

Оценка инструментов публичной дипломатии: история, значение и особенности

Владимир М. Кутовой

*Дипломатическая академия МИД РФ, Москва, Россия,
kutovoy46@mail.ru*

Аннотация. Современные международные отношения требуют дополнительных источников влияния, а также различных способов их развития и применения. Одним из этих источников является публичная дипломатия, которая имеет множество форматов и используется различными акторами мировой политики. Оценка и управление ее инструментами направлено на реализацию комплексной дипломатической стратегии государства с целью оказания влияния на население зарубежного государства, его политическое мнение и решения. Вопросам публичной дипломатии уделяется все большее внимание и в экспертном дискурсе. Анализ и выявление наиболее эффективных методов и технологий публичной дипломатии с точки зрения достижения поставленных целей также должен служить прояснению особенностей ее влияния на политические процессы. *Целью исследования* в данной статье является обоснование того, что публичная дипломатия является государственным внешнеполитическим инструментом в формате коммуникационных каналов взаимодействия государства с зарубежными обществами в политических целях. *Методология исследования* заключается в том, что для достижения поставленной цели и решения задач использовались диалектический и системный подходы, общенаучные методы ретроспективного, ситуационного, компаративного, факторного анализа, контент-анализ научной литературы, экономико-статистический, сравнительный, аналитический методы исследования. Исследовательский подход основан на сравнении этапа появления публичной дипломатии и механизмов нового этапа публичной дипломатии: анализу влияния общественного мнения на формирование и проведение внешней политики. Кроме того, дана оценка эффективности инструментов публичной дипломатии, что, таким образом, способствует пониманию того, что в настоящее время публичная дипломатия служит средством не только для налаживания связи между зарубежными обществами, но и для продвижения внешнеполитических интересов государства. В результате

исследования показано, что высшее образование – это один из наиболее успешных инструментов в практике публичной дипломатии.

Ключевые слова: публичная дипломатия, мировая экономика, дипломатическая стратегия государства, современные международные экономические отношения, имидж государства, коммуникационные каналы взаимодействия государств, общественное мнение

Для цитирования: Кутовой В.М. Оценка инструментов публичной дипломатии: история, значение и особенности // Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета. 2022. № 4. С. 100–115. DOI: 10.28995/2782-2222-2022-4-100-115

Evaluation of the public diplomacy tools: history, significance and specifics

Vladimir M. Kutovoi

*Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia,
Moscow, Russia, kutovoy46@mail.ru*

Abstract. Modern international relations require additional sources of influence, as well as different ways of their development and application. One of the sources is public diplomacy, which has many formats and is used by various actors in world politics. The evaluation and management of its tools is aimed at implementing a comprehensive diplomatic strategy of the state in order to influence the population of a foreign state, its political opinions and decisions. The issues of public diplomacy are receiving more and more attention in the expert discourse. Analysis and identification of the most effective methods and technologies of public diplomacy in terms of achieving the set goals should also serve to clarify the features of its influence on political processes. The purpose of the study in the article is to substantiate the fact that public diplomacy is a state foreign policy tool in the format of communication channels for the interaction of the state with foreign societies for political purposes. The research methodology lies in the fact that in order to achieve the set goal and solve problems, dialectical and systemic approaches, general scientific methods of retrospective, situational, comparative, factor analysis, content analysis of scientific literature, economic-statistical, comparative, analytical research methods were used. The research approach is based on a comparison of the emergence stage of public diplomacy and the mechanisms of a new stage in public diplomacy – analyzing the influence of public opinion on the formation and implementation of foreign policy. In addition, an assessment is made of the effectiveness of public diplomacy tools, what, thus, contributes to the understanding that

at present public diplomacy serves as a means not only to establish relations between foreign societies, but also to promote the foreign policy interests of the state. As a result of the study, it is shown that higher education is one of the most successful tools in the practice of public diplomacy.

