

УДК 327.8

ПРОГРАММЫ WEB 2.0. В ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ США

©2011 г. **Н.А. Цветкова***
Санкт-Петербургский госуниверситет

Публичная дипломатия Web 2.0. – это способ влияния на зарубежную аудиторию через Интернет. Статья анализирует эволюцию, правительственный механизм, стратегию и основные программы публичной дипломатии. Правительство США использует социальные сети для создания молодёжного протестного движения, мобилизации групп диссидентов, формирования диалога между представителями правительства США и отдельными блогерами и объединения пользователей вокруг американского интерактивного радио и телевидения.

Ключевые слова: США, публичная дипломатия, Web 2.0., социальные сети, диссиденты

Традиционная публичная дипломатия (*public diplomacy*) – один из способов влиять на общественное мнение зарубежных стран. До появления Интернета публичная дипломатия США включала в себя такие программы воздействия на другие государства, как 1) информационную пропаганду, осуществляемую через радио и телевидение; 2) обучение отдельных социально-профессиональных групп населения с целью формирования лояльной элиты и 3) распространение американской политической культуры посредством выставочной деятельности, кино и т.д.

Постоянное увеличение числа граждан, которые слушают радио, смотрят телевизионные программы через Интернет, пользуются определёнными ресурсами и обсуждают важнейшие общественные и политические проблемы в социальных сетях, изменило суть современной публичной дипломатии. Её программы переносятся правительством США в киберпространство, а ключевой целевой аудиторией становятся миллионы граждан, которые являются участниками 600 тыс. социальных сетей [30; 31].

Существует несколько терминов, используемых американским правительством для обозначения инновационного способа оказания влияния на зарубежное общество при помощи Интернета: цифровая дипломатия (*digital diplomacy*), интернет-дипломатия (*Internet diplomacy*), дипломатия социальных сетей (*Twitter diplomacy*) и публичная дипломатия Web 2.0. (*public diplomacy*)

* ЦВЕТКОВА Наталья Александровна – кандидат исторических наук, доцент кафедры американских исследований факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета. E-mail: tnatalia@sir.edu

Web 2.0.). Наиболее распространенным термином среди внешнеполитического руководства США является последний, которым мы и будем оперировать в данной работе.

Публичная дипломатия Web 2.0. – это механизм влияния на зарубежную аудиторию посредством следующих методов: размещение радио и телепередач в сети Интернет, распространение в открытом доступе литературы о США в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве, создание персонализированных страничек членов правительства США в социальных сетях, а также рассылка информации через мобильные телефоны.

Программы интерактивного радио и телевидения позволяют правительству США быстро достигать потребителей, мгновенно получать обратную реакцию (*feedback*) аудитории и, как следствие, изменять содержание своей информационной пропаганды. Электронные журналы о США оказывают влияние на молодежь, которая воспринимает информацию через визуальные и клиповые образы [21]. Мониторинг социальных сетей позволяет Вашингтону направлять дискуссии блогеров в нужное русло и мобилизовать группы протестной молодежи и диссидентов. Создание персональных страничек представителей политического истеблишмента на таких платформах, как *Facebook* и *Twitter*, способствует выстраиванию реального общения между представителями Вашингтона и участниками социальных сетей. Наконец, рассылка SMS-сообщений на мобильные телефоны зарубежных граждан позволяет правительству США добираться до той части аудитории, которая не имеет доступа к сети Интернет.

В таблице представлены особенности традиционной публичной дипломатии и публичной дипломатии Web 2.0.

Таблица

**Особенности традиционной публичной дипломатии
и публичной дипломатии Web 2.0**

Характеристики	Традиционная публичная дипломатия	Публичная дипломатия Web 2.0.
Цель	Продвижение внешнеполитических интересов США.	Продвижение внешнеполитических интересов США.
Методы реализации	Информационная пропаганда через печатные СМИ, радио и телевидение; образовательные обмены; программы в области культуры.	Информационная пропаганда через интернет-телевидение, социальные сети и мобильные телефоны.
Основная целевая зарубежная аудитория	Элита зарубежного государства.	Молодежь, имеющая протестные настроения; диссиденты.
Методы продвижения основной темы среди целевой аудитории	Одностороннее информирование зарубежной целевой аудиторией.	Диалог с зарубежной целевой аудиторией.

