

БЪДЕЩЕТО НА ПУБЛИЧНАТА ДИПЛОМАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ

Докторант Георги Александров

Резюме: В епоха на експоненциален технологичен и комуникационен прогрес дискурсът за бъдещето на политическата комуникация е все по-актуален. В резултат на създаването на множеството нови канали за комуникация и междувременната еволюция на демократичното общество се ражда и нов инструмент на политическата власт – публичната дипломация. Мнозина автори вече създадоха обширни трудове по темата, за ролята, значимостта и бъдещето на публичната дипломация в световен мащаб и като част от политическия арсенал на актьорите в световната политика. На дневен ред пред нас стои въпросът – има ли бъдеще публичната дипломация в България? Тази академична тема се преплита твърде интригуващо с друг феномен – Европейския съюз и пълноправното участие и членство на Република България в него. Статията разглежда бъдещата роля на публичната дипломация като инструмент на нацията, подкрепен от силата на ЕС и значимостта на силния и единен съюз.

Ключови думи: публична дипломация, пропаганда, конструктивизъм, масови комуникации.

THE FUTURE OF PUBLIC DIPLOMACY IN BULGARIA

PnD student Georgi Aleksandrov

g.g.aleksandrov@gmail.com

Summary: In times of exponential technological and communicational progress, the topic of the future of political communication

<https://doi.org/10.33919/ydmc.19.1.9>

is gaining more and more strength. As a result of the creation of many new means for communication and the evolution of the democratic society, there was born a new instrument of political power – public diplomacy. Many scholars have already developed large scale works on the topic about the role, the meaning, and the future of public diplomacy on the world stage. Here we have at hand the question for the future of Public Diplomacy in Bulgaria. This scientific topic is interrelated with yet another phenomenon – the European Union and the participation of Bulgaria as a member in it. This article reviews the future role of public diplomacy as an instrument of the sovereign assisted by the soft power of the EU and the significance of a strong and unified European Union.

Keywords: Public Diplomacy, Propaganda, Constructivism, Mass Communications

Раждането на една идея: Публична дипломация

Публичната дипломация в сферата на международните отношения е интересен термин, използван често, без да е подлаган на строг и обстоен академичен анализ. В същността си, теоретизацията на понятието е подлъгваща и често бива използвана различно в зависимост от интересите на авторите.

Задачата на тази статия следва да започне с предоставянето на кратко обяснение що е то публична дипломация в днешно време, включително термините „нова публична дипломация“ и „мека сила“.

Мека сила

Ключова характеристика на новата публична дипломация е повишаването на значимостта на термина *мека сила*, дефинирана от политолога Джоузеф Най¹ в края на периода на Студената война. Той определя горепосоченото като израз на способността на участника да получи това, което иска в международна среда, поради притегателността на различната култура и поведение или чрез индиректни икономически облаги, а не на

военно или пряко икономическо влияние. Публичната дипломация е важна, защото може да бъде механизмът за разгръщане на мека сила, без тя да е сама по себе си мека сила, точно както армията и твърдата власт не са едно и също. За един международен актьор е възможно да има публична дипломация и да няма мека сила (като Северна Корея) или да има мека сила и минимална публична дипломация (като Република Ирландия).

Практически сведения относно публичната дипломация

Записки за използването на практики от международните отношения и публичната дипломация могат да бъдат датирани от самото начало на човешката история и не е никак странно, че такива прийоми могат да бъдат забелязани в комуникациите между лидери, вождове и дори военачалници като поредното средство за постигане на целите им. Мелисен² твърди, че култивирането на образа, пропагандата и други дейности, които той счита за част от публичната дипломация, съществуват още от древни времена в Римската империя, Древна Гърция и Византия, които са ги използвали успешно векове преди днешния дебат за тяхното значение в международните отношения. Понятието дипломация в света на международната политика е носело конотацията на нейното класическо проявление чрез частни срещи при затворени врата на високопоставени фигури и представители на всички участващи страни. Публичната дипломация, от друга страна, се фокусира върху отправянето на съобщение към популацията на друга нация и в тази си същност е била значително по-трудна за изпълнение в древността поради очевидните ограничения и липсата на нужните източници за комуникация между актьора и неговата чуждестранна аудитория. Големият пробив за публичната дипломация идва с изобретяването на печатната преса през XV в., което позволява масово производство на брошури и ръкописи, които да бъдат преведени на различни езици, като същевременно повишава общото ниво на образование и грамотност. Това изявление, представено от Мелисен, включва първия ни ключ към една

отправна точка, която трябва да бъде следвана и разгледана внимателно: технологичната еволюция на човечеството увеличава експоненциално силата на публичната дипломация.

