

## СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ИНСТИТУТОВ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ КУЛЬТУРНУЮ ДИПЛОМАТИЮ США

---

### Аннотация

В статье рассматриваются направления деятельности негосударственных институтов США по реализации внешней культурной политики. Большую роль в распространении американской культуры играют филантропические фонды, которые стали своеобразным институтом для реализации «мягкой силы» США. Фонды занимаются разработкой направлений внешнеполитического курса, пропагандой американской культуры, подготовкой зарубежных кадров для осуществления деятельности американских фондов в других странах. Современный мир уже невозможно представить без стремительной глобализации, благодаря которой новыми акторами в международных отношениях стали транснациональные корпорации. Именно ТНК являются главными носителями информационных технологий и важнейшим инструментом осуществления культурной дипломатии как Соединенных Штатов, так и других стран мира.

**Ключевые слова:** неправительственные институты, культурная дипломатия, Соединенные Штаты Америки, «мягкая сила», транснациональные корпорации, благотворительные фонды.

---

### Автор

#### Полетаев Матвей Романович

Магистрант кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества факультета международного регионоведения и регионального управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Москва, Россия)



**Н**а сегодняшний день культурная дипломатия играет довольно важную роль в развитии международных отношений и мировой политики. Этому понятию уделяется все больше внимания со стороны различных стран, международных и неправительственных организаций и других акторов. Подобная тенденция вызвана рядом причин, такими как стремление государств создать позитивный имидж своей страны, расширение международного сотрудничества, изменение мировой и внутривнутриполитической обстановки,

защита национальных интересов, предотвращение конфликтов между государствами и т. д.

Но стоит отметить, что сегодня взгляд большинства политологов и экспертов в области международных отношений устремлен на внешнюю политику Соединенных Штатов Америки, которые с каждым годом усиливают влияние не только в своем регионе, но и в мировом масштабе. Тем самым США улучшают свой имидж, что положительно сказывается на уровне деятельности культурной дипломатии данной страны.

### **Значение деятельности филантропических фондов и спонсорских организаций в культурной дипломатии США**

Одной из ключевых особенностей, которую имеют благотворительные фонды США, является хорошее финансирование, которое позволяет строить учебные заведения, реализовывать различные научные программы и проекты [3].

Стоит отметить, что на сегодняшний день филантропические фонды являются опорой для американской сферы культуры и одним из негосударственных институтов, который реализует культурную политику как внутри США, так и за пределами страны. Рассмотрим деятельность некоторых фондов подробнее.

*Фонд Джона и Кэтрин Макартуров* — благотворительная организация, целью которой является поддержка креативных людей, которые стремятся формировать справедливый и безопасный мир [9]. Помимо этого, фонд занимается поддержкой проектов по защите прав человека, международной безопасности и охране окружающей среды. Фонд Макартуров также поддерживает научные исследования, помогает в просветительской деятельности и развитии творческого потенциала людей по всему миру. Одной из ключевых программ организации является Программа по СМИ, культуре и специальным инициативам, которая направлена на поддержку средств массовой информации по всему миру, исследование цифровых технологий и выдачу грантов другим организациям, которые работают в культурной сфере.

В 2017 г. Фонд выплатил гранты в общем размере 256,5 млн долл. США и инвестировал в организации и частный бизнес как в Соединенных Штатах, так и во всем мире. Фактические денежные выплаты варьируются от года к году в зависимости от размера денежных поступлений. В 2016 г. благотвори-

тельные расходы Фонда Макартуров составили 45,7 млн долл. США [9].

За всю свою 40-летнюю историю Фонд присудил более чем 6,8 млрд долл. США около 10 тыс. организаций и творческих людей из 116 стран мира и всех 50 штатов Америки.

Фонд функционировал в России с 1991 по 2015 г. За это время на развитие российских программ было выделено около 140 млн долл. США.

*Фонд Born This Way Foundation (BTWF)* — благотворительная организация, основанная в 2011 г. американской певицей Леди Гагой и ее матерью Синтией Джерманоттой. Фонд работает в партнерстве с Гарвардским университетом и Фондом Макартуров. Задача фонда — «...содействовать становлению более терпимого и безопасного общества, где принимаются отличия и приветствуется индивидуальность, такого сообщества, которое помогает объединить людей по всему миру с навыками и возможностями, необходимыми для создания доброго и храброго мира» [5]. В 2015 г. Фонд присоединился к кампании «It's on us», организованной Б. Обамой и Советом Белого дома, по повышению осведомленности и борьбе с сексуальными домогательствами в колледжах и университетах в США и других странах, на которую из бюджета было выделено 430 млн долл. США (в 2016 г. — 473,5 млн долл. США) [5].