Деятельность Соединённых Штатов в Интернете в последние четыре года стала весьма заметной. Активное развитие данного инструмента внешней политики США получило некоторую оценку в научных исследованиях [11]. Однако многие статьи носят научно-популярный характер и опубликованы в средствах массовой информации [15]. Имеющиеся работы расширяют наши представления об инновационных подходах в публичной дипломатии, но не дают ответов на такие вопросы, как механизм осуществления публичной дипломатии *Web 2.0*, её стратегия и суть деятельности правительства США в сети Интернет.

Современное развитие публичной дипломатии *Web 2.0* позволяет уделить внимание следующим её компонентам: 1) эволюции данного внешнеполитического инструмента с 1996 по 2010 г.; 2) правительственным ведомствам, отвечающим за реализацию программ этой дипломатии *Web 2.0*; 3) её стратегии и её политическим целям, а также 4) основным программам и результатам публичной дипломатии *Web 2.0*. США.

Эволюция американской публичной дипломатии *Web 2.0*.

Использование сети Интернет в качестве инструмента дипломатии было положено директором Информационного агентства США* Дж. Даффи в 1996 г. Печатные издания пропагандистского толка были размещены на сайтах американских посольств. Объединив несколько журналов, которые потеряли актуальность по причине окончания идеологического противостояния с СССР, Дж. Даффи получил первый интернет-журнал *Washington Files*. Этот журнал выполнял функцию распространения мнения правительства США о событиях, происходящих на мировой арене. С 1996 по 2000 г., правительство США создаёт ещё несколько электронных журналов и пытается объединить выпускников программ обмена с помощью сайта Госдепартамента. В 2001 г. США заявили о появлении так называемой сетевой дипломатии (*NetDiplomacy*), ключевой особенностью которой является установление диалога между правительством США и зарубежными участниками социальных сетей.

Появление нового политического и идеологического врага США в лице исламского фундаментализма стало сильнейшим толчком для использования всемирной паутины в качестве инструмента ведения информационной войны. В 2002 и 2003 гг. администрация Дж. Буша-мл. переносит традиционные радио- и телеканалы международного вещания в Интернет. Радио и телевидение США становится интерактивным, что предполагает получение мгновенной реакции зарубежной публики через Интернет. Создаётся около десяти новых каналов, работающих с зарубежной публикой через сеть. В 2006 г. госсекретарь К. Райс формирует первую группу специалистов для мониторинга информации и дезинформации о США, транслируемой пользователями в социальных сетях, а также объявляет о запуске первого официального блога Госдепартамента под названием *Dipnote* [8]. Кроме этого, администрация Дж. Буша-мл. открывает

* Информационное агентство США существовало с 1953 по 1999 год.

правительственный портал (*America.gov*), который распространяет позитивную информацию о США и несколько электронных журналов (например, *eJournal USA*, *Weekly Newsletter*, *Student Corner* и др.) [2].

В 2009 г. администрация Обамы выводит интерактивную публичную дипломатию США на новый уровень, поставив перед ней такие политические цели, как объединение пользователей сети вокруг правительства США и осуществление информационной дискредитации идеологии «Аль-Каиды», «Талибана» и других различных антиамериканских движений. Наконец начиная с 2010 г. правительство США активно использует блогосферу для ведения борьбы против политических режимов в Иране, Китае и ещё в ряде стран посредством создания протестного молодёжного движения и нового движения диссидентов.

Правительственный механизм осуществления программ публичной дипломатии *Web 2.0*.

В 2006 г. в Госдепартаменте появилась группа специалистов (*Digital Outreach Team*) для анализа сообщений и дискуссий, протекающих во всех возможных международных и национальных социальных сетях [7]. Группа, состоящая из десяти специалистов, сделала основной упор в своей деятельности на сбор информации из арабских социальных ресурсов, в которых настроения антиамериканизма развиты в наибольшей степени. Кроме этого, специалисты данной команды принимают участие в дискуссиях, регистрируясь в социальных сетях в качестве рядовых участников или модераторов дискуссий. Команда пытается разъяснить пользователям поведение США на международной арене и ликвидировать дезинформацию, поступающую в социальные сети со стороны основных противников Америки, таких как «Талибан» и «Аль-Каида».

