

Взаимодействие механизмов PR и публичной дипломатии в процессе формирования имиджа современного государства

Научный руководитель – Бахтиозина Марина Георгиевна

Калашьян Софья Альбертовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия

E-mail: kalashyan.97@gmail.com

В условиях глобализации и технологизации расширяется количество контактов между государствами, в связи с чем особую значимость приобретает имидж государства на международной арене и, как следствие, в глазах общественности, создающей определенный уровень поддержки иностранному государству. В этой связи причиной расширения количества связей выступает трансформация и в сфере коммуникации, так инструменты создания имиджа государства изменились вместе с адресатом коммуникации. Если ранее адресатом коммуникации выступали государства в лице органов власти, то в современном мире к ним примыкают граждане этих стран. В связи с этим представляется необходимым проведение научного анализа - связанного с уточнением инструментов и каналов коммуникации, в частности в рамках одной из современных сфер коммуникации - публичной дипломатии, которая приобретает новые средства воздействия во взаимозависимом обществе, и ее взаимосвязи с PR.

Для определения понятийного аппарата необходимо внести уточнение, что публичная дипломатия представляет собой инструмент «мягкой силы» государства. Термин «мягкая сила» вводит с учётом специфики современного мира, придавая особую значимость коммуникации в международных отношениях, американский политолог Дж. Най, в соответствии с которым Государство может оказывать влияние на процессы, происходящие на международной арене, без применения «жесткой силы» [3]. «Мягкая сила» доктринально гораздо шире публичной дипломатии, так публичная дипломатия - политика воздействия одного государства на общество другого государства [5], причем осуществляемая именно в политических целях, как отмечает А.В. Долинский [6], а мягкая сила - это создание привлекательного образа для государства [4] разнообразными методами.

Джозеф Най предлагает рассматривать публичную дипломатию в трёх измерениях: 1) регулярное поддержание коммуникации по вопросам внутренней и внешней политики, а также принятие антикризисных мер и пояснение принятых правительством решений; 2) стратегическая коммуникация; 3) межкультурная коммуникация [3]. Приняв данные измерения за фундаментальные цели публичной дипломатии, можно выделить каналы воздействия на общественность. М.М. Лебедева выделяет два типа таких каналов: официальные и неофициальные [1].

Следует также отметить, что изменение международной обстановки повлияло на характер публичной дипломатии: новая публичная дипломатия обращает внимание на необходимость отказа от монолога и формирования диалога с обществами других стран, ... и неразрывность характера воздействия на внешнюю и внутреннюю аудиторию [2, 7]. Помимо этого, как отмечает А.В. Долинский, адресат в лице общественности представляется активной стороной и может по-разному интерпретировать направленные на нее действия, даже применять инструмент «мягкой силы» в ответ [6].

Таким образом, на международной арене происходит соперничество стратегий публичной дипломатии, которые принимаются и осуществляются разными государствами и

успешность которых определит успешность коммуникации. Важную роль при реализации данных стратегий играют СМИ и СМК, различные культурные, просветительские, спортивные и иные мероприятия, образовательные обмены, осуществляемые при полной или частичной государственной поддержке в стране и за рубежом. Мероприятия такого рода имеют место во всем мире, но от страны к стране один и тот же вид мероприятий интерпретируется по-разному, являясь отражением культурных особенностей конкретного государства, которые транслируются иностранной общественности (Russia Today - российский канал вещания в иностранных государствах, освещает позицию России по важным мировым событиям; «Chinese Government Scholarship» - стипендиальная программа, осуществляющаяся при полной или частичной поддержке китайского правительства для иностранных студентов; «Учись в Италии! Studiare in Italia!» - ежегодное событие в рамках межкультурного сотрудничества Италии с Россией, Азербайджаном и Казахстаном, на одной площадке собираются лучшие итальянские учебные заведения, представляющие самые разные программы и уровни обучения; разного рода культурные мероприятия при посольствах стран или при их поддержке, например, вечера русской литературы при российском посольстве - данные мероприятия носят характер PR-акций, так как служат для создания благоприятного общественного мнения о государстве). Что касается СМИ, то это, прежде всего, информационные программы, комментарии и их разъяснения, касающиеся важных решений в области внутренней и внешней политики государства и имеющие своей целью формирование положительного образа страны у граждан иностранных государств.

Исходя из всего вышеизложенного, мы можем сделать вывод, что публичная дипломатия неразрывно связана с «мягкой силой». Публичная дипломатия - это попытка общения с обществом, построения коммуникации, путем оправдания или объяснения таким образом политики своего государства не официальными терминами, а созданием атмосферы дружественности и диалога между конкретным проводником публичной дипломатии и обществом в целом. К тому же несмотря на то, что связи с общественностью и публичная дипломатия развивались как разные дисциплины и лишь во второй половине XX века произошло их сближение, в настоящее время связи с общественностью имеют большое значение в публичной дипломатии, выступая инструментом её реализации.

Источники и литература

- 1) Лебедева М.М. Публичная дипломатия: Теория и практика: Научное издание. М., 2017.
- 2) Melissen J. The new public diplomacy: soft power in international relations. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.
- 3) Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs, 2004.
- 4) Nye J.S. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone. Oxford University Press, 2002.
- 5) Snow N., Taylor Ph. M. Routledge Handbook of Public Diplomacy. N.Y.: Routledge, 2009.
- 6) Долинский А. Что такое общественная дипломатия и зачем она нужна России?: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/chto-takoe-obshchestvennaya-diplomatiya-i-zachem-ona-nuzhna/> (последнее посещение – 23.02.2019 г.).
- 7) Зонова Т. В. Публичная дипломатия и ее акторы. НПО — инструмент доверия или агент влияния?: <https://mgimo.ru/about/news/experts/226467/> (последнее посещение – 23.02.2019 г.).