

ТЕОРИЯ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

РУЗАННА АЙРАПЕТОВА

При исследовании публичной дипломатии эксперты обращаются к определению термина публичной дипломатии, который в 1965 году представил декан Флетчеровской школы права и дипломатии Эдмунд Гуллион. Он определил, что «Публичная дипломатия ... имеет дело с влиянием общественного отношения на формирование и осуществление внешней политики. Она охватывает аспекты международных отношений, выходящих за рамки традиционной дипломатии; формирование правительствами общественного мнения в других странах; взаимодействие частных групп и интересов»¹. Таким образом, эксперт определил, что публичная дипломатия представляет собой сочетание традиционной дипломатии и элементов не входящих в нее, воздействующая на формирование общественного мнения различных слоев населения другой страны.

Определение Эдмунда Гуллиона является фундаментальным в исследовании публичной дипломатии, оно прошло исторический путь развития. Несмотря на то, что символы и мифология в античные времена способствовали взаимодействию общества, влияли на формирование мышления, но значительную роль на становление и развитие публичной дипломатии сыграло распространение печатных машин, созданных Иоганном Гутенбергом в XIVв². Это способствовало появлению ежемесячных и еженедельных изданий, которые влияли на общественное восприятие, становясь не только политическим инструментом, но и местом для свободной оценки политических решений. Влияние прессы на развитие публичной дипломатии отражено в эссе Дж. Роско Драммонда 1928 г. под названием «Пресса и публичная дипломатия», провозгласившая «эру публичной дипломатии»³. Со стороны Соединенных Штатов была введена практика использования прессы в контексте публичной дипломатии со времен Войны за независимость. Один из отцов – основателей Бенджамин Франклин

¹ См. **Cull N.J.** Public diplomacy before Gullion. The evolution of phrase// Routledge handbook of public diplomacy, 2008, p.19

² См. **Taylor P.M.** Munitions of mind: a history of propaganda from the ancient world to the present day// Manchester University Press, 2003, p 97

³ См. **Cull N.J.**, p.19

использовал периодические издания с целью объяснения «иностранцам целей революции»⁴. Также необходимо отметить пример использования прессы в 1918 году, когда Конгресс принял решение перевода и распространение речей В.Вильсона для разъяснения миру американских целей⁵.

В свою очередь при развитии практики и методов воздействия этимология словосочетания «публичной дипломатии» исторически изменялась. Историк и профессор Анненбергского университета Николлас Кулл отмечает, что словосочетание «публичная дипломатия» впервые было применено в Лондонском Таймс в 1856 году, которое использовалось в качестве синонима вежливости со стороны государства по отношению к собственному населению⁶. Таким образом, подчеркивается аспект публичной дипломатии – взаимодействие государства не только с населением другой страны, но и собственным. А к началу XX в. выражение публичная дипломатия использовалось в качестве синонима «открытой дипломатии», которая осуществлялась посредством видения деловой переписки, написания статей для того, чтобы сообщить населению собственного государства и иностранной общественности о своих государственных целях⁷.

Необходимо отметить, что одновременно с развитием публичной дипломатии имело место развитие пропаганды, национального брендинга и стратегической коммуникации.

Профессор Университета Лидса Ф.М. Тейлор в своей работе «Munitions of mind: a history of propaganda from the ancient world to the present day» пишет, что пропаганда являлся политическим инструментом Средневековья, направленным на поддержание социального, политического и религиозного порядка⁸. В последующем наиболее ярким примером использования пропаганды является ее применение в нацистской Германии, в период Холодной войны, что привело к ее отрицательной характеристике. Это привело к распространенному мнению, что публичная дипломатия является попыткой изменить внешнее содержание инструмента. Однако публичная дипломатия и пропаганда имеют различные характеристики. Согласно И. Мисюк из Национального университета «Львовская политехника», пропаганда манипулирует информацией, сочетая в себе правду и дезинформацию; она воздействует в одну сторону, не требуя ответной реакции; для лучшей трансляции информации происходит ее селекция и отбор «нужной»⁹.

⁴ См. **Taylor P.M.** p. 140

⁵ См. **Schindler C.S.** The origins of public diplomacy in statecraft of US// Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy, 2018, p.157

⁶ См. **Cull N.J.** Public diplomacy before Gullion. The evolution of phrase// Routledge handbook of public diplomacy, 2008, p.19

⁷ См. Там же.