В 2007–2008 гг. были созданы ещё пятнадцать отделов в Госдепартаменте, ЦРУ, Министерстве обороны, а также в Агентстве международного развития. Эти отделы занимаются анализом международных и национальных социальных сетей, блогов, чатов, а также транслированием позитивной информации о США в интернет-ресурсы. Например, в ЦРУ был создан отдел (*Open Source Center*), который ежедневно осуществляет мониторинг зарубежных интернет-изданий газет и журналов и формирует реакцию на негативную информацию о США. Данные «ответы» распространяются через социальные сети и блогеров. Наибольшее число подобных отделов создано в Министерстве обороны. Девять отделов, разбросанных по родам войск, занимаются анализом сайтов, а также распространением позитивной информации о США по социальным сетям. Общее число аналитиков, занятых подобной деятельностью, сравнительно небольшое: около 500. Каждый отдел, исключая некоторые отделы Пентагона, состоит из 10–12 сотрудников [28, р. 31].

Новый всплеск создания подобных подразделений произошёл в 2009–2010 гг., после того, как глава Объединенного комитета начальников штабов адмирал А. Маллен официально заявил, что США проигрывают информационную войну движению «Талибан» в Афганистане [24], а секретные документы дипломатической переписки между Кабулом и Вашингтоном, выложенные на

сайте *WikiliLeaks*, свидетельствовали, что пропаганда «Талибана» и «Аль-Каиды» в социальных сетях не уступает американским информационным программам [23]. Движение «Талибан» и организация «Аль-Каида» активизировали свою пропаганду в сети: почти ежедневно создаются новые сайты, появляются новые видеосюжеты на портале *Youtube* и издаются журналы на английском языке, что получило широкое распространение и обсуждение в социальных сетях*. Анализ информационной интернет-пропаганды движения «Талибан» и «Аль-Каиды» показывает, что правительство США столкнулось с сильнейшим противником, который использует инновационные технологии и знает законы продвижения информации.

Правительственные ведомства, реализующие новую публичную дипломатию США, замыкаются на госсекретаре Х. Клинтон, которую американские эксперты называют основателем цифровой дипломатии США [15]. Два её помощника вырабатывают стратегию публичной дипломатии в сети: заместитель госсекретаря по вопросам публичной дипломатии Дж. Макхейл и помощник по инновационным технологиям А. Росс. Бывший президент телеканала *Discovery*, Дж. Макхейл, отвечает за продвижение в Интернете всех американских каналов радио и телевидения, вещающих в других странах. Помощник по инновационным технологиям А. Росс занимается продвижением программ публичной дипломатии в социальных сетях [26].

Кроме указанных правительственных ведомств, Вашингтон задействовал различные компании, бизнес которых связан с сетью Интернет. Госсекретарь Х. Клинтон привлекала к реализации правительственной публичной дипломатии президентов таких корпораций как *Google, Facebook, Twitter, Howcast* и др. В январе 2010 г. их основатели пообещали госсекретарю поддерживать правительственные инициативы, связанные с участием США в социальных сетях. Перед компаниями была поставлена задача мобилизации тех пользователей, которые имеют потенциал лидерства, негативно относятся к экстремизму и авторитаризму и готовы реализовать свои идеи при финансовой поддержке США.

Стратегия новой публичной дипломатии

В 2009 и 2010 гг. Дж. Макхейл изложила стратегию новой публичной дипломатии США в документах «Публичная дипломатия: укрепление взаимодействия Соединённых Штатов с миром» и «Публичная дипломатия: национальный стратегический императив». Администрация США чётко обозначила проблемы, с которыми будет иметь дело публичная дипломатия *Web 2.0*. – это, во-первых, эффективная пропаганда идеологических врагов США; во-вторых, информационная деятельность Китая в сети Интернет; в-третьих, медиа-присутствие России на пространстве бывшего Советского Союза и, в-четвёртых, внешняя культурная политика Ирана, осуществляемая через социальные сети [18; 19].

* См., например, журнал «Инспая».

Дипломатия вовлечения (*engagement*), которая подразумевает создание условий для изменения политической культуры или смены недемократического режима в других странах посредством поддержки или создания оппозиции, является основным ответом США на указанные проблемы. Развитие превентивных информационных стратегий, таких как мгновенная реакция правительства на негативную информацию о США в блогах, диалог между членами правительства США и отдельными блогерами, подавление пропаганды «Талибана» и «Аль-Каиды» и создание комплекса неправительственных организаций посредством социальных сетей, является основным методом реализации этой дипломатии. Молодёжь, имеющая протестные настроения и некоторые aspirations к демократии, становится основной целевой аудиторией, поскольку именно она способна оказывать давление на авторитарные режимы.

