «других», что приводит к формированию более гуманных отношений между людьми и государствами. Если неолиберальная концепция Дж. Найа о «мягкой силе» утверждает, что передача социального поведения, норм международного права от государства к государству способна гармонизировать международные отношения или сделать их более предсказуемыми, то сторонники конструктивизма отмечают, что каждое из государств имеет собственное восприятие мира, отличное от других культур и ценностей, и в этом разнообразии кроется основа для создания стабильного мира и отношений. Основное условие – стремление понять «других» без отрицания их права на собственную идентичность. А понимание достигается через программы публичной дипломатии [14, р. 128].

В 2010-е гг. представители таких областей научного знания как **маркетинг и политическая коммуникация** стали изучать принципы публичной дипломатии, имиджа и бренда. Специалисты в области маркетинга полагают, что концепция «национального бренда» объясняет природу современной публичной дипломатии. Соединение публичной дипломатии с маркетингом, а также применение законов последнего в продвижении имиджа государства сделало возможным появление идеи, что имидж правительства и политика его страны – это продукт, который необходимо продать иностранной аудитории. В итоге правительственный имидж стали называть *национальным брендом* [6, р. 107].

Сторонники политической коммуникации утверждают, что публичная дипломатия – это установление прямого диалога между правительством США и лидерами зарубежного общества. Новое прочтение термина «пропаганда» и понимание публичной дипломатии как краткосрочного информационного механизма стали доминировать среди специалистов. Диалог между США и представителями зарубежного общества через информационные порталы, социальные сети (цифровая дипломатия) создает условия для формирования так называемой *стратегической коммуникации* [5, с. 117]. Данная концепция сегодня вытесняет концепцию о мягкой силе Дж. Ная не только в научных публикациях, но в практике публичной дипломатии США. Сторонники данной концепции утверждают, что идеи Ная о привлечении зарубежных стран к ценностям США не востребованы в мире, где нарастает напряженность и нужна прямая политическая пропаганда.

Развернутое толкование публичной дипломатии с позиции стратегической коммуникации дано американским экспертом Р. Захарна. Она впервые предложила рассматривать публичную дипломатию как средство так называемой диалоговой пропаганды. Данный тип пропаганды подразумевает установление двухстороннего общения между теми, кто распространяет политическую пропаганду (в данном случае – США), и теми, кто ее принимает в зарубежном обществе. В отличие от традиционной пропаганды, новая пропагандистская публичная дипломатия – это понимание (диалог), информирование и влияние. Основная цель такой публичной дипломатии – краткосрочные политические кампании, направленные на информационное обеспечение и продвижение внешнеполитических задач в других странах или улучшение политического имиджа государства [15, р. 99].

В итоге, история, международные отношения, политическая коммуникация, культурология, антропология и другие науки предлагают нам определенное число концепций, которые возможно применить к изучению публичной дипломатии. Все проанализированные концепции можно объединить в две группы относительно того, как они трактуют отношения между спонсорами или инициаторами (*givers* или *transmitters*) программ публичной дипломатии и получателями этих программ в других странах (*recipients* или *receivers*). Концепции первой группы применимы к изучению целей публичной дипломатии, в то время как концепции второй группы – к оценке конечных результатов публичной дипломатии США.

К первой группе мы относим сторонников неолиберализма (мягкая сила), конструктивизма, стратегической коммуникации и брендинга. Они акцентируют внимание на деятельности правительства США в рамках публичной дипломатии.

Ко второй группе мы относим концепции, которые используют историки, культурологи или антропологи и которые объясняют в большей степени реакцию получателей программ публичной дипломатии США в зарубежных странах. Сторонники культурного империализма, американизации, диалога культур, а также культурной дипломатии ставят вопрос о реакции зарубежного общества на эти программы в виде сопротивления или, наоборот, в виде позитивного отклика. Вторая группа концепций оценивает публичную дипломатию в более широком диапазоне и способствует более глубокому и комплексному пониманию природы данного аспекта внешнеполитической деятельности США.

#### Список литературы

1. **Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В.** Роль зарубежных культурных центров в развитии современного межкультурного сотрудничества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (20). Ч. 2. С. 40-42.
2. **Звягина Д. А.** Культурное влияние как компонент «мягкой силы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 11 (25). Ч. 2. С. 94-98.
3. **Лопаткин И. Н.** Особенности освещения США советскими СМИ в рамках политики «народной дипломатии» в период оттепели // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 11 (49). Ч. 2. С. 112-114.
4. **Фокин В. И.** Формирование содержания понятий «внешняя культурная политика» и «культурная дипломатия» в международной деятельности современных государств // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6: Философия, политология, социология, психология, право, международные отношения. 2003. № 2. С. 125-130.
5. **Цветкова Н. А.** Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2011. № 3. С. 109-122.
6. **Anholt S.** Why Brand? Some Practical Consideration for Nation Branding // Place Branding. 2006. Vol. 2. № 2. P. 97-107.
7. **Carnoy M.** Education as Cultural Imperialism. N. Y.: David McKay Company, Inc., 1974. 378 p.
8. **Kroes R.** Cultural Transmissions and Receptions: American Mass Culture in Europe. Amsterdam: University of Amsterdam Press, 1993. 333 p.
9. **Ninkovich F.** The Diplomacy of Ideas: U.S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938-1950. N. Y.: Columbia University Press, 1981. 221 p.
10. **Nye J.** Public Diplomacy and Soft Power // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 94-109.
11. **Pells R.** Not Like US: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II. N. Y.: Basic Books, 1997. 444 p.
12. **Tibi B.** Culture and Knowledge: the Politics of Islamization of Knowledge as a Postmodern Project? The Fundamentalist Claim to De-Westernization // Theory, Culture & Society. 1995. Vol. 12. P. 1-24.
13. **Tsvetkova N.** Failure of American and Soviet Cultural Imperialism in German Universities, 1945-1990. Leiden: Brill, 2013. 428 p.
14. **Van Ham P.** Place Branding: The State of the Art // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 126-149.
15. **Zaharna R. S.** Mapping Out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks // Routledge Handbook of Public Diplomacy / ed. by N. Snow, Ph. M. Taylor. L. – N. Y.: Routledge, 2009. P. 86-100.