Дипломацията все още е обгърната с тези си характеристики и все още ги запазва като може би най-важното си звено. Но историята на международните отношения постепенно обогатява самата дипломация с други качества, които започват произхода си от обявяването на идеите на Уилсън за т.нар. „Отворени завети“, както обяснява Захарна³ през 1918 г.

Четиринадесетте точки на „Отворените завети“ на Уилсън биват представени с една основна и главна причина: да управляват нормите на дипломацията и международните отношения. Те биват представени с цел да дискредитират практиките на „тайната дипломация“ като инструмент на международните отношения.

За Янг⁴ външната политика трябва да се основава на обществения контрол и да защитава демокрацията в дипломатическия сектор, с намерението да се елиминира, от международния живот на националните държави, тайната дипломация, надпреварата в оръжията, търговската война, колониалните съперничества и други различни видове конфликти. Обществеността и мирният характер на новото направление в дипломацията бяха категоризирани в преамбюла и в първата точка от така известните четиринадесет стълба на публичната дипломация. Идеите на Уилсън представят усилията за създаване на нова дипломация, базираща се на цивилизация, основана на визия с определен утопичен и революционен характер. Идеологическата основа на тази позиция съответства на преобладаващите ценности в американското общество, от икономическа гледна точка към международната политика, които се основават на т.нар. либерална традиция, повлияна основно от мисленето на Джон Лок и Томас Пейн.

След Първата световна война четиринадесетте завета на Уилсън от 1918 г. и жалбите, отправени от масовата публика към чужди лидери, оставят в историята своя траен отпечатък. Изчезва табуто за неформално достигане до обществеността на

други страни в периоди на мир. Общественото мнение започва да приема своята форма и да иска участие в дипломатията. Информацията е от съществено значение както за участието на обществеността в дипломатията, така и за нейния контрол от страна на правителството. От тази дата техниките на дипломатията претърпяват значителна трансформация; основният предмет на дипломатията придобива нови измерения, както и използването на информация. А с голямото технологично, техническо, икономическо, търговско, военно и социално развитие и разцвет на демократизация се развива и дипломатията. И тя започва много сериозно да възприема фигурата на обществото и неговата важна роля в използването на информацията, създавайки по този начин и в рамките на съвременната дипломатия, новата концепция за публична дипломатия, достойна да бъде взета под внимание.

Това ново академично поле на действие и проучване, резултат от идеите на Уилсън за „Отворени завети“, което поставя под въпрос традиционната дипломатия, получава името „Публична дипломатия“ през 1965 г., когато този термин е използван за първи път от Едмън Гълиън.

Уважавана група американски дипломати и изследователи, предимно от Съединените щати, използват този термин, за да се позоват на всички тези правителствени и неправителствени информационни усилия в дипломатическата област, които надхвърлят традиционната дипломатия. Сред тях Едмунд Гълиън, Хансен, Стаар, Малоуни, Центърът за публична дипломатия "Edward R. Murrow"⁵ и самата администрация на САЩ са допринесли за нарастващата популярност на този термин.

Публичната дипломатия и мястото ѝ в политиката и масовите комуникации

Публичната дипломатия става постепенно предизвикателство за правителствата на страните, главно за това на САЩ и на вече изчезналия СССР. Ясно е, че, както казва Бергман⁶, „ако едно световно мнение трябва да подкрепи конструктивен мир,

то трябва да е информирано“ и правителствата на най-силните страни в света започнаха да работят в тази посока.

Сега може да се твърди, че повечето, ако не и всички правителства, са съгласни с този подход, след като са изучавали практиката на публичната дипломация след Втората световна война до днешни дни. Всекидневният опит в министерствата на външните работи и посолствата по света не е такъв, какъвто е бил преди, когато Уилсън произнася прочутата си реч от 1918 г.⁷ Обществеността вече не е безразлична към международния живот на хората и иска да участва все повече и повече.

