

НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ И ИНФОРМАЦИЯ

К.В. Балабанов,
Н.В. Трофименко

Информационный ресурс современной дипломатии

Information resource of modern diplomacy

Балабанов

Константин Васильевич

Мариуполь,
Украина
Ректор Мариупольского
государственного университета,
доктор политических наук,
профессор
mdu@mariupol.net

Balabanov Konstantin V.

Mariupol,
Ukraine
Rector of the Mariupol State
University,
Doctor of Political Sciences,
Professor
mdu@mariupol.net

Трофименко

Николай Валерьевич

Мариуполь,
Украина
Проректор по научно-
педагогической работе
(международные связи)
Мариупольского государственного
университета, доцент
кандидат политических наук
mdu@mariupol.net

Trofimenko

Nikolai Valeryevich

Mariupol,
Ukraine
Vice-rector on scientific-pedagogical
work (international relations) of the
Mariupol state University, associate
professor,
candidate of political sciences
mdu@mariupol.net

Аннотация: Авторы анализируют факторы, приведшие к возрождению термина «публичная дипломатия». Рассматривается также влияние современных информационных технологий (Интернет, социальные сети), СМИ на развитие дипломатии в целом. Авторы считают, что публичная дипломатия является ярким примером применения «мягкой силы» в международных отношениях, и выделяют ее применение в контексте «умной силы»

Summary: The authors analyze in the article the factors that led to the revival of the term “public diplomacy”. The impact of modern information technologies (the Internet, social networks), the media on the development of diplomacy in general is also considered. The authors believe that public diplomacy is a prime example of the use of “soft power” in international relations, and release it in the context of the use of “smart power”.

Ключевые слова: Публичная дипломатия; общественная дипломатия; социальные сети; мягкая сила; умная сила.

Keywords: Public diplomacy; social diplomacy; Internet; Twiplomacy; twiplomats; soft power; smart power.

Развивающиеся в современном мире процессы глобализации, интеграции, технологизации привели к тому, что дипломатия перестала быть занятием ограниченного круга людей. Она трансформировалась и разделилась на множество разных направлений. Сегодня исследователи пишут о культурной, спортивной, энергетической, торговой, экономической, общественной, публичной и т.п. дипломатии. Таким образом, каждый человек становится дипломатом в информационную, цифровую эру.

Дипломатия активно использует высокие технологии, с развитием электронной революции у нее возникают все новые и новые возможности. Вследствие эволюции ТНК бизнес все ак-



тивнее переманивает специалистов из дипломатических учреждений для усиления своих позиций среди конкурентов, оказания влияния на политику отдельных государств. Мир бизнеса постоянно переманивает наиболее талантливых выпускников, обещая высокую заработную плату, которую нельзя сравнивать с государственной. Потеряв монополию на осуществление внешнеполитических функций, современные внешнеполитические ведомства вынуждены проявлять небывалую гибкость в поиске новых, менее затратных форм и методов работы. Дипломатия радикально трансформируется у нас на глазах. В ответ на новые вызовы меняются ее структуры, методы, организационные формы.

Классическая модель дипломатии, предусматривающая взаимодействие исключительно государств, становится лишь одним из аспектов современной дипломатической деятельности. Сегодня всем будущим специалистам необходимы знания основ ведения переговоров, протокола, особенностей сотрудничества с представителями различных национальностей, навыки сбора и анализа информации.

Главным вызовом для дипломатии XX века стали высокие технологии.

В 1969 г. американскими военными была создана сеть ARPANET, призванная обеспечить возможность стратегического командования и передачи информации – в случае советского ядерного удара. Сегодня, спустя сорок с небольшим лет, прямой потомок сети – Интернет – превратился в один из столпов технологического развития и мощное орудие глобализации [2].