⁸ См. **Taylor P.M.** Munitions of mind: a history of propaganda from the ancient world to the present day// Manchester University Press, 2003, p. 52

⁹ См. **Misyuk I.** Propaganda and Public Diplomacy: the Problem of differentiation// Humanities & Social Sciences, 2013, p. 76

Также для пропаганды важно определить целевую аудиторию, на которую будет направлена манипуляция, при этом для публичной дипломатии важно наличие диалога на различных уровнях (государство – общество, общество – общество). Использование манипуляции в пропаганде направлено на доказательство своего превосходства с позиции силы, а публичная дипломатия имеет более гибкий подход к взаимодействию с иностранной общественностью со стороны как фондов и неправительственных организаций, так и глав государств, правительств, парламента для открытого диалога и построения долгосрочных отношений. В контексте открытого диалога публичная дипломатия подвергается корректировке. Например, политолог М. Леонард в работе «Публичная дипломатия» анализирует в этом контексте пятилетнюю инициативу «Connecting Futures» («Объединяя будущее»), которую проводил Британский совет, для формирования долгосрочных отношений между Великобританией и рядом стран при привлечении молодежи¹⁰. Для более эффективной работы с различными слоями иностранной общественности публичная дипломатия обращается к эмоциям, презентации определенных аспектов культурной, социальной, бытовой жизни государства для лучшего понимания со стороны иностранцев. Согласно американскому писателю и политическому обозревателю Уолтеру Липпману, для того чтобы вызвать эмоции необходимо использование изображений, слов, образов, лозунгов¹¹. Отказ от сухих фактов и обращение к эмоциям не только разделяет публичную дипломатию и пропаганду, но и сближает публичную дипломатию и национальный брендинг.

Несмотря на то, что термин «национальный брендинг» в политологическом поле внес независимым политическим советником по вопросам построения национального бренд-имиджа государства, национальной идентичности и репутации Саймон Анхольт, практика создания национального бренда была отмечена еще в 1851 году на Первой Всемирной выставке, прошедшая в Лондоне. Введенная практика организации выставок технологических и культурных достижений способствовала узнаваемости страны, привлечению к ней внимания со стороны иностранцев. Как отмечает научный руководитель Международного центра истории и социологии Второй мировой войны и ее последствий при Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» Дэвид – Фокс Майкл международные выставки являлись наиболее удобным способом для Советского Союза презентации себя миру, своих достижений в различных сферах, одновременно с практикой «культпоказов», которые

¹⁰ См. Leonard M., Stead C., Smewing C. Public diplomacy// The Foreign Policy Center. 2002, pp.47 – 48

¹¹ См. Липпман. У. Общественное мнение.// Пер. с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фона «Общественное мнение», с. 371 - 373

представляли конкретные объекты иностранцам, «глядя на которые гости могли сделать обобщение и вынести положительные суждения в отношении советского общества»¹². Необходимость рассмотрения национального брендинга в контексте публичной дипломатии исходит из схожести двух понятий, а именно сформировать определенный образ в сознании людей для последующей легитимизации внешней политики государства в глаза мировой общественности. Как подчеркивает эксперт по связям с общественностью Мелисса Арончик сочетание публичной дипломатии и национального брендинга способствует включенности государства в международные и региональные процессы¹³.

Не только экономический термин (национальный брендинг) стал частью политической сферы, взаимодействующим с публичной дипломатией, но также стратегическая коммуникация вышла из традиционно ориентированной на оборону концепции¹⁴. Стратегическая коммуникация определяется как стратегически скоординированная деятельность, направленная на управление целевыми аудиториями как внутри страны, так и за ее пределами с целью повышения репутации своей страны на международном уровне¹⁵. Сочетание стратегической коммуникации и публичной дипломатии позволяет сформировать условия для построения отношений между гражданами своей страны и международной общественностью, привлекая к взаимодействию журналистов, общественных деятелей и лидеров общественного мнения.

В контексте трансформации международных отношений в XX – XXI вв., подвергаясь воздействию новых акторов, усложнению социальных и экономических аспектов, исследователи в области международных отношений стали формировать свои подходы к публичной дипломатии. Например, Марк Леонард, директор Европейского совета по международным отношениям, определил, что публичная дипломатия не просто направлена на формирование общественного мнения о стране, а на широкое распространение информации о государстве, при сотрудничестве с различными слоями населения с целью укрепления отношений¹⁶. Также эксперт отмечает, что публичная дипломатия должна развиваться в контексте трех измерений, которые способствуют реагированию на события (новостной менеджмент), упреждающе создают повестку дня для усиления стратеги-

¹² См. Дэвид – Фокс М. Витрины великого эксперимента. Культурная дипломатия Советского Союза и его западные гости 1921 – 1941 годы// пер. с англ. В. Макарова; науч. Ред. Перевода М. Долбилов и В. Рыжковский, М: Новое литературное обозрение, 2015, с. 179.