Keywords: public diplomacy, world economy, diplomatic strategy of the state, modern international economic relations, image of the state, communication channels of interaction between states, public opinion

For citation: Kutovoi, V.M. (2022), "Evaluation of the public diplomacy tools: history, significance and specifics", *Science and Art of Management / Bulletin of the Institute of Economics, Management and Law of the Russian State University for the Humanities*, no. 4, pp. 100–115, DOI: 10.28995/2782-2222-2022-4-100-115

Введение

За последние десятилетия технологические изменения и глобализация поменяли международные отношения. Традиционная дипломатия перестала быть главным каналом, по которому государства проецируют свой имидж за рубежом. Так же, как коммуникационные и транспортные технологии способствовали быстрому распространению информации и глобальному перемещению людей, традиционная дипломатия постепенно дополнялась и расширялась в других измерениях, где контакты между людьми, социальные сети и негосударственные субъекты играют влиятельную роль. Тем более что в отличие от традиционной дипломатии, публичная дипломатия не регламентируется универсальными правовыми документами.

Публичная дипломатия стала в первую очередь предпочтительным стратегическим фактором в новой международной системе, в которой ценность коммуникации возросла [Грибанич 2022].

В отличие от традиционной дипломатии, публичная уделяет приоритетное внимание влиянию государства на общественное мнение других стран. Кроме этого, она стремится использовать негосударственные субъекты и общественное мнение.

Теоретическая основа исследования

Стоит начать с того, что появление теории публичной дипломатии приходится на конец XIX – начало XX в. В ранние годы

публичная дипломатия уделяла больше внимания международному вещанию и информационным функциям. Яркий пример этому создание государственного Информационного агентства США (USIA) в 1953 г. [Schneider 2004]. Данное агентство было создано в качестве официальной организации, которой приходилось иметь дело с вопросами публичной дипломатии во время холодной войны с помощью информационных программ [Stone 2004].

Новый этап изучения начинается с 1965 г., когда термин «публичная дипломатия» был впервые использован деканом Школы права и дипломатии им. Флетчера при Университете Тафтса Эдмундом Гуллионом при создании Центра публичной дипломатии имени Эдварда Р. Мерроу [Yuami 2004].

По словам Гуллиона: «Публичная дипломатия имеет дело с влиянием общественного мнения на формирование и проведение внешней политики. Она охватывает аспекты международных отношений за рамками традиционной дипломатии; “выращивание” правительствами общественного мнения в других странах; взаимодействие частных групп и интересов в одной стране с другими; отчетность по иностранным делам и их влияние на политику; общение между дипломатами и иностранными корреспондентами; процессы межкультурных коммуникаций».

Концепция Гуллиона подразумевает, что публичная дипломатия государства взаимодействует с возрастающей ролью эмоциональных и установочных факторов со стороны иностранной общественности, то есть с психологическим или человеческим измерением международных отношений [Fisher 1972].

В таком контексте одна только традиционная дипломатия сама по себе уже не является адекватной. А дипломатические отношения должны выходить за рамки межправительственных отношений, ведь дипломаты теперь конкурируют с огромным количеством «неофициальных репортеров», действующих лиц и каналов международного общения, которые существенно влияют на правительственные решения, принимаемые на международной арене [Melissen 2005].

Публичная дипломатия, таким образом, возникла как ответ на устойчивую трансформацию мира, в котором, например, большая мобильность людей вызвана развитием транспорта и коммуникационных технологий [Gilboa 2001].

На следующем этапе в 70-е и 80-е гг. XX в. появился «культурный империализм», посвященный изучению применению массмедиа и кино в целях влияния правительств на жителей зарубежных стран [Смирнов 2015]. Таким образом, этот этап можно назвать становлением публичной дипломатии.

На последующие концепции повлияло измененное геополитическое положение в связи с распадом СССР.

В 1990 г. Дж. Най предложил новую трактовку, ввел термин «мягкая сила» (soft power) [Nye 2007].

Трагические события в США 11 сентября 2001 г. дали новый толчок развитию публичной дипломатии как средству коммуникации между правительствами, реально обеспечивающей обратную связь.