От 1918 г. възможностите за маневриране на правителствата в международната политика са намалели, поради намесата на националното и международното обществено мнение. Вземащите решения и преговарящите вече не могат да извършват действия, без да вземат предвид гледната точка на активното обществено мнение. Тези длъжностни лица, които в края на краищата представляват правителството, трябва да работят усилено, за да постигнат споразумения и да провеждат политика, която може да бъде „продадена“, както в самата държава, така и в чужбина.

Налице е обаче голямо предизвикателство в задачата за „докладване“ (комуникативната задача, свързана с изготвянето на доклади и анализи) на посолствата, поради големия поток от информация, необходим за процеса на съвременната дипломация. Тази функция вече не е толкова удобна, колкото е била; тя не се ограничава до информирането на самото правителство и правителството на страната, в която е акредитирано посолството. Всъщност комуникативната задача на посолството трябва да се конкурира, както никога досега, със социалните медии, тъй като преценката на дипломата може лесно да се размие от гореспоненатите медии, преди да достигне до общественото мнение⁸.

Комуникативната задача на посолството е основно задача на информацията. Дипломатите на нашето време трябва постоянно да четат пресата и да обръщат внимание на другите медии (радио, телевизия и др.). Това, естествено, важи и за всеки един

от нас, които желаем да бъдем информирани по въпросите на дипломацията и международните отношения. Всеки желаещ трябва да потърси информация за неговата страна, която може да даде представа за отношението на общественото мнение и на чуждестранното правителство към съответната нация.

Макар всичко описано дотук да има ясно и логично обяснение и причинно-следствена връзка, има случаи, в които липсата на ясна формулировка и използването на твърде много термини и обяснения не помагат особено на използващия ги. За успешното използване на публичната дипломация в днешни дни, дипломатите трябва да използват много от похватите на комуникациите и психологията. Вече не е достатъчно за тях да бъдат сигурни, че техните колеги дипломати разбират действията и думите им, те също трябва да се стремят да достигнат до общественото мнение (национално и чуждестранно), за да може то да ги асимилира. Всъщност голямата експанзия, която се случва в участието на общественото мнение във външната политика и революцията в общуването, стават ключови фактори в съвременната дипломация; които трябва да бъдат взети предвид както при формулирането на външната политика, така и при нейното изпълнение.

За традиционния дипломат тази промяна в професионалната практика предполага неформално и дегенерирано измерение на дипломацията, реалност, пренебрегвана от голяма част от институциите на външните министерства в света днес. Те трябваше да се приспособят към тази нова ситуация на съвременната дипломация. Понастоящем „персоналът“ на всяко посолство включва „прес-аташе“ или „информационни аташета“, „културно аташе“ и т.н., като всички те са относително нови в структурата на дипломатическото обслужване⁹.

Друга перспектива за Публичната дипломация

Въпреки, че е постигнат значителен напредък в областта на комуникацията в света на дипломацията, както в тази статия, така и в академичната литература като цяло, систематичното формулиране на това, което някои наричат *Публична дипло-*

мация, може да се оспори. Горепосочените формулировки като тези, извършвани от Центъра за публична дипломация на Едуард Р. Мъроу, се нуждаят от преработване, за да обхванат реалния размах на концепцията, представляваща термина „публична дипломация“ в днешната ера на константен технологичен напредък.

Емпирични примери за публична дипломация от Република България

В един свят на все по-нарастваща глобализация и взаимосвързаност, феноменът на публичната дипломация не може просто да заобиколи България със своето стратегическо местоположение на Балканите и в Европа. Въпреки това, наистина е жалко, че когато човек говори за България и публичната дипломация, винаги е за това как тя се упражнява върху местното население. За да се задълбочи по подобна тема обаче, Тасу¹⁰ твърди, че човек трябва първо да „де-американизира дискурса с мека сила“. Тъй като понятието мека сила, както споменах, се приписва на Харвардския учен Жозеф Най, разбираемо е, че той се фокусира предимно върху САЩ, първо, поради националност и вероятно най-важното, поради ролята на САЩ като глобален политически лидер.

В този смисъл България има същото предимство, а именно – да бъде част от друг глобален политически лидер, какъвто е Европейският съюз.