В июне 2017 г. американская компания Staples Inc. перечислила 1 млн долл. США в BTWF для развития совместной программы, которая нацелена на помощь учащимся и преподавателям школьными принадлежностями и всем необходимым для достижения высоких результатов в учебе [11]. Данная программа также включает в себя поставку питания в школы, финансирование образовательных проектов как внутри страны, так и за рубежом.

*DonorsChoose* — некоммерческая спонсорская организация, которая занимается финансированием школьных проектов. Основанная в 2000 г.

бывшим преподавателем общеобразовательной школы Чарльзом Бестом, *DonorsChoose.org* была одной из первых краудфандинговых платформ подобного рода. Более того, ежегодно с 2005 г. организация получает самое высокое место в рейтинге от *Charity Navigator* (агентство, которое занимается оценкой благотворительных и спонсорских организаций).

Согласно годовому отчету компании, в 2016 г. было потрачено около 100 млн долл. США на реализацию школьных проектов [7].

В январе 2018 г. было официально объявлено, что с момента создания организации *DonorsChoose* было профинансировано около 1 млн образовательных проектов.

*Фонд Рокфеллера* — американский благотворительный фонд, основанный в 1913 г. Уже на протяжении более 100 лет Фонд Рокфеллера объединяет людей во всем мире для решения самых сложных проблем любого характера и повышения благосостояния человечества. Сегодня неприемлемо, что этих проблем так много. Вот почему Фонд Рокфеллера борется за обеспечение основ человеческого благополучия: здоровья, пищи, энергии, рабочих мест — чтобы они стали доступны всем и каждому в мире.

Фонд предоставляет гранты и стипендии за глобальные научные проекты и творческие программы [12]. Помимо этого, фонд уделяет особое внимание проблемам развивающихся стран, глобальным проблемам (охрана окружающей среды), проблемам образования и здравоохранения.

Согласно годовому отчету за 2016 г., капитал фонда составляет 4,1 млрд долл. США.

*Фонд Форда* — американский благотворительный фонд, целями которого являются укрепление ценностей демократии, снижение уровня бедности и социальной несправедливости и развитие глобального сотрудничества

[6]. Организация стремится устранять дискриминацию по признакам пола, расы, вероисповедания, осуществлять принцип равных возможностей и развивать плюрализм во всем мире.

В рамках своих стипендиальных программ Фонд Форда стремится повышать количество студентов из колледжей и университетов, увеличив их этническое и расовое разнообразие.

Капитал Фонда Форда составляет около 12 млрд долл. США. Это означает, что ежегодно на благотворительные программы тратится около 600 млн долл. США. Остальные деньги фонда приходятся на акции, частный акционерный капитал, недвижимость и венчурный капитал.

*Институт «Открытое общество»* — международная благотворительная организация, основанная бизнес-магнатом Джорджем Соросом в 1993 г. Фонды «Открытое общество» оказывают финансовую поддержку группам гражданского общества во всем мире с целью развития правосудия, образования, общественного здравоохранения и независимых средств массовой информации [1].

Институт имеет свои представительства в 37 странах.

С момента своего основания Институт «Открытое сообщество» потратил на благотворительность в общей сумме более 11 млрд долл. США [1]. Эти деньги присуждались в качестве грантов на развитие демократии в различных странах, здравоохранения, прав человека, образования и т.д. Для защиты прав человека, в частности прав женщин, этнических, расовых и религиозных меньшинств, было выделено в общей сложности более 2,4 млрд долл. США. Около 1,9 млрд долл. США было направлено на поддержку образовательных проектов во всем мире [1].

Целевой капитал Института «Открытое общество» составляет 19,6 млрд долл. США, что делает его вторым по величине филантропическим фондом

США после Фонда Билла и Мелинды Гейтс (с капиталом в 40 млрд долл. США) [1].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что американские филантропические фонды и спонсорские организации оказывают как политическое, так и экономическое влияние на международные отношения. Именно эти организации на сегодняшний день приносят самые крупные дивиденды капиталу Соединенных Штатов.