В 2006 г. английский ученый С. Анхольт разработал концепцию «брендинга государств», построенную на том, что оценка действий государства населением зарубежных стран напрямую зависит от имиджа данной страны. Сильная репутация позволяет государствам в непростых ситуациях выглядеть достойно в то время, как неидеальная репутация заставляет даже самые правильные действия воспринимать как сомнительные [Анхольт 2007].

В начале XXI в. исследования английского ученого М. Леонарда, основателя европейского совета по международным делам, стали базисом для дальнейшего изучения данной темы [Leonard, Smewing, Stead 2002].

Американский исследователь Дж. Фишер описывает публичную дипломатию как попытку завоевать сердца и умы людей¹. Публичная дипломатия построена на «интенсивном обмене информацией, нейтрализации стереотипов и клише о своей нации». Только поддерживая мосты двусторонней связи, создавая диалог между народами, будет возможно изменить восприятие иностранной публики. На практике публичная дипломатия включает в себя программы, которые достигают международной аудитории, такие как информационная деятельность, вопросы культуры и международные обмены.

Значение публичной дипломатии

Одна из целей публичной дипломатии – культивация определенного общественного мнения за рубежом, а также повышение имиджа и престижа страны путем взаимного понимания [Simonin 2008].

¹ Fisher. Mapping the Great Beyond: Identifying Meaningful Networks in Public Diplomacy. URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/publications/perspectives/CPDPerspectivesMappingNetworks.pdf> (дата обращения 11 октября 2020).

В последнее время наиболее важными элементами для государств являются авторитет и престиж. Пока страна имеет эти ценности, она может выражать свою собственную политику по отношению к другим странам и обществам и являться центром притяжения. В общении источник сообщения так же важен, как и сообщение. В публичной дипломатии страны являются источниками. Послания в рамках публичной дипломатии настолько же надежные и заслуживающие доверия, как страны надежны и престижны. Недостаточно сосредоточиться только на послании при создании публичной дипломатии.

Таким образом, цели публичной дипломатии: информирование и, таким образом, оказание влияния на иностранное общественное мнение; исправление недопонимания и создание почвы для глубокого межобщественного диалога. Управление дипломатией, основанное на взаимном общении и взаимодействии, в значительной степени выигрывает от элементов мягкой силы, таких как культура, образование, спорт и т. д. для создания взаимной симпатии.

Центральное место в концепции публичной дипломатии занимает идея, что способность государства контролировать поведение других государств для получения желаемого результата строится теперь при эффективном применении инструментов и методов публичной дипломатии.

Результатами публичной дипломатии являются: укрепление положения государства на международной арене; влияние на правительства для осуществления нужных внешнеполитических решений; расширение диалога между гражданами государства и зарубежными партнерами; создание позитивного образа государства, представляя за рубежом ценности и институты страны.

Новая публичная дипломатия – это не просто односторонний процесс коммуникации. В XXI в. идея аутентичного диалога, построения отношений и обмена приобретает большую актуальность в теории и практике публичной дипломатии [Melissen 2005].

Возможно, концепция публичной дипломатии Марка Леонарда, как было отмечено, является наиболее всеобъемлющей в литературе по этой теме, учитывая, что она способна объединить все вышеперечисленные идеи. Он считает, что цель публичной дипломатии состоит из трех аспектов: передать информацию, «продать» положительный образ страны, построить долгосрочные отношения, которые создадут благоприятную среду для государственной политики. Таким образом, публичная дипломатия рассматривается Леонардом как имеющая три измерения: (i) ежедневные коммуникации; (ii) стратегические коммуникации; и (iii) построение отношений [Leonard, Smewing, Stead 2002].

Инструменты публичной дипломатии

Иными словами, первое измерение публичной дипломатии – это управление новостями, которое должно оказывать поддержку традиционной дипломатии и национальным интересам правительства. Это измерение работает в краткосрочном масштабе времени с превентивной целью, которая направлена на объяснение контекста внутривластных и внешнеполитических решений.