Възможно ли е България сама да развие публична дипломация? Според Уанг & Сун¹¹ това е възможно. Като инструмент на политиката на меката сила, обществената дипломация също има своите полезни инструменти. Сред тях, този, който придобива все по-голяма популярност е т.нар. „Национално брендиране“ (Nation Branding). Брендирането на една нация е ключов елемент на публичната дипломация и доказва нейната интердисциплинарна природа, силно повлияна от съвременната маркетингова теория и практика. Националното брендиране представлява усилията на една държава да култивира имиджа и репутацията си на световната сцена или както обобщава

Уоли Олинс¹² „Нациите ... се опитаха да създадат и променят своята репутация, за да създадат лоялност и съгласуваност на вътрешния пазар и да насърчат собствената си сила и влияние в съседните страни“.

Под строгия надзор на Европейския съюз и неговите стратегически инструменти, България може би е на правилния път да получи позитивен национален имидж сред своите съседи, и то без особени усилия от наша страна. Един от най-интересните емпирични примери идва от програмите за териториално сътрудничество (ПТК) 2014-2020 г., които се провеждат по политиката на ЕС за сближаване INTERREG V. INTERREG, или също така известен като Европейско териториално сътрудничество „е една от целите на политиката на сближаване и осигурява рамка за осъществяване на съвместни действия и обмен на политики между националните, регионалните и местните участници. икономическото, социалното и териториалното развитие на Съюза като цяло.¹³ „ INTERREG се състои от три направления за сътрудничество: междурегионални, трансгранични и транснационални. По своята същност тази програма предоставя финансиране от ЕС, което да се използва в сътрудничеството между държавите – членки и техните съседи. Ситуацията с програмата INTERREG в България е от особен интерес поради позицията на страната ни на Балканския полуостров. Сред различните възможности, България – Турция, България – Сърбия и България – Северна Македония са от особен интерес, тъй като те насърчават положителния имидж на България като носител на съвременни практики, ноу-хау и материално оборудване за страни извън ЕС.

Дейностите, изпълнявани в рамките на INTERREG, са само един от многото примери за върховенството на ЕС в световната политика, що се отнася до използване на мека сила. Дори в такива бурни времена, белязани от десетилетие на световна финансова криза, Брегзит и провала на Копенхагенската конференция за климата, ЕС безспорно остава един от световните политически лидери, въпреки липсата на адекватни инструменти за използване на „твърда сила“. Ако искаме напълно да разберем причините и стълбовете на политиките на ЕС в това

отношение, трябва да споменем много разгорещената дискусия за международната сила на ЕС¹⁴¹⁵¹⁶. Накратко казано, няколко присъединявания на държави – членки към ЕС увеличиха световното му влияние, пазар и стойност на вноса/износа, което прави ЕС все по-важен участник на международната сцена. Неговите политически и структурни различия спрямо тоталитарните сили на миналото или федералния характер на Съединените щати предизвикаха голям интерес сред учените, занимаващи се с политика и международни отношения за бъдещето на Съюза и неговия потенциал.

Макар да е безспорно, че ЕС показва желанието си и стремежа към укрепване на военната си мощ (един от основните инструменти на „твърдата власт“), за да увеличи влиянието си върху глобалната политика, и че в тази насока беше създаден „отряда на ЕС“ в НАТО, както и т.нар. бойни групи на ЕС по директивата за Европейска политика за сигурност и отбрана, масово разпространеното мнение на много учени¹⁷¹⁸ е, че съюзът трябва първо и преди всичко да развива своите основни предимства. Уникалният подход на ЕС към упражняване на гражданска власт конструира перспектива за него като „постмодерен“ суверен. Съюзът, създаден през 1951 г., може и да е стартирал поради необходимост – гореспоменатата година обозначава сътворяването на Европейската общност за въглища и стомана, създадена от Белгия, Франция, Западна Германия, Италия, Нидерландия и Люксембург в периода след Втората световна война, за да лиши Германия от най-важните ѝ военни ресурси. До сега ЕС е преминал през няколко правно-конституционни договора и структурни промени, за да достигне днешното си устройство от 28 държави – членки, които са делегирали част от националният си суверенитет, за да преследват икономическо, политическо и социално развитие. Отличителната тристълбова структура на ЕС и неговата конфедерационна структура му предоставят инструментите за провеждане на уникална политическа програма. Накратко казано, ЕС се възприема като иновативен и световен лидер в различни области като хуманитарна помощ, напредък на демокрацията и свобода на словото и насърчаване на свободата. Следвайки тази линия на

мислене, може да се види очевидна дилема пред лидерите на ЕС: увеличаване на твърдата власт чрез военни формирования, инвестиции в оръжия, нови военни технологии и изпълнение на мисии в чужбина или продължаване на иновациите и преследване на нови политически инструменти за упражняване на влияние върху другите актьори. Това, разбира се, може да звучи прекалено опростено, тъй като ЕС понастоящем преследва и двата пътя, но редица учени¹⁹²⁰ са скептични по отношение на капацитета и потенциала на ЕС за разширяване на военната сила, особено в сравнение с американската, руската и военната мощ на Китай.