¹³ См. Aronczyk M. Branding the nation : the global business of national identity / Oxford University Press 2013, p.16

¹⁴ См. Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy// A Chatham House Report, 2011, p. 3

¹⁵ См. Виноградова Е. Роль стратегической коммуникации в международных отношениях// Международная жизнь - № 6 – 2014, - <https://interaffairs.ru/jauthor/material/1085>

¹⁶ См. Leonard M., Stead C., Smewing C. Public diplomacy// The Foreign Policy Center. 2002, pp. 9-10

чески определяемых идей (стратегическая коммуникация), а также направлены на построение долгосрочных отношений для завоевания признания ценностей и способности учиться у других.¹⁷ Отмечается, что измерения эффективно реализуются при содействии государственной политики¹⁸.

Доцент Школы международной службы Американского университета Дж. Р. Келли представил схожую систему измерений публичной дипломатии. По мнению специалиста, одно из измерений должно быть направлено на управление информации в краткосрочной перспективе с целью объяснения контекста политических решений¹⁹, что соответствует новостному менеджменту М.Леонарда. В свою очередь стратегическая коммуникация, о которой говорилось ранее, по Р.Келли выражена в разработке долгосрочных стратегических кампаний убеждения, нацеленных на изменение отношения целевой группы населения²⁰. Р.Келли также считал, что публичная дипломатия направлена на построение долгосрочных отношений для развития доверительных и отношений²¹.

При анализе данных подходов определяется инструментальная природа публичной дипломатии, в связи с использованием средств массовой информации, научных, культурных мероприятий и т.д., в дипломатических целях. В свою очередь использованием публичной дипломатии в качестве инструмента формируется под воздействием государственной концепции, а именно мягкой силы. Термин был введен в 90-ых XX в. американским политологом и профессором Гарвардского института государственного управления им. Джона Ф. Кеннеди Дж. Наем – мл., который определил «мягкую силу» как способность получать желаемые результаты используя привлекательность культуры, ценностей и внешней политики, а не посредством принуждения или экономической возможностей²². Схожесть целей публичной дипломатии и мягкой силы приводит к использованию их в качестве синонимичных понятий, тем не менее, сам Дж. Най – мл., определил место публичной дипломатии в качестве инструмента концепции мягкой силы. По его мнению, концепция использует ресурсы, происходящие из ценностей транслируемые страной, и способствует укреплению отношений с другими странами²³, а публичная дипломатия, как инструмент, мобилизует ресурсы для привлечения к диалогу общественность другой страны²⁴. Дж. Най также определяет измерения публичной

¹⁷ См. Там же, pp. 10-11.

¹⁸ См. Там же, p. 10.

¹⁹ См. **Zaharna R.S.** Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks/ Routledge handbook of public diplomacy edited by Nancy Snow, Philip M. Taylor.// Center on Public Diplomacy, 2009 с. 73.

²⁰ См. там же.

²¹ См. там же.

²² См. **Nye, Jr. J.** Soft Power: The Means to Success in World Politics//NY.: Public Affairs - 2004 – p. 6.

²³ См. **Nye, Jr. J** Public Diplomacy and Soft Power// ANNALS, AAPSS, 616, March 2008, p. 94.

²⁴ См. Там же, p. 95.

дипломатии, которая выражается в предоставлении информации о внешней и внутренней политике при активной работе с прессой (повседневная связь), в организации кампаний для продвижения государственных интересов (стратегическая связь), в развитии длительных отношений при активном взаимодействии в рамках образовательных, культурных, научных и других мероприятий²⁵.

Представив развитие теории публичной дипломатии, необходимо перейти к представлению основных составляющих элементов. Данными элементами являются: информация, культура, образование.