С этой точки зрения телевидение, радио, СМИ, Интернет и социальные сети – самые полезные инструменты публичной дипломатии. Формирование имиджа или брендинг государства – второе измерение публичной дипломатии. Его основная цель – донести стратегические послания, подкрепленные культурными мероприятиями, если это необходимо, с целью продвижения страны на международной арене. Эта объясняет маркетинговый аспект публичной дипломатии, особенно как попытку повлиять на зарубежную аудиторию, что очень похоже на рекламную кампанию.

Наконец, третье измерение касается развития прочных отношений с ключевыми лицами в течение длительного периода времени через обучение, семинары, конференции, языковое обучение, стипендии, а также международные научные, образовательные и культурные обмены.

Не только Марк Леонард рассматривал публичную дипломатию в трех измерениях, но и Джозеф Най: «ежедневное общение и информация», «стратегическое планирование и национальный брендинг» и «построение и развитие долгосрочных отношений» [Nye 2005]. Третье измерение публичной дипломатии – «построение и развитие долгосрочных отношений» – делает упор на непрерывном взаимодействии. Чтобы сообщения были постоянными, отношения с целевой страной и обществом в различных областях должны устанавливаться с помощью инструментов и методов публичной дипломатии.

В частности, таких инструментов, как образовательная деятельность, программы обмена и интернационализированные учебные планы. Эти инструменты позволяют странам сближаться, чтобы они могли лучше понимать друг друга [Ozcan 2015].

Практика публичной дипломатии в образовательной среде создает стратегические возможности для самовыражения стран и их попыток убеждения зарубежных обществ. Если страна знает об этой возможности, извлекает из нее выгоду и создает надлежащую почву, это может стать «центром притяжения», что имеет решающее значение для публичной дипломатии.

Таким образом, из множества институтов, через которые может осуществляться публичная дипломатия, образование играет ключевую роль. Оно может способствовать межкультурному диалогу о спорных идеях и противоположных интересах, а также выстраивать эффективные международные отношения с помощью так называемой «мягкой силы».

Страны могут обращаться к зарубежным обществам через свои языковые, культурные и образовательные возможности. В результате этих отношений, основанных на взаимном доверии, страны могли получить поддержку своей политики и завоевать симпатии зарубежного общественного мнения. Многие страны с богатым опытом в области международного образования, такие как США, Великобритания, Канада, а в последнее время и Китай, признали эту роль и улучшили соответствие образования их национальным интересам и общим целям мягкой силы [Byrne 2013].

Высшее образование – идеальный инструмент публичной дипломатии, позволяющий достичь намного большего, чем подходы традиционной дипломатии [Peterson 2014]. Не только большие державы, но и маленькие страны верят в использование образования в качестве дипломатического инструмента для помощи правительствам достичь национальных интересов и укрепить свою идентичность и доверие в других странах [Vaxevanidou 2018]. Страны используют образовательную дипломатию, чтобы обеспечить влияние в областях социально-экономического развития [Waithaka, Maluki 2016]. Например, именно образование сыграло важную роль в продвижении национальной мощи в постколониальный период [Peterson 2014].

Идея о том, что высшее образование может быть средством публичной дипломатии, не нова. Университеты и учебные центры всегда привлекали ученых и студентов в поисках новых знаний. Например, на протяжении столетий европейские ученые путешествовали по всему миру, принося с собой понимание других культур и способов, которыми мир работал. Ученые-буддисты и исламские ученые распространили свои знания в различных частях мира, изменив свои религиозные верования в соответствии с местными условиями и традициями. Таким образом, идея межкультурного общения и понимания всегда была целью академически продвинутого обучения.

В публичной дипломатии школы и университеты являются важными инструментами поддержки исследовательского процесса и культурным проводником публичной дипломатии. Исследовательские центры университетов внесли свой вклад в развитие стратегии публичной дипломатии своими научными отчетами,

анализами и публикациями. Кроме этого, университеты проводят международные конференции, семинары, практикумы и конгрессы для поддержки процесса передачи сообщения.