**PUBLIC DIPLOMACY OF THE USA: THEORIES AND CONCEPTIONS**

**Tsvetkova Natal'ya Aleksandrovna**, Ph. D. in History, Associate Professor  
Saint Petersburg State University  
n.tsvetkova@spbu.ru

The article for the first time summarizes the theories and conceptions on public diplomacy of the USA. Such branches of knowledge as history, cultural studies, anthropology, political science, science on international relations, marketing and political communication interpret differently the purposes and results of the USA public diplomacy. The USA public diplomacy involves the informational, cultural, educational and Internet-projects of the USA aimed at the realization of foreign-policy tasks.

*Key words and phrases:* public diplomacy of the USA; gentle force; propaganda; cultural diplomacy; political communication.

УДК 94(57)

**Исторические науки и археология**

*Статья посвящена процессу коллективизации в Восточной Сибири в 1920-е – 1930-е гг. Характеризуется ситуация в аграрном секторе. Рассматриваются правовые источники и их роль в становлении колхозной системы. Анализируются динамика, трудности при осуществлении коллективизации, меры, предпринимаемые властями по корректировке своей аграрной политики. Автор приходит к выводу, что ко второй половине 1930-х гг. коллективизация сельского хозяйства была полностью завершена, колхозная система с юридической стороны оформлена.*

*Ключевые слова и фразы:* коллективизация; колхоз; крестьянство, сельское хозяйство; Восточная Сибирь; аграрная реформа.

**Цубикова Любовь Сергеевна**, к.и.н., доцент

Иркутский государственный технический университет (филиал) в г. Усолье-Сибирское  
lkor11@rambler.ru

**КОЛЛЕКТИВИЗАЦИЯ КРЕСТЬЯНСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
В ВОСТОЧНОЙ СИБИРИ В 1920-1930-Е ГОДЫ<sup>©</sup>**

К одному из важных и поворотных событий XX века историки относят коллективизацию. Даже после того как во второй половине 1980-х гг. были открыты ранее недоступные архивные материалы, что способствовало более объективному рассмотрению событий коллективизации и уходу от узкой идеологической направленности, данные процессы до сих пор трактуются неоднозначно и вызывают много споров. Связано это не только с наличием различных экономических школ, которые по-своему оценивают рыночную и командно-административную системы, не только с тем, что процессы коллективизации затронули сразу все общественные сферы (социальную, экономическую, образовательную, правовую, культурную и т.д.), но и с тем, что сохранился уникальный и массивный документальный материал как в центральных архивах страны, так и на региональном уровне, требующий детальной проработки.

В первой половине 1920-х гг. в рамках нэпа были сделаны значительные шаги по восстановлению сельского хозяйства в России и в том числе в Восточной Сибири, а именно: в направлении расширения посевной площади, улучшения оснащённостью техникой, в увеличении инвентаря и скота и, как следствие, развитии товарности крестьянского хозяйства. Особый акцент новая власть делала на последнем пункте, точнее, на становлении крупнотоварного производства, поскольку оно было показательным для данной отрасли. Но аграрная политика государства, реализуемая в действительности, способствовала становлению мелкотоварного производства. Так, например, декрет ВЦИК от 21.03.1921 г. «О замене продовольственной и сырьевой развёрстке натуральным налогом» [11] содержал в себе положения, предусматривающие прогрессивную шкалу налогообложения и наличие определённых льгот для бедняков, маломощных хозяев, середняков и так называемых «старательных хозяев», т.е. крестьян, которые увеличили площади в своих хозяйствах. Но на практике это означало, что если в данном году крестьянин «наращивал свое хозяйство», то на следующий год, поскольку количество земли в его пользовании увеличилось, он мог поменять социально-имущественный статус до середняка и иногда даже кулака и, соответственно, терять льготы, более того к нему применялось повышенное налогообложение. Такие условия, разрушали сложившегося крупного хозяйственника и препятствовали появлению новых. Все это в целом поддерживалось и идеологическими рамками, которые определяли кулака как бывшего эксплуататора врагом нового государства.

Для Восточной Сибири был еще один проблемный момент, связанный в целом со слабо развитым сельским хозяйством, как следствие, оно не обеспечивало в полной мере местные потребности. Это обстоятельство вынуждало ежегодно завозить определенное количество хлеба для покрытия дефицита из Западной Сибири [5, д. 55, л. 17].