В сентябре 2010 г. Госдепартамент разработал ещё одну стратегию развития американской дипломатии. Документ носит название «Стратегический план развития информационных технологий в 2011–2013 гг.: цифровая дипломатия». В данном документе правительство США определяет понятие «цифровая дипломатия» (*digital diplomacy*) как применение социальных сетей в дипломатической практике правительства США. Такие социальные сети, как *Diplopedia*, *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Communities@State*, названы основными платформами для работы американских дипломатов с зарубежными пользователями сети Интернет. Реализация каждой внешнеполитической цели подкрепляется инструментами цифровой дипломатии. Например, борьба с авторитарными политическими режимами сопровождается созданием информационного потока через *Diplopedia*, формированием групп диссидентов и неправительственных организаций через указанные социальные сети, расширением доступа иностранных граждан к мобильной связи и т.д. [12].

Программы публичной дипломатии *Web 2.0*.

Все существующие проекты публичной дипломатии США, связанные с сетью Интернет, можно разделить на следующие направления: 1) создание молодёжного протестного движения; 2) мобилизация групп диссидентов, 3) формирование диалога между представителями правительства США и отдельными блогерами и 4) объединение пользователей вокруг американского интерактивного радио и телевидения.

Создание молодёжного протестного движения через социальные сети.

Ещё в период «холодной войны» в публичной дипломатии США и СССР были сформированы программы для молодёжи зарубежных стран. Правительства сверхдержав понимали, что молодёжь является важной целевой группой в идеологическом противостоянии. Формирование позитивного отношения молодёжи к ценностям США или СССР способствовало созданию в различных странах лояльной политической элиты, которая ориентировала свою внешнюю или экономическую политику на один или другой политический блок. США, например, кропотливо работали с молодым поколением в странах Западной Европы, объединяя молодёжь вокруг идеи о трансатлантическом партнёрстве США и Европы, стремясь всевозможными способами удержать молодёжь от

влияния со стороны СССР [32, с. 83–85, 126–127]. Советский Союз не отставал от своего конкурента. Политика по созданию лояльной молодёжи в развивающихся странах приносила свои плоды. Молодёжь участвовала в государственных переворотах, занималась доставкой литературы из СССР, служила опорой для социалистических или революционных партий и т.д. [25].

Сегодня США снова вернулись к данной политике. На этот раз первой мишенью стала партизанская организация в Колумбии (ФАРК), обозначенная США как террористическая. Администрация США была озабочена популярностью этой организации среди молодёжных движений всего мира, желанием определённого числа молодых людей в латиноамериканских странах, а также в странах Европы, стать членами этой колумбийской организации. Чтобы удержать молодёжь от участия в экстремистских организациях, правительство США решило мобилизовать пользователей социальных сетей для участия в уличных мирных демонстрациях и распространении информации о террористических действиях колумбийских партизан. В начале 2008 г. по инициативе Госдепартамента была создана первая интернет-группа на платформе *Facebook* под названием «Один миллион голосов против ФАРК» (*One Million Voices Against FARC*) [10], а также независимый сайт, который распространяет информацию и собирает противников ФАРК [17]. Данные группы распространяли информацию и призывали к уличным демонстрациям против экстремистов разного толка и действий авторитарных правительств. Однако для успешного функционирования проекта был необходим независимый представитель молодёжи, который бы не идентифицировался как член правительства США. Среди популярных колумбийских блогеров Госдепартамент выбрал специалиста по компьютерным технологиям Оскара Моралеса, которого пригласили в США. Его позиция как противника террористической группировки и его знания в области социальных сетей были соединены с голосами молодёжи из Египта, Мексики, Великобритании, а также с технологиями компаний *Facebook*, *Google*, *Howcast* и *AT&T*, которые согласились содействовать Моралесу. Посредством социальной сети Госдепартаменту удалось собрать около 600 тыс. подписчиков, которые призывали молодёжь в своих странах не вступать в эту организацию. Правительству США удалось также организовать несколько местных демонстраций среди молодёжи посредством *Facebook* и, как следствие, несколько снизить численность молодёжи в составе ФАРК. На слушаниях в Конгрессе представители администрации заявляли, что этот интернет-проект сократил численность молодёжи в ФАРК в 2 раза [22].