Влияние этого ощущается во многих областях, особенно в сфере культурного обмена. Это может быть как преподавание национального языка за границей, так и программы международного обмена и множество других типов пост-обязательного преподавания и обучения. Международное образование и обучение нацелены на формирование толерантности, понимание и общение, а также развитие отношений между странами посредством межкультурного обучения своих граждан, особенно в высшем образовании. Это вклад образования в дипломатию. Важность признания и оценки разнообразия становится основополагающей в мультикультурных обществах, в которых многие из нас сейчас живут, и децентрализация высшего образования с кампусами, полными иностранных студентов, жизненно важна для подготовки сегодняшней молодежи к жизни в глобальном сообществе и экономике.

Среди основных инструментов, которые предоставляет система образования и которые могут быть использованы в интересах публичной дипломатии, можно выделить индивидуальную мобильность (мобильность студентов или преподавательского состава); мобильность образовательных программ (курсы дистанционного и очного образования, совместные образовательные программы, сетевое и франчайзинговое образование); институциональную мобильность (совместные кампусы и образовательные учреждения); формирование новых международных стандартов образовательных программ (например, европейского стандарта высшего образования); создание систем сертификации признания и оценки (система зачетных единиц, выдача «двойных» дипломов, международное признание документов об образовании); институциональное партнерство (объединение вузов для проведения конкретных образовательных проектов и создание партнерских сетей вузов); создание стратегических образовательных альянсов и т. д.

Самая известная форма – это мобильность студентов – выезд какого-то числа молодых людей для обучения за границу. Хотя мобильность преподавательского состава не так хорошо исследована, ее можно считать второй по важности формой публичной дипломатии. Кроме этого, стоит упомянуть зарубежные отделения и филиалы различных университетов, которые таким образом пытаются совместить набор иностранных студентов. Они полностью подчиняются основному учебному заведению и, соответственно, могут сильно влиять на образовательную и культурную среду.

Возможно, программы академического обмена являются эффективным методом достижения влияния на мнение общественности из-за трех основных причин: убеждение, профиль участников и культурный аспект. В этом контексте обмен студентами важен, потому что эти программы, помимо создания международных академических сетей, помогают создавать точные изображения принимающих стран. Более того, обмены улучшают понимание культурной осведомленности как в принимающих странах, так и в странах происхождения, поскольку ожидается, что они поделятся своим опытом по возвращении. По мнению Карен Хьюз, международные программы обмена – это «сердце публичной дипломатии» [Potter 2002].

Есть три ключевые роли, которые обычно связаны с образовательными обменами [Li 2018]: (1) развитие взаимопонимания; (2) создание благоприятного имиджа принимающей страны; и (3) продвижение внешней политики страны пребывания. В наши дни страны практикуют дипломатию в различных формах вне зависимости от возможностей, наличия ресурсов и силы страны. В современном глобальном обществе высшее образование создает критическую мягкую силу, способную маневрировать в современном мире.

В то время как большинство форм публичной дипломатии включают представление имиджа и информации, обмены напрямую связаны с «человеческим фактором», когда взаимодействие с личностью и психология участников занимает центральное место. Действительно, программы обмена считаются наиболее успешным способом развития имиджа страны пребывания, который сам по себе говорит о своих идеалах, ценностях и убеждениях. Более того, передача посыла через иностранных граждан дает всестороннее и непредвзятое восприятие экономической, политической и социальной динамики [Potter 2002].

Теория Ингрид Эйде – студента как «носителя культуры» или как связующее звено между культурами – очень помогает в объяснении того, как заблуждения и стереотипы уменьшаются через образовательные и культурные обмены [Eide 1970]. Национальные государства начали по-другому думать о взаимосвязи между интернационализацией и публичной дипломатией. В то время как страны продолжают предлагать стипендии иностранным студентам, количество и продолжительность таких стипендий заметно увеличились. Более того, многие стипендиальные программы теперь связаны с возможностями торговли или важными проблемами безопасности. Австралия, например, разработала план «Новый Колombo», который предлагает студентам стипендию для проведения

определенного периода времени в университете или корпорации в Азии, чтобы лучше понять быстрорастущие азиатские рынки.