Серьезным соперником дипломатии становятся и средства массовой информации. В свое время премьер-министр Канады Пьер Трюдо предложил заменить дорогостоящее министерство иностранных дел подпиской на «Нью-Йорк Таймс». Премьеру показалось, что корреспонденты газеты лучше информированы о событиях, чем авторы дипломатических депеш. СМИ в электронном варианте стали еще более серьезным



соперником посольств, ведь они напрямую информируют о событиях из горячих точек в режиме реального времени [7]. Новые социальные сети способны не только сообщать о событиях, но и влиять на них. В результате высокопоставленные дипломаты, политики вынуждены регистрироваться в социальных сетях и там отстаивать свои позиции. В годы «холодной войны» только государства могли позволить себе массовую международную коммуникацию: издание газет, развитие сети радиовещания, финансирование неправительственных организаций. Развитие и удешевление коммуникационных технологий, а также увеличение количества и совокупного влияния негосударственных акторов мировой политики полностью изменили эту сферу [5]. Все приведенные факты и события способствовали возрождению, трансформации понятия «публичная дипломатия».

Отдельно следует обратить внимание на правильное употребление вариантов перевода англоязычного термина «public diplomacy». На русский язык «public» можно перевести как «общественный», «публичный», «государственный», «гражданский». Чаще в дипломатии используются два определения – «публичная» и «общественная». Однако, наиболее правильным является понимание «public diplomacy» в значении «публичной дипломатии». Существует множество определений этого понятия, все они сводятся к системе диалога, взаимодействия с зарубежными обществами в политических



целях. Вместе с этим значением существует также другое – дипломатия на уровне общественных организаций, в этом случае уместно использовать термин «общественная дипломатия».

Очень точно охарактеризовала разницу между традиционной и публичной дипломатией в интервью «Радио Свобода» советник по вопросам публичной дипломатии заместитель Государственного секретаря США по делам Европы и Евразии госпожа Коллин Граффи: «Название моей должности очень длинное, но то, чем я занимаюсь, гораздо проще. Я нахожу пути для общения нашего правительства с людьми в других странах. О дипломатах традиционно думают как о тех, кто общается с другими дипломатами часто за закрытыми дверями. Они принимают решения, касающиеся народов, но делают это на уровне элит. Публичная дипломатия – это то, как мы, как правительство, пытаемся донести свою мысль до людей в других странах. Мы называем ее искусством коммуникации на уровне ценностей страны, ее культуры и политики. Она также объясняет, кто мы и почему принимаем определенные решения» [6].

Завоевание доверия нелегко дается профессиональным дипломатам, ограниченными инструкциями своего ведомства. В более выгодном положении находятся неправительственные акторы публичной дипломатии. Они способны охватить весь спектр политической жизни своей страны, транслируя не только официальные, но и оппозиционные настроения [8].

Публичная политика представляет собой новый жанр осуществления политики в период глобальной информатизации. Публичная дипломатия, тесно связанная с этим направлением политики, представляет собой целый «мир», где действуют политики, деятели культуры, науки, образования, СМИ, неправительственных организаций, пользователи социальных сетей. Но, что особенно значимо, сегодня публичность является неотъемлемым признаком профессиональной дипломатии.

В более широкой исторической ретроспективе можно даже осмелиться сказать, что практика взаимодействия министерств иностранных дел и посольств с гражданским обществом и отдельными лицами за рубежом демонстрирует тот факт, что дипломатическое представительство стран вышло на новый уровень. Многие практики в дипломатических службах различных стран мира могли до сих пор не понять значимости связей с иностранной общественностью, но выразительным признаком становится тот факт, что в определенном количестве стран это направление все чаще привлекает внимание высшего руководства министерств иностранных дел и политических лидеров.

Публичная дипломатия может быть традиционной (информационная пропаганда через радио, телевидение, кино, обучение отдельных социально-профессиональных групп населения с целью формирования лояльной элиты, распространение политической культуры посредством выставочной деятельности, кино и т. д.) и цифровой (размещение радио и телепередач в сети Интернет, распространение литературы в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве зарубежных стран, создание Интернет-страниц государственных учреждений, посольств, других организаций, а также персонифицированных страниц членов правительства, послов в социальных сетях; рассылка информации через мобильные телефоны и т.д.).