Образование в контексте образования способствует передаче ценностей и идеалов государства, формированию положительного представления в сознании обучающейся общественности при сохранении их национальной идентичности. Например, в 1942 году была введена программа по развитию отношений с Китаем в период китайского национального сопротивления для распространения американских идеалов среди профессоров и студентов, при этом изнутри изучить внутривнутриполитическую ситуацию, в рамках которой был направлен советник по техническим вопросам, предоставлены американские научно – технические журналы и образовательные гранты.²⁶ Помимо распространения идеалов, образование создает основу для конкурентноспособной борьбы на международном уровне. Это подтверждается целями определяемыми в «Концепции экспорта образовательных услуг Российской Федерации на период 2011 – 2020гг.»:

- повышение качества, привлекательности и конкурентоспособности российской системы образования в мировом и региональном образовательном пространстве;
- обеспечение эффективного участия России в глобальных и важнейших региональных процессах развития образования;
- повышение доли экспорта образовательных услуг в российском ВВП.²⁷

Одновременно с этим необходимо отметить, что недостаточное стратегическое планирование образования в рамках публичной дипломатии может привести к отрицательному результату. Например, согласно австралийским специалистам Дассен, Марш и Мауэр неоднородность приоритетов обучения и рынка труда может приводить к разочарованности со стороны выпускников и формирования отрицательного опыта от обучения за границей²⁸.

²⁵ См. Там же, pp. 101- 102.

²⁶ См. **Waldrop, N.** Educating the enemy: Chinese students and the Sino-American Cold War, 1948-1955// Graduate Theses and Dissertations. 15215., 2016, URL: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/15215>, (17.09.2020).

²⁷ См. Концепция экспорта образовательных услуг Российской Федерации на период 2011 – 2020 //Вестник международных организаций – №1(27) – 2010, [URL]: <https://ioij.hse.ru/2010--1/26724328.html>

²⁸ См. **Lowe D., Kent A.** The changing profile of education as aid and the impact of on in-

Следующим элементом является информация. Данный элемент связан с работой средств массовой информации в рамках публичной дипломатии. Как было отмечено ранее, пресса (СМИ) играла важную роль в формировании публичной дипломатии. Это также подтверждается бюллетеню Госдепартамента 1945 года, в которой отмечалось, что необходимость информационной программы связана с возросшей значимостью общества в формировании и развитии внешней политики государства²⁹. Поэтому необходима организация методик для воздействия на сознание и взаимодействие с общественностью. Необходимость информационных кампаний, как на повседневном уровне, так и стратегическом сохраняется по настоящее время. Однако с развитием информационных технологий и социальных сетей привели к пересмотру предоставлению информации в контексте публичной дипломатии. Например, в 2011 г. был введен термин твитпломатия³⁰. Новый вид информационной кампании представляет собой сочетание дипломатии и площадку Twitter. В последующем аналогичная тенденция затронула социальную сеть Facebook. Использование социальных сетей в приведении публичной дипломатии со стороны глав государств, депутатов, дипломатов, способствует информированию о политических ценностях, о своей деятельности, привело к более открытому диалогу, не прибегая к журналистике.

Третьим элементом публичной дипломатии является культура. Культура является важной составляющей цивилизации и ее самостоятельное развитие, как от традиционной дипломатии, так и публичной дипломатии, привело к формированию культурной дипломатии. Например, специалист в области франкофонии Налетова Д. отмечает, что французский язык, как проявление культуры, воздействует на взаимодействие в политических и экономических сферах³¹. Также приведем пример, когда во время Второй мировой войны британская общенациональная телерадиовещательная организация BBC, в период своего становления, вещала музыкальные радиопередачи для распространения музыкального наследия Британии за границей. Это привело к заинтересованности со стороны французского населения, борьбу за которую Британия вела с Германией, предоставляя им эфирное время для высказывания своего мнения, которое могла противоречить официальной государственной политике³². Также отметим при-

ternational public diplomacy// IEAA Research Roundtable, 2007, p. 3.

²⁹ См. **Zaharna R.S.** Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks/ Routledge handbook of public diplomacy edited by Nancy Snow, Philip M. Taylor.// Center on Public Diplomacy, 2009, с. 83.

³⁰ См. **Торреальба А. А.** Твитпломатия: влияние социальной сети на дипломатию// Вестник Российского университета дружбы народов. № 3. 2015. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tvitplomatiya-vliyanie-sotsialnoy-seti-tvitter-na-diplomatiyu>

³¹ См. **Налетова Д. В.** История зарождения Франкофонии как общественного движения в защиту французского языка и французской культуры (1880 – 1950 –ые) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион, №2 (46), 2018, с. 147-148.

³² См. **Launchbury C.** Music, Poetry, Propaganda: Constructing French Cultural Sounscapes

мер Всесоюзного общества культурной связи с границей, который создавал специальные бюллетени о союзных республиках с целью презентации их национальных особенностей, в частности был создан о закавказских странах, в которой информация об Армении была направлена на повышение интереса к Советскому Союзу со стороны Франции³³.

