

Секция «Журналистика»

Паблик рилейшнз и публичная дипломатия: история взаимоотношений Концевая Наталья Александровна

Соискатель

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия

E-mail: natakont@mail.ru

Паблик рилейшнз и публичная дипломатия – две коммуникационные дисциплины, имеющие определенные общие черты: от целей до инструментов. При этом вся история их взаимодействия представляет из себя попытки публичной дипломатии отстраниться от паблик рилейшнз. В чем же дело, почему это происходит? Постараемся выяснить, на что опирались специалисты публичной дипломатии, а также ученые, изучающие взаимодействие этих двух дисциплин, когда говорили, что между ними нет ничего общего.

В качестве примера такого мнения о несхожести паблик рилейшнз и публичной дипломатии можно привести слова Джозефа Даффи (Joseph Duffy), последнего директора Информационного агентства США, которое отвечало за развитие публичной дипломатии с 1953 по 1999 годы: «Разрешите мне сказать несколько слов о публичной дипломатии. Это не паблик рилейшнз. Это попытка быть выше отношений между правительствами, это отношения между индивидами, длительные отношения, направленные на правильное восприятие Америки всем остальным миром» [1].

Джерольд Килсон (Jerrold Keilson), чья карьера сфокусирована на развитии международных отношений и публичной дипломатии, делает похожее заявление по поводу взаимоотношений этих двух дисциплин: «Есть значительное различие между публичной дипломатией и паблик рилейшнз. Усилия паблик рилейшнз направлены на выпуск пресс-релизов и проведение коммуникационных кампаний о том, что замечательного делает Парламент США в ответ на кризис. Эти сообщения зачастую воспринимаются аудиторией как пропаганда. Усилия же публичной дипломатии сфокусированы на долгосрочные положительные взаимоотношения с аудиторией и не имеют ничего общего с пропагандой».

Возможно, из-за таких высказываний, специалисты публичной дипломатии имеют продолжительную историю попыток дистанцироваться от пропаганды. Например, в период Холодной войны появился даже термин «анти-пропагандистские» усилия, которые характеризуют целую кампанию, закончившуюся только в 1965 году, и направленную на полное отстранение от понятия «пропаганда» любых публичных действий Правительства США в Западной Европе [1].

Конечно, активности и паблик рилейшнз, и публичной дипломатии, в первую очередь, должны разделяться на этические и неэтические формы коммуникации. Специалисты паблик рилейшнз и публичной дипломатии определяют самих себя, как представителей почетных профессий. Так в чем же дело, почему публичная дипломатия всячески пытается отстраниться от паблик рилейшнз?

Возможно, проблема заключается в том, что восприятие паблик рилейшнз в глазах широкой общественности, имеет мало общего как с теорией, так и с практикой этой коммуникационной дисциплины. С тех пор, как первая книга о паблик рилейшнз «Кристаллизация публичного мнения» (Crystallizing public opinion) была опубликована в 1923

году, и как в том же году первый университетский курс публичных отношений в Бостонском университете начал принимать студентов, мнения неспециалистов в этой области окружили данную дисциплину ложными представлениями о ней.

Например, распространенный миф о публичных отношениях, который не дает ей стать на одну ступень с публичной дипломатией, это мнение большинства о том, что активности данной дисциплины работают совместно с корпоративным маркетингом, не выходя за рамки поддержки продаж и рекламных сообщений. Но это не совсем так, активности публичных отношений работают как на благо бизнес-сектора, так и на благо публичного сектора. Более 300 университетов по всему миру, где есть курс публичных отношений, предлагают учебную программу, направленную на оба сектора. Применение концепции публичных отношений в публичном секторе – это отнюдь не то же самое, что и PR-поддержка запуска нового бренда, это отдельная часть данной дисциплины со схожим инструментарием.

Но, тем не менее, существуют исследователи, которых интересует вопрос пересечения публичных отношений и публичной дипломатии. Эти ученые, полагают, что взаимоотношения существуют и даже, что эти две дисциплины за последнее время сильно сблизились. Среди таких ученых можно выделить теоретиков публичной дипломатии Бенно Шнитцера (Benno Signitzer) и Тимоти Комбса (Timothy Coombs), которые предложили назвать пересечения между публичными отношениями и публичной дипломатией «интеллектуальной конвергенцией», так как, исследуя этот процесс, они обнаружили общее между задачами и инструментами двух этих дисциплин, «отношение между публичными отношениями и публичной дипломатией существуют», - пишут они в своей книге «Публичные отношения и публичная дипломатия». Каждая теория может преуспеть, изучая сильные стороны другой теории и адаптируя их к себе (особенно, когда речь идет о коммуникации с иностранной целевой аудиторией) [3].

Но Шнитцер и Комбс не были первооткрывателями, за несколько лет до них, в 1986 году немецкий ученый Ханс Юрген Кошвитц (Hans Jurgen Koschwitz) написал, что «аспект публичных отношений приносит много важного в теорию и практику публичной дипломатии» [3].

При этом Шнитцер и Комбс в своей книге дали направление другим ученым и исследователям, и вот в 1996 году, спустя четыре года после выхода «Публичные отношения и публичная дипломатия», английский теоретик Жакки Летанг (Jacquie L'Etang) также анализирует возможные пересечения публичных отношений и публичной дипломатии и предполагает, что публичные отношения многому могут научиться на опыте публичной дипломатии [2].

Таким образом, мы можем видеть, что история взаимоотношений публичных отношений и публичной дипломатии очень сложная. Но с каждым годом сторонников того, что эти две дисциплины не чужие друг другу, становится все больше, их основной аргумент – польза, которую могут получить публичные отношения и публичная дипломатия при изучении друг друга.

Литература

1. Kathy R. Fitzpatrick, *Advancing the new public diplomacy. A public relations perspective // 1st the Hague diplomacy conference: crossroads of diplomacy.* – 2007. Page. 6 -8.

2. Jacquie L'Etang, Public Relations as Diplomacy // Critical Perspectives in public relations. -1996. Page 33.
3. Signitzer and Coombs, Public relations and Public diplomacy. - 1992. Page 146.

Слова благодарности

Благодарю заведующего кафедрой рекламы и связей с общественностью, профессора, д.ф.н. Горохова Владимира Марковича за помощь в подготовке тезисов.