Таким образом, публичная дипломатия представляет собой совокупность инструментов и методов внешней политики, которая характеризуется открытостью и косвенной направленностью, реализуется в рамках деятельности государственных и негосударственных институтов. Она направлена на реализацию комплексной дипломатической стратегии государства с целью оказания влияния на население зарубежного государства, его политическое мнение и решения.

Базовое направление публичной дипломатии – образование, так как одной из целевых групп являются студенты и научные сотрудники как будущая элита государства. Из форм публичной дипломатии в образовании можем выделить мобильность студентов, ученых и преподавателей, транснациональное обучение, краткосрочные образовательные курсы, семинары, конференции, мастер-классы, языковое обучение, интернационализированные учебные планы, систему двойных дипломов, стипендии и гранты, создание партнерской системы вузов, национальные образовательные центры за рубежом, а также международные научные, образовательные и культурные обмены.

Данные формы являются инструментами публичной дипломатии. С их помощью правительства могут достичь укрепления национальных интересов за рубежом, способствовать межкультурному диалогу, передать необходимый образ государства через студентов, а также выстроить эффективные международные отношения.

Заключение

Публичная дипломатия служит средством не только для налаживания связи между зарубежными обществами, но и для продвижения внешнеполитических интересов государства. Грамотное сочетание публичной дипломатии с официальной политической линией той или иной страны ведет к укреплению политического господства государства на международной арене. Высшее образование – это успешный инструмент в практике публичной дипломатии.

Из форм публичной дипломатии в образовании, через которые государства продвигают свои интересы и добиваются поставленных целей, можем выделить мобильность студентов, ученых и преподавателей, транснациональное обучение, образовательные курсы, семинары, конференции, мастер-классы, языковое обучение, интернационализированные учебные планы, систему

двойных дипломов, стипендии и гранты, создание партнерской системы вузов и т. д.

Интернационализация – это процесс интеграции международного культурного или глобального измерения в рамках основных функций системы образования. В последние полвека международное образование стало отраслью, источником дохода и средством повышения репутации государства.

Очевидно, что важность интернационализации для современной политики в сфере высшего образования нельзя недооценивать. Для того чтобы сделать полноценные выводы о степени эффективности интернационализации как формы публичной дипломатии, необходима была разработка критериев системы оценивания, которая была проведена во втором параграфе. В первую очередь «массовизация» высшего образования, которая неразрывно связана с политическим аспектом, стала основной движущей силой академических изменений и активировала международную мобильность студентов. Во-вторых, стипендиальные, образовательные и культурные программы в интересах принимающего государства. Существует множество примеров подобных программ в каждом государстве, которые показывают, что, когда страны спонсируют мобильность студентов и ученых по всему миру в поддержку инициатив в области публичной дипломатии, их собственные национальные интересы неизменно затрагиваются. По мере изменения геополитических условий меняются и характер их интересов, и формы поддержки международного образования со стороны данных правительств.

Третьим критерием была выделена институционализация процесса интернационализации образования. Государства создают свои собственные агентства для продвижения публичной дипломатии через образование. И последним критерием можно считать международный бренд, репутацию, международные рейтинги университетов определенного государства.

Рейтинги университетов все чаще используются национальными правительствами как средства повышения популярности институтов. Они в значительной степени являются индикатором того, что сектор образования стал «рыночным». Хотя в то же время данные рейтинги не являются объективными и точными.

Следовательно, интернационализация образования и создание образовательных программ для населения зарубежных стран решают несколько основных политических задач: отвечают за формирование мировоззрения людей, систему их норм и ценностей; объединяют группы лояльных к заинтересованному государству лиц. Поэтому данные программы – важнейшая часть политики государства.

