

частности, с Индией; не задействован потенциал сотрудничества в инвестиционной сфере — приток ПИИ из СААРК незначителен, а отток из Беларуси отсутствует; слабая диверсификация взаимной торговли.

Данные проблемы можно решить, создав благоприятные условия для ведения торговли и инвестирования. Так, прорабатывается вопрос о создании зоны свободной торговли ЕАЭС с Индией. Уменьшение или сокращение торговых барьеров увеличит объем товарооборота между странами, но может привести и к росту иностранной конкуренции на отечественном рынке. Возможно получение статуса наблюдателя Республики Беларусь в СААРК, заключение новых двусторонних и многосторонних инвестиционных проектов в фармацевтике, медицине, IT-сфере, а также в сфере энергетики, размещение в Индии сборочных предприятий Беларуси, расширение ассортимента экспортируемой продукции за счет продукции пищевой промышленности, а также за счет экспорта образовательных услуг.

Литература

1. Ожигина, В. В. Международное межрегиональное сотрудничество как форма экономической интеграции в условиях глобализации мировой экономики: возможности для Республики Беларусь // Беларусь и мировые экономические процессы. Сборник научных статей / Научное издание. — Минск : БГУ, 2008. — С. 91–99.
2. Data Center. UNCTADstat [Electronic resource]. — Mode of access : <http://unctadstat.unctad.org>. — Data of access : 15.04.2016.
3. Белорусско-индийские отношения // Посольство Республики Беларусь в Республике Индия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://india.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/belindrel. — Дата доступа : 15.04.2016.
4. Прямые иностранные инвестиции // Национальный Банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://nbrb.by/statistics/ForeignDirectInvestments>. — Дата доступа : 29.02.2016.

Публичная дипломатия Республики Польша

*Ковальчук Т. Ю., студ. III к. БГУ,
науч. рук. Русович В. И., канд. ист. наук, доц.*

Современное понимание публичной дипломатии Польши состоит из набора стратегических, концептуальных, координационных и исполнительных мероприятий, цель которых повлиять на общественное мнение за рубежом, тем самым, обеспечив реализацию и продвижение интересов государства на международной арене. Основной целью публичной дипломатии Польши является формирование позитивного имиджа, содействие совершенство-

ванию и продвижению объективного знания и понимания страны, ее истории иностранной общественностью. Вместе с тем, публичная дипломатия Республики Польша призвана стимулировать контакты и сотрудничество с международными партнерами, а также укреплять ее престиж в качестве государства-члена ЕС.

На сегодняшний день функционирование механизма публичной дипломатии Республики Польша обеспечивается 160 дипломатическими представительствами и миссиями государства за рубежом [1]. Их координирует специальное подразделение МИД Польши — Департамент публичной и культурной дипломатии, созданный в 2008 году [2]. На практике, однако, цели публичной дипломатии реализуют и иные организационные подразделения МИД. Особую роль играют Пресс-служба, Департамент экономического сотрудничества и Совет промоции Польши, основанный в 2004 году. Совет выступает в качестве консультативного органа при премьер-министре, представляет собой комитет экспертов из различных министерств, которые сотрудничают в координации всей деятельности, связанной с продвижением имиджа страны за рубежом [3].

Опирается публичная дипломатия Польши на так называемые «Направления промоции Польши», документы, определяющие краткосрочные и долгосрочные цели и задачи по реализации интересов государства за рубежом через продвижение культурных ценностей, языка, спорта, туризма и т. д. Достижение целей публичной дипломатии, между тем, осуществляется Министерством иностранных дел в партнерстве с негосударственными организациями. Также МИД Польши ежегодно проводит конкурс грантов на финансирование различного рода проектов, которые направлены на расширения знаний о стране и улучшения ее имиджа за рубежом. В 2013 году между министерством и НГО было подписано 121 такое соглашение, в 2014 году — 97. При этом общий годовой бюджет всех проектов составил PLN 11.341 млн в 2013 году и PLN 10.834 млн в 2014 году [1].

Следующим инструментом публичной дипломатии Республики Польша вступает сеть культурно-информационных центров за рубежом. Она насчитывает порядка 24-х Польских Институтов, расположенных по всему миру и нацеленных на продвижение польской культуры, распространение знаний о государстве, знакомство иностранной общественности с достижениями польской истории и т. д. Институтами организуются различного рода проекты, направленные на защиту и продвижение интересов страны. Так, в 2015 году их число составило порядка 2000 [3].

Среди прочих инструментов и средств реализации целей публичной дипломатии Республики Польша можно выделить ее диаспоральную политику, постоянный мониторинг общественного мнения; активно развивается взаимодействие со СМИ, отлажен инструмент учебных визитов. Здесь уместно

упоминать о Внешней службе польского радио (PRESS), ориентированной на зарубежную аудиторию. Финансирование по линии МИДа данной медиаструктуры в 2014 г. составило PLN 9.5 млн. В странах с большой польской диаспорой отлажена работа телевизионного канала TVP Polonia. В 2009 г. был также запущен первый польский рекламный портал, значительным образом усовершенствованный в 2014 г. [3, с.32]. Кроме того, активно используется механизм социальных медиа — налажено постоянное присутствие польского МИДа в интернете [1].

Таким образом, на сегодняшний день именно продвижение и формирование имиджа государства, влияние на общественное мнение являются наиболее важными определяющими польского подхода к использованию мягкой силы. С момента вступления государства в ЕС в 2004 г. и создания Департамента публичной и культурной дипломатии в 2008 г. публичная дипломатия получила больше внимания и стала, надо заметить, одним из важных инструментов обеспечения интересов государства за рубежом путем координации культурной дипломатии и международного брендинга, сопряженных с экономической дипломатией.

Литература

1. Talik, M. Rada promocji Polski będzie wspierać projekt ESK 2016// www.wroclaw.pl — oficjalny portal internetowy Wrocławia [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.wroclaw.pl/rada-promocji-polski-bedzie-wspierac-projekt-esk-20161>. — Date of access : 16.04.2015.
2. Ociepka, B. Polish public diplomacy // E-International Relations [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.e-ir.info/2012/10/08/polish-public-diplomacy/>. — Date of access : 16.04.2015.
3. Public diplomacy report 2013–2014 // Ministry of Foreign Affairs of Poland, Department of Public and Cultural Diplomacy. — Warsaw, 2015. — 100 p.

Вооружение и тактика ушкуйников

*Корневский Я. К., Парахин А. С., студ. II к. БГУ,
науч. рук. преп. Бурсевич С. В.*

Тактика ушкуйников практически ничем не отличается от той, которую сегодня используют силы специального назначения во всем мире, военная разведка. Эту тактику кратко можно выразить одной формулой: «высадка — работа — отход», т. е. скоротечные набеговые операции на территорию противника [1, с. 225; 3].

Ключевую роль в мобильности ушкуйников играло их транспортное средство — ушкуй, который мог быть морским и речным. Обычно он строили из сосны. Киль ушкуя вытесывался из одного ствола и представлял собой