Представив элементы публичной дипломатии, определяются неправительственные акторы, которые влияют на проведение стратегических кампаний и взаимодействию на уровне государство – общество и общество – общество. Это подчеркивается уровнями взаимодействия государства с общественностью, которые определила польский общественный деятель и ученый, специализирующийся на дипломатии и внешней политике, К. Писарска: представительская информационная платформа (предоставление информации собственному населению)³⁴; платформа сотрудничества (привлечение общественности посредством грантов, поощрений)³⁵; платформа по определению идентичности (представление своей идентичности международной общественности)³⁶. В данном контексте необходимо отметить деятельность неправительственных организаций.

Неправительственные организации создают платформу для дискуссии между народами и государствами. НПО становятся дополнительным источником информации для государства, а также позволяют повлиять на взаимоотношения между государством и населением в случае противоречий.

Вторым неправительственным актором отмечается диаспора. Особенностью деятельности диаспор в контексте публичной дипломатии является знакомство с обществом проживания, что способствует формированию гибких подходов к презентации идей и ценностей страны происхождения. При этом диаспоры становятся связующим звеном между иностранным населением и Родиной.

Интересна деятельность знаменитостей, которые вовлекаются в политическую сферу. Как отмечает бывший Генеральный секретарь Кофи Аннан, Послы доброй воли являются важным фактором воздействия на международное общественное мнение, для поддержания целей идеализма и универсализма ООН³⁷.

Перечислив негосударственные акторы публичной дипломатии необходимо отметить, существует угроза того, что их индивидуальные амби-

at the BBC during the Second World War// *Modern French identities* ; v. 78, 1976, с. 106.

³³ См. Дэвид – Фокс М. Витрины великого эксперимента. Культурная дипломатия Советского Союза и его западные гости 1921 – 1941 годы// пер. с англ. В. Макарова; науч. Ред. Перевода М. Долбилов и В. Рыжковский, М: Новое литературное обозрение, 2015, с.

³⁴ См. Pисарска К. The Domestic Dimension of Public Diplomacy. Evaluating Success through Civil Engagement// Palgrave Macmillan, 2016, PP. 35 – 36

³⁵ См. Там же, pp. 37–38.

³⁶ См. Там же, pp. 39–40.

³⁷ См. Wheeler M. Celebrity diplomacy // *The SAGE Handbook of Diplomacy*, 2016, p. 534.

ции и представления о развитии государства могут приводить к формированию негативного восприятия со стороны иностранной общественности к правительству страны и в свою очередь к стране.

Подводя итог, можно отметить, что публичная дипломатия не является продуктом современных международных отношений, а имела свое развитие одновременно с развитием и усложнением общественных отношений. Освободившись от абсолютного контроля государства, публичная дипломатия проходит новый этап развития, включая все более новые уровни воздействия на сознание общественности, которые вышли из не политических сфер. Развитие публичной дипломатии и вовлеченность негосударственных акторов обусловили важное место в ведении внешней политики государства.

Ключевые слова: *публичная дипломатия, мягкая сила, национальный брендинг, стратегическая коммуникация, культурная дипломатия, пропаганда*

ՌՈՒԶԱՆՆԱ ՀԱՅՐԱՊԵՏՈՎՍ – Հանրային դիվանագիտության տեսություն. պատմություն և արդիականություն. – Հոդվածը նպատակ ունի ներկայացնել հանրային դիվանագիտության պատմական զարգացումը: Քննարկում է հանրային դիվանագիտության տեսության զարգացումը հիմնական բաղադրիչների փոփոխությունների համատեքստում: Այս կտրվածքով դիտարկվել են հանրային դիվանագիտության և քարոզչության, մշակութային դիվանագիտության և ռազմավարական հաղորդակցության տարբերություններն ու նմանությունները: Նշվել է նաև հասարակական կազմակերպությունների դերը հանրային դիվանագիտության զարգացման գործում:

Բանալի բառեր - *հանրային դիվանագիտություն, փափուկ ուժ, ազգային բրենդինգ, ռազմավարական հաղորդակցություն, մշակութային դիվանագիտություն, քարոզչություն*

RUZANNA HAYRAPETOVA – The Theory of Public Diplomacy: History and Modernity. – The article presents the historical development of public diplomacy. The study presents the development of the theory of public diplomacy in the context of the transformation of the main constituent elements. In this context, the differences and similarities between public diplomacy and propaganda, cultural diplomacy, and strategic communication were considered. The role of non-governmental actors in the development of public diplomacy was also noted.

Key words: *public diplomacy, soft power, national branding, strategic communication, cultural diplomacy, propaganda*