Литература

- Анхольт 2007 – *Анхольт С.* Создание бренда страны // Бренд-менеджмент. 2007. № 1. С. 50–52.
- Грибанич 2022 – *Грибанич В.М.* Научная дипломатия. Наука и образование как важнейшие ценности общественного развития // Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета. 2022. № 3. С. 26–37.
- Смирнов 2015 – *Смирнов Н.А.* Публичная дипломатия: эволюция концепта в политической науке // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2015. № 1. С. 78–89.
- Byrne 2013 – *Byrne C., Hall R.* Realizing Australia's international education as public diplomacy [Электронный ресурс] // Australian Journal of International Affairs. 2013. Vol. 67. P. 419–438. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10357718.2013.806019> (дата обращения 29 октября 2020).
- Eide 1970 – *Eide I.* Students as culture carriers // Students as Links Between Cultures. Oslo: Universitetsforlaget, 1970. P. 166–195.
- Fisher 1972 – *Fisher G.H.* Public Diplomacy and the Behavioural Sciences. Bloomington: Indiana University Press, 1972.
- Gilboa 2001 – *Gilboa E.* Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects [Электронный ресурс] // Diplomacy and Statecraft. 2001. Vol. 12. № 2. P. 1–28. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09592290108406201> (дата обращения 11 июля 2022).
- Iyamu 2004 – *Iyamu V.O.* Diplomacia pública en la bibliografía actual // Ámbitos. 1er y 2do Semestres. 2004. № 11. S. 215–236. URL: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/a> (дата обращения 21 августа 2022).
- Leonard, Smewing, Stead 2002 – *Leonard M., Smewing C., Stead C.* Public Diplomacy. London: Foreign Policy Centre, 2002 [Электронный ресурс]. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf (дата обращения 12 октября 2020).
- Li 2018 – *Li J.* Conceptualizing Soft Power Conversion Model of Higher Education // Conceptualizing Soft Power of Higher Education. 2018. S. 19–65.
- Melissen 2005 – *Melissen J.* The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.
- Nye 2005 – *Nye S.J.* Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2005.
- Nye 2007 – *Nye J.S.* Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books, 1990.
- Ozcan 2015 – *Ozcan A.* Strategic practices of public diplomacy policies in educational field and Turkey's potential for cultural diplomacy [Электронный ресурс] // Erciyes İletişim Dergisi “akademia”. 2015. Vol. 4. № 1. P. 2–12. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/799240> (дата обращения 29 октября 2020).

- Peterson 2014 – *Peterson P.M.* Diplomacy and education: A changing global landscape [Электронный ресурс] // International Higher Education. 2014. Vol. 75. P. 2–3. URL: <https://ejournals.bc.edu/index.php/ihe/article/view/5410> (дата обращения 5 января 2022).
- Potter 2002 – *Potter E.H.* Canada and the new public diplomacy. Discussion Papers in Diplomacy. 2002. Iss. 81 [Электронный ресурс]. URL: http://www.clingendael.nl/publications/2002/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf (дата обращения 10 сентября 2022).
- Schneider 2004 – *Schneider C.P.* Culture communicates: US diplomacy that works. Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations “Clingendael”. 2004. Iss. 94 [Электронный ресурс]. URL: <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2060/schneider94.pdf> (дата обращения 12 августа 2022).
- Simonin 2008 – *Simonin B.* Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities // Fletcher Forum of World Affairs. 2008. № 32 (3). P. 19–34.
- Stone 2004 – *Stone P.H.* The softer war // National Journal. 2004. Vol. 35. № 22. P. 1686. [Электронный ресурс]. URL: http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power (дата обращения 12 августа 2022).
- Vaxevanidou 2018 – *Vaxevanidou M.* Education as public diplomacy: How to build on international image in education // Journal of Media Critique. 2018. Vol. 4. № 14. P. 55–70.
- Waithaka, Maluki 2016 – *Waithaka J.W., Maluki P.* International education exchanges as a public diplomacy instrument // International Journal of Science Arts and Commerce. 2016. Vol. 1. P. 1–8.