Такая политика переросла в более масштабный проект по созданию Союза молодёжных движений (*Alliance for Youth Movements*), осуществляемый через социальные сети. Правительство США вело поиск групп или блогеров в сети, критикующих правительство своих стран или выступающих с различными общественными инициативами. Объединив многие группы на портале «Союза молодёжных движений» [1], правительство США пригласило активных представителей молодёжи из разных стран в Вашингтон на первый саммит. Интернет-сайт данной неправительственной организации указывает, что основная цель движения – использовать активность молодёжи в сети (*digital activism*) для изменения политической ситуации в разных странах. Гражданин лю-

бой страны имеет возможность присоединиться к данной организации посредством сайта, а также найти в своем регионе или городе её представителей. Кроме этого, любой пользователь может созвать конференцию, организовать встречу протестующей молодёжи на местном уровне, стать представителем Союза молодёжных движений, рассказать на сайте как цифровые технологии способствуют социальным и политическим переменам в конкретной стране, а также зарекомендовать себя в качестве участника в ежегодных саммитах лидеров протестных движений, организуемых Госдепартаментом. Необходимо отметить тот факт, что Госдепартамент не идентифицировал своё спонсорство на сайте. Связано это с тем, что основное условие эффективного существования подобных неправительственных организаций – это опосредованная связь с основным источником финансирования.

Наш анализ показывает, что мобилизация молодёжи для обсуждения политических вопросов или для выступлений на улицах является наиболее эффективным звеном работы. Сообщения, поступающие из *Twitter* на сайт, информируют других пользователей о том, что, например, делает египетская молодёжь, чтобы повлиять на правительство Египта по поводу ареста одного из оппозиционеров или какие выступления прошли в Бирме по поводу блокировки Интернета в стране и т.д.

Американское правительство своевременно уловило потребности молодёжи всех стран мира реагировать на новые и любопытные посылы в виде кратких видеосюжетов, клипов или визуальных образов, идущих через социальные сети. Быстрая передача идей и призывов к действию от блогера к блогеру активно используется правительством США. Для успешной и масштабной передачи определённой информации необходимо только наличие блогеров-модераторов или сайта неправительственной организации, которые занимают активную политическую позицию.

Мобилизация групп диссидентов посредством блогосферы

Американское правительство, как и в период «холодной войны», взаимодействует с группами диссидентов в таких странах как Китай, Иран, Россия, Венесуэла, Куба и др. Используя компьютерные технологии, США удалось осуществить несколько проектов, которые направлены на мобилизацию групп диссидентов вокруг Вашингтона.

Первым проектом стало создание особого исследовательского центра в Гарвардском университете для изучения политической ориентации пользователей социальных сетей и блогов в зарубежных странах. С 2007 г. учёные этого центра, получая финансирование от Госдепартамента США, осуществили три важных проекта по изучению расстановки политических сил и содержания дискуссий в социальных сетях в Иране и России, а также в арабском мире в целом [13; 14; 20]. Анализ результатов этих проектов показывает, что правительство США, в отличие от периода «холодной войны», обладает всеобъемлющей информацией о политической расстановке сил в блогосфере. Данная информация позволяет оказывать влияние на оппозиционные настроения и

развивать диссидентское движение через Интернет. За этими проектами последовало финансирование некоторых диссидентских организаций, созданных в социальных сетях*.

Ещё один проект заключается в проведении первой конференции так называемых сетевых диссидентов (*Conference on Cyber Dissidents: Global Success and Challenges*) в Институте Дж. Буша в штате Техас весной 2010 г. Правительство США пригласило на конференцию блогеров, которые выступают против действий своих правительств в области прав человека, свободы прессы и Интернета. Такие страны, как Сирия, Венесуэла, Куба, Иран, Россия, Китай и Колумбия были представлены на данной конференции. США в лице отдела по публичной дипломатии Госдепартамента, руководителей фонда «Фридом Хаус», а также специалистов из Гарвардского центра по изучению зарубежных социальных сетей обсудили вопрос о том, как американское правительство и компьютерные технологии будут оберегать диссидентов от преследований со стороны правительства и способствовать свободному общению оппозиционеров в сети [5]. Конференция обозначила лидеров сетевого диссидентского движения в разных странах, на которых правительство США делает основную ставку в политике по борьбе с авторитарными режимами.

За этим проектом последовала третья инициатива Госдепартамента, которая направлена уже на создание при помощи Интернета групп диссидентов в недемократических государствах. Осенью 2010 г. Х. Клинтон запустила проект под названием *Civil Society 2.0*. Проект предполагает соединение специалистов в области компьютерной техники, информационных технологий и интернет-технологий с неправительственными организациями и активистами в различных частях света. Этот союз должен содействовать объединению всех организаций, ведущих оппозиционную борьбу против авторитарных режимов или распространяющих идеи о демократии, о правах человека, о защите окружающей среды и т.д., в социальных сетях. Специалисты в области информационных технологий должны будут обучить подобные организации и диссидентов из разных стран основам общения и распространения информации в сети [3].