И, рассмотрев несколько примеров подобных благотворительных фондов, мы можем выделить их общие основные направления деятельности: разработка внешнеполитической стратегии США, идеологическая пропаганда, поиск и подготовка кадров для работы в штатах и за рубежом [3].

Также хотелось бы отметить, что деятельность этих фондов представляет собой взаимосвязь и взаимозависимость экономических, культурных и геополитических факторов во внешней политике США.

### **Культурная политика транснациональных корпораций**

В 2014 г. Д. Най, выступая перед Палатой лордов в Великобритании, заявил, что государства теряют свою власть, поскольку негосударственные акторы играют все более значительную роль и имеют все большее влияние на мировой арене.

Действительно, сегодня именно транснациональные корпорации (ТНК) представляют собой один из важнейших институтов в ведении культурной дипломатии США.

Транснациональная корпорация — это компания, которая имеет свои представительства в нескольких странах, но вся деятельность регулируется и контролируется одним централизованным головным офисом в стране происхождения.

На сегодняшний день в международных отношениях так много действу-

ющих акторов, что власть хаотично распространилась среди этих участников. И, как утверждает Д. Най, «...мировая политика сегодня подобна трехмерной шахматной игре» [10]. Правительственные и неправительственные организации, транснациональные корпорации и т.д. сейчас являются основными игроками в международных отношениях. Но достичь гармоничного множества действующих субъектов в международных отношениях не так просто.

Неправительственные акторы, в частности, бизнес-корпорации и организации, производят и продают продукцию. После захвата рынков в своих странах они начинают распространять товары на региональном и глобальном уровнях [2]. Рост транснациональных корпораций способствовал развитию перевозок по всему миру, а международное разделение труда, развитие глобальных транспортных сетей и рост объемов международной торговли привели к интернационализации товаров, и сегодня тенденция такова, что осталось мало продукции, которая от начала и до конца производилась бы в каком-либо одном государстве.

Более того, после этого компании сосредоточили свое внимание на сохранении их общественной репутации и укреплении их общественной привлекательности. Каждый год мировые бренды функционируют как инструменты «мягкой силы», чтобы привлекать людей к своей продукции. Но иногда возникают проблемы с репутацией корпораций, которые угрожают сбыту продукции в будущем. В этих случаях корпорации должны попытаться выяснить, в чем проблема, в чем нуждаются люди и как решить эту проблему. При использовании «мягкой силы» корпорации не могут и не должны пренебрегать потребностями людей. Например, в наши дни людям стало известно о низком спросе на продукты корпорации «McDonald's» из-за вреда здоровью, и теперь люди стараются не есть фаст-фуд. Компании, которые рас-

пространяют подобную информацию о вреде «Макдональдса», фактически меняют мышление людей и это становится социальной тенденцией, которая разрушает глобальную репутацию компаний [2].

Кроме того, известные американские бренды создают свои собственные ценности, которые оказывают большое влияние на сознание и культуру зарубежных потребителей. Например, такие американские ТНК, как Apple, Microsoft, Google, Coca-Cola, IBM, McDonald's и др. являются косвенными проводниками ценностей, которые отстаивают как сами компании, так и США. Таким образом, ТНК формируют собственную культурную дипломатию, становясь агентами влияния Соединенных Штатов, которые, в свою очередь, используют транснациональные корпорации в качестве рычагов влияния и инструментов «мягкой силы» [2].

Нельзя также не упомянуть Интернет, который сегодня является основным инструментом осуществления политики для неправительственных организаций и транснациональных корпораций, который помогает им реализовывать свою «мягкую силу». Например, такие социальные сети, как Facebook, Twitter, Instagram и др., помогают компаниям собирать данные своих клиентов, которые впоследствии могут быть изучены и оценены работниками компании [3]. Это помогает увидеть проблемы, предпринять шаги для их решения, создать новые методы ведения бизнеса, использовать инструменты «мягкой силы», привлечь новых людей, а также сохранить доверие к компании. Поэтому Интернет работает как мощный политический и экономический рычаг в новом тысячелетии.

Более того, руководства американских транснациональных компаний создают в коллективах, работающих за рубежом, специфическую организационную культуру, что, по сути, также может рассматриваться как компонент культурной дипломатии и инструмент

осуществления «мягкой силы». ТНК подобным образом буквально возвращают в своих сотрудниках такие поведенческие наклонности, которые характерны для американского общества. В качестве примера можно привести метод «тимбилдинга», который начал активно применяться в 1940-х гг. в Америке для развития командной работы и поддержания командного духа и сегодня практикуется многими компаниями по всему миру [3].

