

УДК 32.327.82

«ДИПЛОМАТИЯ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ»: НОВЫЕ МЕТОДЫ ДИПЛОМАТИИ
ИЛИ ПСЕВДО- ИНСТРУМЕНТЫ

© 2018

Леви Дмитрий Андреевич, кандидат политических наук, доцент кафедры
«Европейских Исследований»

Санкт-Петербургский государственный университет

(191060, Россия, Санкт-Петербург, ул. Смольного 1/3 8 подъезд, e-mail: d.levi@spbu.ru)

Аннотация. На фоне кризиса доверия в отношениях между государствами, интенсификация дипломатической работы является одним из ключевых факторов налаживания мостов на будущее. В статье автор рассуждает об эффективности одного из так называемых новых методов дипломатии - дипломатии знаменитостей. Автор оценивает позиции сторонников и противников этого явления, дает ответы на вопросы о возможной оценке эффективности применения методов дипломатии знаменитостей и анализирует историю развития явления и фактические проявления политического влияния знаменитостей. Ключевым элементом для развития явления, с точки зрения статьи, является характерная трансформация дипломатии знаменитостей из инструмента национальной дипломатии в инструмент дипломатии международных организаций, в первую очередь, ООН. Необходимо ли пользоваться данным инструментом и на что может рассчитывать государство, - вот основные полемические вопросы, которые находятся в центре внимания статьи. Автор предлагает также набор причин, которые делают понятие дипломатии знаменитостей актуальным и в периоды системного покоя в международных отношений, и в периоды бурной трансформации. Отталкиваясь от них, предлагает проанализировать фактическую пользу активного привлечения знаменитостей к сотрудничеству с государством и международными институтами.

Ключевые слова: дипломатия, дипломатия знаменитостей, эффективность дипломатии, современная дипломатия, новые методы дипломатии, нетократия, глобальное развитие, celebrity diplomacy, эффективность дипломатии, дипломатия Организации Объединенных Наций

“CELEBRITY DIPLOMACY”: NEW EFFECTIVE METHODS
OR FALSE-INSTRUMENTS

© 2018

Levi Dmitri Andreevich, PHD in political science, associate professor
of European Studies Chair
St. Petersburg State University

(191060, Russia, St. Petersburg, Smolny street 1/3, entrance 8, e-mail: d.levi@spbu.ru)

Abstract. The recent crisis of confidence in relations between states makes the intensification of diplomacy one of the key factors in building bridges for the future. In the article the author discusses the effectiveness of one of the so-called new methods of diplomacy - diplomacy of celebrities. The author evaluates the positions of supporters and opponents of this phenomenon, answers questions about the possible evaluation of the effectiveness of the methods of diplomacy of celebrities and analyzes the history of the development of the phenomenon and the actual manifestations of the political influence of celebrities. The key element for the development of the phenomenon, from the point of view of the article, is the transformation of the diplomacy of celebrities from the instrument of national diplomacy into the instrument of diplomacy of international organizations, primarily the UN. Whether it is necessary to use this tool and what the state can expect, these are the main polemical issues that are the focus of the article. The author also offers a set of reasons that make the notion of celebrity diplomacy relevant both during periods of systemic peace in international relations and during periods of rapid transformation. The article suggests to analyze the actual use of active attraction of celebrities to cooperation with the state and international institutions.

Keywords: diplomacy, diplomacy of celebrities, efficiency of diplomacy, modern diplomacy, new methods of diplomacy, netocracy, global development, celebrity diplomacy, efficiency of diplomacy, United Nations diplomacy

Качественное развитие общества, начавшееся еще в послевоенные годы, привело к изменению стереотипов потребления услуг, товаров и даже информации. Но все это ничто по сравнению с тем фактом, что изменение стереотипов привело к изменению образа поведения общества, возникновению новых культурных, информационных и даже поведенческих зависимостей. Поведенческие клише, новые стандарты правильного и неправильного, красивого и некрасивого, морального и аморального и даже разумного и неразумного, уверенно закрепляемые масс-медиа, стали инструментом формирования общественного восприятия. Так сегодня «общественной нормой» является осуждение России в США или противопоставление «семейных ценностей России и Европы» для российского среднего класса. Но среди прочего послевоенные годы, развитие телекоммуникационных средств, а также экономическое развитие открыли и другую сторону нового общества. Если еще вчера государство и государственные институты обладали в известном смысле исключительным правом на оценку своих интересов, своей позиции в международных отношениях, то наделение значительной массы людей возможностью оперативно получать поверхностную информацию о событиях в разных уголках мира, совмещение развлекательной и информационной функции в теле и радио эфирах, стандартизация информационных потребностей, а также опять же экономический

успех, создавший иллюзию независимости граждан от собственных государств у значительной части экономически активных европейцев и американцев, привели к тому, что во-первых в обществе возникло ощущение подотчетности не только внутреполитических инициатив государства своим гражданам, но и внешнеполитических. Во-вторых, вывело на передний план не только лидеров государств, представителей МИДов, но и рядовых граждан, обласканных информационным вниманием или фортуной экономического успеха.