Этот проект ориентирован, прежде всего, на иранских и китайских граждан. Стратеги публичной дипломатии США разработали план по поддержке оппозиционных групп в Иране и Китае. Этот план предусматривает финансовую поддержку организации «Грин мувмент», распространение информации о таких известных диктаторах как Чаушеску, Милошевич и Пиночет, а также распространение информации о том, как в период «холодной войны» неправительственные организации вели борьбу за права человека и внесли свой вклад в инициирование демократических реформ и революций. Информация распространяется на языках фарси и китайском через социальные сети и спутниковое американское телевидение и радио [22].

* См., например, сайты диссидентских организаций, действующих в странах Ближнего Востока и Персидского залива: *Arab Bloggers* <www.arabloggers.com> и *Cyberdissidents* <www.cyberdissidents.org>. Сайты информируют о финансовой поддержке со стороны таких американских благотворительных фондов, как фонд Макартуров, Форда и др.

Кроме этого, иранские и китайские диссиденты получают от Госдепартамента особое программное обеспечение, которое позволяет диссидентам скрывать интернет-трафик, а также направлять закодированные сообщения в социальных сетях. Неоднократно правительства Ирана и Китая «взламывали» программы и получали списки диссидентов, что наносило удар по оппозиции. Это не останавливает правительство США от создания новых программ, которые направляются в эти страны через социальные сети. Некоторые из программ пока остаются эффективными для преодоления цензуры, введённой правительствами Ирана и Китая в Интернете, а число получателей увеличивается с каждым днём*.

В итоге, Интернет позволяет правительству США провести анализ расстановки политических сил в зарубежном обществе, определить лидеров либерального направления и объединить пользователей вокруг диссидентских организаций, действующих в социальных сетях.

Формирование диалога между представителями правительства США и отдельными блогерами.

Современная публичная дипломатия США отвергает концепцию *монолога*, т.е. одностороннего распространения информации, как это было в период «холодной войны», когда информация транслировалась через радио и журналы от правительства США к зарубежным целевым аудиториям, и переходит к так называемому *диалогу* или «слушанию» (*listening*) [6], что обеспечивает обратную связь, а затем и быструю реакцию США на формирующееся общественное мнение пользователей сети. Диалог выстраивается через известных американцев – политиков, звёзд кино и эстрады, учёных и т.д. [16].

Такой подход обусловил масштабное создание личных страничек официальными лицами правительства США в социальных сетях. Наиболее популярной для расположения правительственной информации становится платформа *Twitter*. Сотрудники Белого дома, Госдепартамента, Пентагона, конгрессмены, президент США, его пресс-секретарь и многие другие создают свои открытые аккаунты в рамках данной платформы для информирования мирового сообщества о событиях, на которые необходимо обратить внимание, для ответов на импульсы, поступающие через социальные сети.

Число подписчиков на личные странички официальных лиц в *Twitter* в сотни раз превышает число подписчиков на сайты правительства США. Нельзя сказать, что число зарубежных граждан, ведущих с правительством или с членами политического истеблишмента США диалог, высоко. Однако наличие официальных представителей правительства в различных социальных сетях вызывает неподдельный интерес со стороны зарубежной публики, которая может напрямую задать вопрос блогеру из Белого дома.

Во многом краткость передаваемых сообщений привлекает молодое поколение, которое привыкло потреблять информацию в размере 140–200 симво-

* Такие программы, как *FreeGate* и *TOR*, являются сегодня наиболее популярными среди иранских и китайских диссидентов. На сайте разработчиков этих программ указано, что около 400 тыс. пользователей из Ирана, прибегают к данным программам: *Global Internet Freedom Consortium* (www.internetfreedom.org).

лов, как это предусматривается некоторыми социальными сетями или мобильными телефонами. Правительство США использует эти форматы для ведения информационной войны. Например, одна из последних дискуссий на странице Госдепартамента в *Facebook*, касалась запрещения пропаганды джихада в Интернете. Инициатором данной темы стал один из американских блогеров. Он опубликовал на форуме только одну короткую фразу-лозунг – «Джахаду не место в Интернете» (*The Jihad must be banned from Internet*), которая спровоцировала широкую дискуссию среди пользователей. Другие темы для дискуссий также обозначаются одной фразой без дополнительных комментариев со стороны инициатора дискуссий. В итоге любая проблема способна вызвать интерес со стороны пользователей, если она выглядит привлекательной и содержит в себе некий призыв к действию [9].