Также необходимо отметить тот факт, что в отличие от негосударственных (общественных) организаций, сложно выявить источники финансирования транснациональных корпораций, поскольку последние ориентированы на получение прибыли вне политики. Более того, сами транснациональные корпорации позиционируют себя в основном как «нейтральные игроки», при этом распространяя западные критерии оценки, и не признают «мягкую силу» идеологическим инструментом.

Нельзя сказать, что «мягкая сила» американских ТНК нацелена на американизацию зарубежных государств, но некоторое политическое давление со стороны США на транснациональные компании все же есть. Например, в декабре 2014 г., после обновленных санкций США против Крыма, на территории полуострова было приостановлено оказание услуг со стороны платежных систем Visa и MasterCard. Свой отказ в обслуживании клиентов в Крыму компании объяснили запретом властей Соединенных Штатов [4]. Также в январе 2015 г. компания Apple прекратила работу в Крыму в соответствии с санкциями в отношении полуострова (компания перестала продавать свою продукцию в Крыму, предоставлять услуги и прекратила сотрудничество с разработчиками).

Подобные атаки заставляют также более глубоко понимать значение и влияние, которое оказывает «мягкая сила» США на информационную безопасность других стран, задуматься о гра-

мотном и эффективном использовании инструментов культурной дипломатии, поскольку продвижение национальных культурных ценностей является важной составляющей обеспечения безопасности общества государства.

Быстрое развитие и огромное влияние американских транснациональных корпораций можно назвать феноменом «неоколониализма» [8], целью которого является установление контроля над другими странами. Достаточно посмотреть на статистику: в списке 20 крупнейших транснациональных компаний 9 из них являются американскими. И более того, вся сила производства этих компаний сосредоточена не в США, а в других странах. США не оккупируют ни одну страну и не используют имперскую власть для захвата

земель или территорий, но Америка остается мощнейшим государством как в экономическом и политическом, так и в культурном отношении [10]. Это означает, что сегодня самая эффективная сила — это «мягкая сила», а основными действующими акторами могут быть только транснациональные корпорации [10].

И можно сделать вывод о том, что те примеры «мягкой силы» с использованием управленческих, рекламных и психологических инструментов, которые демонстрируют американские ТНК, показывают, что международный вектор бизнеса в контексте культурной дипломатии может быть важнейшим источником влияния США на мировой арене.

### Литература

1. Институт «Открытое общество» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.opensocietyfoundations.org>, свободный (дата обращения: 19.04.2018).
2. Сургуладзе В.Ш. Глобальные бренды как проводники и носители «мягкой силы» // Проблемы национальной стратегии. — 2015. — № 3 (30). — С. 163–188.
3. Филимонов Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США: Монография. — М.: РУДН, 2010. — 212 с.
4. MasterCard вслед за Visa прекратил обслуживание своих карт в Крыму [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/26/12/2014/549d8f9e9a7947890bab4b58>, свободный (дата обращения: 9.05.2018).
5. Born This Way Foundation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bornthisway.foundation>, свободный (дата обращения: 20.04.2018).
6. Ford Foundation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fordfoundation.org>, свободный (дата обращения: 19.04.2018).
7. FY2017–2016 Financial Statements [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://storage.donorschoose.net/dc\\_prod/docs/DonorsChoose.org-FY-2017-Financial-Statements.pdf?v=1512400243966](https://storage.donorschoose.net/dc_prod/docs/DonorsChoose.org-FY-2017-Financial-Statements.pdf?v=1512400243966), свободный (дата обращения: 19.04.2018).
8. Ruggie J.G. Multinationals as global institution: Power, authority and relative autonomy // Regulation & Governance. — 2017. — № 2. — С. 10–12.
9. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.macfound.org>, свободный (дата обращения: 19.04.2018).
10. Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. — N.Y.: Public Affairs, 2004. — 192 p.
11. Staples Announces \$2 Million Donation to DonorsChoose.org and Born This Way Foundation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://news.staples.com/press-release/back-school/staples-and-lady-gagas-born-way-foundation-promote-positive-classroom-expe>, свободный (дата обращения: 19.04.2018).
12. The Rockefeller Foundation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rockefellerfoundation.org>, свободный (дата обращения: 19.04.2018).