Цифровая или электронная дипломатия, названная экспертами Силиконовой долины «дипломатией Веб 2.0», появилась сравнительно недавно. Упрощенное определение этого явления – использование веб- и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для реализации дипломатических задач – дает о нем вполне исчерпывающее представление. Цифровая дипломатия носит в основном прикладной характер и особенно полезна в работе с зарубежной аудиторией в вопросах трансляции официальной позиции и формирования имиджа государства.



Важно понимать, что дипломатию в ее привычном понимании она вряд ли когда-нибудь заменит. Закрытые переговоры останутся закрытыми. Впрочем, цифровая дипломатия в силах объяснить, почему принято то или иное решение, к каким результатам оно приведет, как повлияет на внешнеполитический процесс, то есть открыть доступ широкой общественности к результатам деятельности традиционной дипломатии.

Сейчас открытость – это вынужденная необходимость для государства, которое работает в информационном пространстве наравне с другими источниками информации. Если не наполнять это пространство объективной информацией, его используют другие. Цифровая дипломатия как раз и призвана оперативно предоставлять адекватную информацию, опровергать некорректные сведения, подтверждать сведения из официальных источников.

Международный опыт показывает, что на данном этапе уже накоплен значительный арсенал приемов и методов цифровой дипломатии, который может быть использован для решения внешнеполитических задач. Потребность в привлечении общественности на свою сторону в условиях мгновенного распространения информации, равным образом и дезинформации, стала особенно значимой. Публичная дипломатия дополнена общением в социальных сетях. Родился новый термин – «твипломаси» или «твипломатия». Твиттер, Фейсбук и другие социальные сети используются внешнеполитическими ведомствами. Министерство иностранных дел Украины – не исключение. Президенты, премьеры, министры, главы внешнеполитических ведомств, послы регистрируются в социальных сетях и становятся «твипломатами». В совокупности с другими инструментами и методами электронной дипломатии Твиттер-дипломатия может быть достаточно эффективным инструментом.

С помощью публичной дипломатии правительства надеются влиять на общественное мнение других стран, формировать бла-

гоприятный имидж, завоевывать симпатии и менять настроение международного сообщества.

По убеждению бывшего помощника министра обороны США, известного политолога, профессора Гарвардского университета Джозефа С. Ная, скептики, которые воспринимают термин «публичная дипломатия» как очередной эвфемизм, используемый с целью пропаганды, не понимают его сути. Обычная пропаганда не столь эффективна, как публичная дипломатия [11]. В свою очередь, публичная дипломатия также не является всего лишь очередной рекламной кампанией. Публичная дипломатия предусматривает, помимо прочего, налаживание долговременных взаимоотношений, создающих благоприятные условия для государственной политики. Вклад непосредственной правительственной информации в долговременные культурные отношения зависит от трех в равной степени важных измерений или этапов публичной дипломатии.

Первое и наиболее обязательное измерение – ежедневное общение, к нему относится разъяснение сути решений касательно внутренней и внешней политики. Оно включает также подготовку к борьбе с кризисами. Если возникает вакуум информации после того или иного события, заполнить его спешат другие.

Второе измерение – стратегическое общение, во многом похожее на политическую или рекламную кампанию. В то время, как первое измерение выражается в часах и днях, второе – в неделях, месяцах и даже годах.