Наивно полагать, что наиболее узнаваемые персонажи и знаменитости, обязанные своим успехом, как правило, скандальным сюжетам или кинофильмам, являются, объективно, моральным компасом своих наций. Однако, рядовые информационные потребители, что в России, что в США, что в Иране, подключенные к медиаканалам, в большинстве случаев находятся в некотором информационном вакууме, а некритическое восприятие информации и не готовность разбираться в национальных особенностях чужих культур, зачастую приводит к тому, что по теле-звезде, футбольном игроке или харизматичном миллионере судят по всей нации, по всему государству, которое он представляет. «Говорящая голова», по сути - актер, играющий угодную камере роль, в одночасье превращается в олицетворение государства и его ценностей. А информационный потребитель, подержанный медиа, становится инструментом давления

на государственные институты, оттесняя прежде узурпировавших эту роль элитарные группы.

Это подводит нас к размышлению о явлении, которое за десятилетия развития телевидения, кино и интернета, сложно отрицать: возможности влияния культуры, носителей и «говорящих голов» культуры, представителей наций и государств на умы людей в других странах. Влиянии, способном менять оценку «свой - чужой», «хороший - плохой», «союзник - противник». Культурная экспансия, реализуемая средствами закрепления стандартов поведения и восприятия, поддерживаемая своими носителями, родившись произвольно, становится любопытным фактором, оказывающим влияние на развитие не только собственно культуры, но и экономики, а затем и политики. Для стран, сделавших огромный успех в своей внешнеполитической работе за счет эффективной «продажи» ценностей демократии, свободы и вкуса гамбургера не обращать внимание на столь эффективный инструмент выгодной демонстрации культурного и экономического превосходства оказалось просто невозможно. Так в современность ворвались понятия новых методов дипломатии и среди них - дипломатия знаменитостей.

Справедливости ради надо сказать, что традиционная дипломатия, безусловно, фокусируется на работе с вполне конкретной аудиторией. Дипломатическая работа в информационном плане - это обеспечение диалога государств, толкователей государственных интересов и лиц, ответственных за принятие решений. Информационное воздействие дипломатии направлено на давление на ключевых игроков политической жизни партнерских государств с целью реализации отдельных интересов своих государств. При рождении понятия новых методов дипломатии и, среди прочего, дипломатии знаменитостей, понятие целевой аудитории, к которой применяется дипломатическое усилие государства, несколько размыто. Основная ставка в оправдании понятия делается на тезис о том, что новые методы дипломатии направлены на новое общество, которое способно к открытому или свободному потреблению информации и обладает потенциалом, доступным ресурсом и возможностью к их реализации для оказания давления на собственную политическую элиту. [1; с.121] Таким образом, дипломатия знаменитостей уходит от традиционной дипломатии в глубь несистемного PR и медиа-промоуинга, смещается из сферы повторимого стандартизируемого ремесленничества в серую зону медиа-искусства. Что ставит вопрос о том, является ли дипломатия знаменитостей полноценным управляемым государством инструментом реализации государственных интересов на внешнеполитическом пространстве или, говоря в терминах 1920х годов, является системным, «родным» и временным «попутчиком» традиционной дипломатии? Имеет ли дипломатия знаменитостей инструменты для оценки собственной эффективности, а также может ли она быть оценена с практической или научной точки зрения в критерия теоретического восприятия и методологической оценки?

Сегодня дипломатия знаменитостей или «celebrity diplomacy» вызывает противоречивые оценки в экспертном сообществе. Так, например, Лиза Энн Ричи, профессор университета в Роскилде [2], и Стефано Понте, профессор Датского института международных исследований [3], считают, что деятельность знаменитостей в дипломатической сфере сопряжена с корпоративными интересами и направлена на повышения в первую очередь их собственного имиджа, что, в конечном счете, может подрывать дипломатические инициативы в международных делах. Эндрю Ф. Купер, профессор политологии в Университете Ватерлоо [4], напротив считает, что дипломатия знаменитостей является важной составной частью дипломатической деятельности. По его словам, дипломатия знаменитостей «способствует устранению некоего вакуума доверия между диплома-

цией и обществом».[6; с.43] Кроме того, он считает, что дипломатия знаменитостей способствует расширению спектра инструментов в решении различных международных проблем.

Несколько дальше двинулся Кристофер Холмс Смит, исследователь коммуникации и журналистики в школе USC Annenberg, Директор центра лидерских коммуникаций Джонсона. В своих исследованиях он обращает внимание на наличие взаимосвязи между современными финансовыми рынками, средствами массовой информации, и повседневной культуры. Он также проводит исследования, преподает и пишет о мультикультурности и потребительском обществе, развлечениях и знаменитостях, о технологических аномалиях в развитии средств массовой информации в т.ч через призму дипломатии знаменитостей.