Объединение пользователей вокруг американского интерактивного радио и телевидения

Размещение радиостанций и телеканалов международного вещания США в сети Интернет является наиболее масштабным проектом публичной дипломатии. Американское правительство использует сеть Интернет по двум направлениям: первое – создание новых каналов вещания и второе – размещение конкретных передач в самых популярных социальных сетях.

Начиная с 2002–2004 гг. правительство США создало порядка десяти новых радиостанции и телеканалов. Наиболее известные среди них – каналы «Сава», «Фарда», «Свободный Ирак», «Голос Америки на курдском языке», «Свободный Афганистан», «Голос Америки в Афганистане», «Деева», «Голос Америки в Пакистане», «Сеть персидских новостей» и др. Большинство из них, как видно из названий, были созданы в странах Ближнего Востока. Самый масштабный – это телеканал «Альхурра» (*Alhurra*).

Если ранее формат кратких новостей и музыки считался наиболее эффективным инструментом пропаганды, то сегодня в публичной дипломатии США доминирует формат *документальных фильмов*. Посредством этих фильмов американское правительство пытается рассказать, например, арабскому населению о США и соединить культуру стран Ближнего Востока с американскими политическими традициями. Граждане почти всех стран Ближнего Востока, Персидского залива и Северной Африки могут смотреть документальный фильм под названием «Арабы в США» (*Arabs in the United States*), который транслируется на канале «Альхурра» 4 раза в неделю. Эксперты, а также граждане США арабского происхождения доказывают зрителю, что арабы внесли огромный вклад в становление государственной системы США: активно эмигрировали в США, принимали участие в голосовании, развивали бизнес и именно арабские кулинары придумали помещать мороженое в вафельный рожок. Данный проект был инициирован в 2008 г. и продолжает развитие: документальные фильмы транслируются на арабском языке с английскими субтитрами, сопровождаются арабской музыкой и многочисленными визуальными образами о политической системе США.

Однако, несмотря на масштабность предлагаемых программ, американские каналы международного вещания, в отличие от социальных сетей, остаются непопулярными в странах Ближнего Востока: по мнению экспертов Конгресса

США, только треть потенциальной аудитории, а это составляет 27,5 млн. человек, смотрят или слушают интерактивные каналы США [22].

Американское правительство использует социальные сети для продвижения некоторых радио и телепередач. Портал *Youtube* является основной платформой для размещения отдельных передач радио и телевидения. Она была выбрана экспертами США, поскольку больше всего привлекает к себе внимание пользователей со всего мира. Такая радиостанция, как «Голос Америки» является наиболее активной на данном портале. Вот как, например, действует радиостанция «Голос Америки» в России. Все её программы перенесены в Интернет. В марте 2010 г. руководство канала запустило сайт для пользователей мобильными телефонами и функцию получения обновлений сайта на мобильный телефон и личный компьютер (*RSS*), что в несколько раз увеличило число пользователей станции. По оценкам американских экспертов, около 86 тыс. российских граждан просмотрели информацию, выложенную каналом на данном портале, а около 2,5 млн. российских граждан загрузили на свой компьютер один или несколько видеосюжетов в 2008 г. [29, р. 20–21].

Перспективы развития американской новой публичной дипломатии

Успех проектов по созданию протестного молодёжного движения и групп диссидентов, а также проектов по формированию диалога между правительственными лицами США и блогерами в социальных сетях зависит от двух важных условий.

Во-первых, постоянный доступ граждан к информационным технологиям в зарубежных странах является основным условием для проведения эффективной публичной дипломатии *Web 2.0*. Сегодня американское правительство активно работает на данном направлении. Давление Китая на компанию *Google* зимой 2010 г. послужило хорошим поводом для начала масштабной программы США по продвижению свободного доступа граждан к Интернету в зарубежных странах. Усилия США направлены на правительства таких стран, как Китай, Иран, Куба, Северная Корея, Беларусь, Бирма, Египет, Эфиопия, Саудовская Аравия, Туркменистан, Узбекистан, Вьетнам и Зимбабве [4].

Во-вторых, поддержка политической оппозиции в недемократических странах возможна, если США сумеют технологически «переиграть» другие страны в деле создания компьютерного оборудования, которое будет обеспечивать свободное общение диссидентов и оберегать их от преследований со стороны правительств. В этом направлении сделаны как успешные, так и малоэффективные шаги. Успехом можно считать закон «О свободе в Интернете», принятый в 2009 г., который предписывает американским компаниям, продающим цифровые технологии в недемократические страны, вводить особые технические приёмы для предотвращения создания цензуры в сети и выступать против передачи персональных данных граждан, пользующихся сетевым оборудованием, местному правительству [27]. К неэффективным шагам можно отнести упоминаемый в статье проект по созданию и распространению среди иранских и китайских диссидентов программного обеспечения, которое в результате было использовано правительствами этих стран для борьбы против диссидентов.