Публичната дипломация от своя страна е един от най-обещаващите инструменти в арсенала на Европейския Съюз. Това произтича от ролята на ЕС като световен лидер в много области на световната политика, където меката власт доминира над броя танкове и оръжия за масово унищожение. Безспорната водеща роля на Съюза в международната борба срещу глобалното затопляне, дискриминацията, расизма и други, осигурява положителен образ на ЕС в света. Именно тази репутация позволява на ЕС да влияе по-лесно на други актьори и на чуждестранна популация, отколкото да кажем Китай или САЩ.

Заклучение

Както Мелисен теоретизира, публичната дипломация върви ръка за ръка с външната политика и дипломатическите отношения. Може ли публичната дипломация сама да постигне дадена цел? По-скоро важи мнението, че публичната дипломация е и ще бъде използвана като инструмент за постигане на целите, но само като допълващ метод към класическото понятие за дипломация и провеждане на външните работи. Строго теоретично, силата на този инструмент произтича от способността му да се намесва и да подобрява позитивната идентичност на актьора спрямо други международни играчи, а влиянието му ще продължи да се засилва през идните години с развитието на дигиталните технологии, които ни свързват.

Бележки:

1. Nye, Joseph „Soft Power“ in „Foreign Policy No. 80, Twentieth Anniversary, 1990, pp.153-171
2. Melissen, Jan, The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice, The New Public Diplomacy, 2011, pp.3-27
3. Zaharna, R. S. Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy in „Foreign Policy in Focus“, Vol. 10.1 (2005): pp.1-2
4. Young, Iris, Inclusion and Democracy Oxford: Oxford University Press, 2000
5. The Edward Murrow Center for Digital World <http://fletcher.tufts.edu/Murrow-Center>, 06.11.2018
6. Bergman, Tabe, American Television: Manufacturing Consumerism The Propaganda Model Today University of Westminster Press, 2018
7. Hannigan, Robert, The Great War and American Foreign Policy, 1914-24 University of Pennsylvania Press, 2016, pp.125-129
8. Snell, John, Wilson on Germany and the Fourteen Points in „Journal of Modern History“ Vol. 26(4), 1954, pp.364-369
9. Riordan, Shaun, Dialogue-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm? in „Discussion Papers in Diplomacy“ No.95, November 2004, Netherlands Institute of International Relations „Clingendael”
10. Thussu, Daya, De-Americanizing Soft Power Discourse? Figueroa Press, Los Angeles, 2014
11. Wang, Jian & Sun, Shaojing Experiencing Nation Brands: A Comparative Analysis of eight national pavilions at Expo Shanghai 2010 Figueroa Press, Los Angeles; <http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u35361/2012%20Paper%20.pdf>, 2012
12. Olins, Wally, The New Public Diplomacy: Making a National Brand The New Public Diplomacy, 2011, pp.169-179. (p.170)
13. European Commission website http://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/cooperation/european-territorial/, 15.05.2019
14. Bialasiewicz, Luiza, Europe in the World: EU Geopolitics and the Making of European Space Ashgate Publishing Limited, 2011
15. Hettne, Bjorn & Soderbaum, Frederik, Civilian Power or Soft Imperialism? The EU as a Global Actor and the Role of Interregionalism European Foreign Affairs; Kluwer Law International, 2005
16. Smith, Karen, Beyond the civilian power EU debate <https://www.cairn.info/revue-politique-europeenne-2005-3-page-63.htm>, 2005

17. Chivvis, Christopher, EULEX Kosovo EU Civilian Crisis Management RAND Corporation, 2010
18. Klaine, Mareike, The Implementation of EU Policies, Informal Governance in the European Union, 2013
19. Murphy, Ray, The European Union and Development in Crisis Management Operations and Peacekeeping, Connections Vol.8, No.1. Winter, 2008. pp. 58-91
20. Paulo, Jorge, The European Defense Sector and EU Integration, Partnership for Peace Consortium of Defense Academies and Security Studies Institutes, 2008