References

- Anholt, S. (2007), “Creating a brand of the country”, *Brand management*, no. 1. pp. 50–52.
- Byrne, C. and Hall, R. (2013), “Realizing Australia’s international education as public diplomacy”, *Australian Journal of International Affairs*, vol. 67, pp. 419–438, available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10357718.2013.806019> (Accessed 29 October 2020).
- Eide, I. (1970), “Students as culture carriers”, *Students as Links Between Cultures. Universitetsforlaget*, pp. 166–195.
- Fisher, G.H. (1972), *Public Diplomacy and the Behavioural Sciences*, Indiana University Press, Bloomington.
- Gilboa, E. (2001), “Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects”, *Diplomacy and Statecraft*, vol. 12, no. 2, pp. 1–28, available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09592290108406201> (Accessed 11 July 2022).
- Gribanich, V.M. (2022), “Science diplomacy. Science and Education as Critical Values of Social Development”, *Science and Art of Management / Bulletin of the Institute of Economics, Management and Law of the Russian State University for the Humanities*, no. 3, pp. 26–37.

- Iyamu, V.O. (2004), "Diplomacia pública en la bibliografía actual", *Ámbitos, 1 er y 2 do Semestres*, no. 11, pp. 215–236, available at: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/a> (Accessed 21 August 2022).
- Leonard, M., Smewing, C. and Stead, C. (2002), *Public Diplomacy*, Foreign Policy Centre, London: available at: https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf (Accessed 12 October 2020).
- Li, J. (2018), "Conceptualizing Soft Power Conversion Model of Higher Education", *Conceptualizing Soft Power of Higher Education*, Springer Singapore, pp. 19–65.
- Melissen, J. (2005), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, USA.
- Nye, J.S. (2007), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York, USA.
- Nye, S.J. (2005), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York, USA.
- Ozcan, A. (2015), "Strategic practices of public diplomacy policies in educational field and Turkey's potential for cultural diplomacy", *Erciyes İletişim Dergisi "akademia"*, vol. 4, no. 1, pp. 2–12, available at: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/799240> (Accessed 29 January 2020).
- Peterson, P.M. (2014), "Diplomacy and education: A changing global landscape", *International Higher Education*, vol. 75, pp. 2–3, available at: <https://ejournals.bc.edu/index.php/ihe/article/view/5410> (Accessed 5 January 2022).
- Potter, E.H. (2002), "Canada and the new public diplomacy", *Discussion Papers in Diplomacy*, iss. 81, available at: http://www.clingendael.nl/publications/2002/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf (Accessed 10 September 2022).
- Schneider, C.P. (2004), "Culture communicates: US diplomacy that works", *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', iss. 94, available at: <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2060/schneider94.pdf> (Accessed 12 August 2022).
- Simonin, B. (2008), "Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities", *Fletcher Forum of World Affairs*, no. 32 (3), pp. 19–34.
- Smirnov, N.A. (2015), "Public diplomacy. The evolution of the concept in political science", *Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*, no. 1, pp. 78–89.
- Stone, P.H. (2004), "The softer war", *National Journal*, vol. 35, no. 22, pp. 1686, available at: http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power (Accessed 12 August 2022).
- Vaxevanidou, M. (2018), "Education as public diplomacy: How to build on international image in education", *Journal of Media Critique*, vol. 4, no. 14, pp. 55–70.
- Waithaka, J.W. and Maluki, P. (2016), "International education exchanges as a public diplomacy instrument", *International Journal of Science Arts and Commerce*, vol. 1, pp. 1–8.

Информация об авторе

Владимир М. Кутовой, доктор экономических наук, профессор, Дипломатическая академия МИД России, Москва, Россия; 119021, Москва, ул. Остоженка, д. 53/2, стр. 1; kutovoy46@mail.ru

Information about the author

Vladimir M. Kutovoi, Dr. of Sci. (Economics), professor, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, Moscow, Russia; bldg. 1, bld. 53/2, Ostozhenka Street, Moscow, Russia, 119021; kutovoy46@mail.ru