Тем не менее, наличие многомиллионной молодёжной целевой аудитории (пользователи Интернета), которая легко мобилизуема при помощи информационного клипового потока, создаёт потенциал прямого контакта между правительством США и гражданами зарубежных стран. Наличие протестных настроений, которые распространены среди молодёжи, также создаёт фундамент для продвижения образа США как лидера подобных настроений, борца за доступ граждан в Интернете и т.д. Наконец, концепция диалога, как это определяется правительством США, делает возможным направлять дискуссии в социальных сетях по линии, выгодной интересам Соединённых Штатов. Все указанные факторы создают условия для мобилизации некоторой части пользователей вокруг Вашингтона.

Список литературы

1. Alliance for Youth Movements (<http://www.movements.org/>).
2. America.gov (<http://www.america.gov/publications>).
3. Civil Society 2.0. (<http://www.state.gov/statecraft/cs20/>).
4. Clinton H. Remarks on Internet Freedom. 21.01.2010.
5. Conference on Cyber Dissidents: Global Success and Challenges. G.W. Bush Institute. Texas, 2010 (<http://www.georgewbushcenter.com/articles/successes-and-challenges>).
6. Cowan G., Arsenault A. Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy // Annals of the American Academy of Political and Social Science. 616. 2008. P. 10–30.
7. Digital Outreach Team (www.state.gov/iip/programs/).
8. DipNote (<http://blogs.state.gov>).
9. Facebook. Department of State (www.facebook.com/usdos).
10. Facebook. One Million Voices Against FARC (<http://www.facebook.com/onemillionvoices>).
11. Graffy C. The Rise of Public Diplomacy 2.0. // The Journal of International Security Affairs. July 2009.
12. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011–2013–Digital Diplomacy. Department of State. 01.09.2010 (<http://www.state.gov/m/irm/rls/148572.htm>).
13. Mapping Iran's Online Public: Politics and Culture in the Persian Blogosphere. Berkman Center for Internet and Society. Harvard Law School, 2008.
14. Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture and Dissent. Berkman Center for Internet and Society. Harvard Law School, 2009.
15. The New York Times. 16.07.2010.
16. Nye J. The Pros and Cons of Citizen Diplomacy // The New York Times. 04.10.2010.
17. One Million Voices (www.millionvoices.org).
18. Public Diplomacy: A New Strategic Imperative, 2009
19. Public Diplomacy: Strengthening U.S. Engagement with the World. A Strategic Approach for the 21st Century, 2010.
20. Public Discourse in the Russian Blogosphere: Mapping RuNet Politics and Mobilization. Berkman Center for Internet and Society. Harvard Law School, 2010.

21. See You in the USA
(<http://www.america.gov/media/pdf/ejs/05010pdf#popup>).
22. Strategic Public Diplomacy. Testimony by James K. Glassman before the Senate Committee on Foreign Relations at the Hearings on the Future of U.S. Public Diplomacy. 10.03.2010.
23. Taliban Broadcasting
(<http://wardiary.wikileaks.org/afg/event/2007/06/AFG20070620N766.html>).
24. The Telegraph. 08.12.2008.
25. *Tsvetkova N.* International Education During the Cold War: Soviet Social Transformation and American Social Reproduction // Comparative Education Review. 2008. Vol. 52. No. 2. P. 199–217.
26. Twitter. Alec Ross (<http://twitter.com/#!/AlecJRoss>)
27. U.S. Initiatives to Promote Global Internet Freedom: Issues, Policy, and Technology. 2010 (<http://fpc.state.gov/documents/organization/148797.pdf>).
28. U.S. Public Diplomacy Actions Needed to Improve Strategic Use and Coordination of Research. GAO Report. 2007. P. 31.
29. U.S. Public Diplomacy: Time to Get Back in the Game. A Report to Members of the Committee on Foreign Relations United States Senate. Washington: 2009.
30. World in 2010/ICT Facts and Figures. 2010.
31. World Telecommunication /ICT Development Report 2010.
32. *Цветкова Н.А.* Cultural Imperialism: международная образовательная политика США в период «холодной войны». СПб.: издательство СПбГУ, 2007.