Третье измерение публичной дипломатии характеризуется развитием прочных взаимоотношений с ключевыми лицами в течение долгих лет и даже десятилетий с помощью стипендий, программ обмена, обучения, семинаров, конференций и доступа к каналам средств информации. Эти программы развивают то, что американский журналист Эдвард Маро когда-то назвал решающим «последним шагом», т.е. личное общение с повышенным доверием, которое создается



тесными взаимоотношениями. В наше информационное время власть больше, чем когда-либо, подразумевает наличие «мягкого» подхода, главным принципом которого выступает привлекательность, и «жесткого» подхода, основанного на принуждении и поощрении. Эффективное сочетание этих подходов называется «умной силой».

Общепризнанным является факт, что термин «публичная дипломатия» был употреблен в его современном значении в 1965 году Эдмундом Гуллионом, деканом Школы права и дипломатии им. Флетчера (Университет Тафта) и выдающимся отставным сотрудником дипломатической службы США, когда он создал Центр публичной дипломатии им. Эдварда Р. Марроу. Концепция Гуллиона определяет, что публичная дипломатия рассматривает влияние общественных отношений на формирование и исполнение внешней политики.

Публичная дипломатия в современном мире направлена на формирование положительной репутации государства. Репутация формируется не только риторикой, но и действиями. Если делать политические шаги, которые негативно скажутся на имидже страны в мире, то красивая риторика вряд ли поможет исправить ситуацию. Соответственно, цель публичной дипломатии – не только трансляция позитивной информации о нации, но и участие в выработке внешнеполитических решений с учетом влияния на репутацию страны, к которому они приведут. Итак, публичную дипломатию следует рассматривать как неотъемлемую часть политики «мягкой силы». Задача публичной дипломатии состоит, прежде всего, в привлечении на свою сторону общественности другой страны.

Использованная литература:

1. Гуцал С.А. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави / Світлана Анатоліївна Гуцал // Стратегічні пріоритети. 2010. – № 3 (16). – С. 106–113.
2. Демидов О. От права на доступ к сетевому разуму / Олег Демидов. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=1618#top
3. Долинский А. Дискурс о публичной дипломатии / Алексей Долинский // Международные процессы. – 2011. – № 1 (25).
4. Долинский А. Публичная дипломатия для бизнеса, НКО и университетов / Алексей Долинский. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791#top.
5. Долинский А. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России? / Алексей Долинский. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=791#top
6. Драч М. Як діє американська публічна дипломатія в Росії і Грузії? / Мар'яна Драч. – [Электронный ресурс] —URL: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/1114389.html>
7. Зонова Т. Дипломатия будущего / Татьяна Зонова. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=334#top
8. Зонова Т. Публичная дипломатия и ее акторы / Татьяна Зонова. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=681#top
9. Кулик С.А. «Электронная дипломатия». Начало / Сергей Александрович Кулик. – М.: Институт современного развития, 2013. – 33 с.
10. Лукьянов Ф. Публичная дипломатия – не работа узкой группы людей / Федор Лукьянов. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=2181#top
11. Най Дж. С. Нова публічна дипломатія / Джозеф С. Най // День. – 2010. – № 28.
12. Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления работы, риски и инструменты / Лариса Пермякова. – [Электронный ресурс] —URL: http://russiancouncil.ru/inner/index.php?id_4=862#top
13. Cull N.J. 'Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase/ Nicholas J. Cull. – [Электронный ресурс] —URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/pdfs/gullion.pdf>
14. Cull N.J. Public Diplomacy: Lessons from the Past/ Nicholas J. Cull. – Los Angeles: Figueroa Press, 2009. – 61 p.
15. Routledge Handbook of Public Diplomacy / [Nancy Snow, Philip M. Taylor, Nicholas J. Cull, Michael Vlahos and others]; edited by Philip M. Taylor. – New York: Routledge, 2009. – 382 p.
16. The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations/ [Brian Hocking, Peter van Ham, Alan K. Henrikson and others]; edited by Jan Melissen. – New York: Palgrave Macmillan, 2005. – 221 p.
17. Wilson E.J. Silicon Valley's Foreign Policy / Ernest J. Wilson. – Los Angeles: Figueroa Press, 2012. – 28 p.