И сторонники и противники включения дипломатии знаменитостей в арсенал «настоящей дипломатии» зачастую невольно подходят к противопоставлению новых методов дипломатии с традиционными в том же стиле, как могут быть противопоставлены традиционная *hard*-безопасность, живущая в категориях реализма и новая *soft*-безопасность, оперирующая более гибкими пост-модернистскими нео-нео-либеральными целями, задачами и категориями. Противники закрепления за дипломатией знаменитостей права называться собственно дипломатией, в совокупности предлагают критиковать ее на основе следующих критериев:

- дипломатия знаменитостей является инструментом продвижения ценностей, но не реализации конкретных политических или внешнеполитических задач

- дипломатия знаменитостей существенным образом преломляется через восприятие тех самых знаменитостей, что в общем случае не позволяет государству в полном объеме контролировать ни текст, озвучиваемый знаменитостями, ни форму сообщений. Является ли тот факт, что сегодня знаменитости говорят то, в чем заинтересовано государство, гарантией того, что завтра они не передумают?

- реализация дипломатия знаменитостей очень уязвима, особенно в моменты, когда скоротечная слава медиа-звезд начинает гаснуть. В такие моменты скандальное поведение звезд, стремящихся вернуться в медиа-пространство может поставить под удар передаваемые звездами ценности. Бизнес-знаменитости, спортивные и кино звезды могут неожиданно перевернуться в угоду собственной экономической выгоде. Тут более чем когда напрашивается пример г-на Ж.Депардье, сменившего в поисках тихой налоговой гавани уже несколько гражданств.

- проблема аудитории дипломатии знаменитостей нередко связана с языковым барьером, барьером сферы популярности и далеко не все звезды способные его пробить. Футбольные звезды неинтересны тем, кому безразлична игра в мяч. Мексиканские звезды, кроме коротких периодов эпохи Санта-Барбары и других сериалов не понятны там, где не потребляется их продукт и т.п.

Вместе с тем, дипломатия знаменитостей возникла в процессе перехода традиционной государственной дипломатии или государственно-центричной дипломатии к публичной дипломатии. И в известном смысле стала ответом не только на развитие общества, зачатков глобализации и вовлечения общества в политику, но и на кризис традиционных дипломатических инструментов. И даже до послевоенного периода, традиционно связываемого с развитием новой дипломатии, элемент спонтанной эффективной публичной дипломатии достоверно изучены историей. Речь идет о публичных людях, далеких от традиционной дипломатии и представления государственных интересов, между тем им удавалось оказывать существенное влияние на серьезные процессы, более чем относящиеся к традиционной сфере большой международной политики. Упомянем хотя бы Лоуренса Аравийского, оказавшего достаточно сильное

влияние на решение Парижской Мирной Конференции 1919 года. Эндрю Купер в своих книгах приводит еще пример Бенджамина Франклина, [5; с.92] которого называет «первой американской знаменитостью в политике», что с нашей точки зрения не является «чистым» примером, ввиду особой роли Франклина в истории США.

Уже в традиционные годы холодной войны такие известные американские джаз-музыканты как Дюк Эллингтон, Луи Армстронг, Диззи Гиллеспи, Бенни Гудмен и Дэйв Брубек активно вовлекались американским правительством за границей для поддержания своего политического имиджа. Таким образом, финансируемые Государственным департаментом США гастрольные джаз-банды за границей можно рассматривать в качестве эффективного инструмента soft-дипломатии, ставящей целью популяризацию американского стиля жизни и продвижения американских ценностей за рубежом, что особенно было важно в годы Холодной войны. Но на этот аргумент сторонников дипломатии знаменитостей противники нередко задают вопрос о том, когда государственный департамент всерьез водрузил ценности американского образа жизни на щиты, копья и знамена и стал всерьез ставить конкретные цели, формировать индикаторы эффективности продвижения ценностей? Разумеется, это не простой вопрос.

Вместе с тем, в наибольшей степени раскрыть потенциал дипломатии знаменитостей удалось, когда дипломатическая деятельность известных людей была институционализирована в рамках ООН. Когда ЮНИСЕФ назначил американского актера, певца и комика Дэнни Кея в качестве первого посла доброй воли, ООН начали активно использовать знаменитостей для привлечения средств, влияния на дипломатическую повестку дня и для привлечения внимания к проблемам развития.

Более того, первые послы доброй воли ЮНИСЕФ Денни Кей и легенда кино и театра, признанный актер и писатель Питер Устинов сами очень прониклись идеями ООН и хорошо осознали ту ответственность, которая ложилась на их плечи. В дальнейшем это способствовало привлечению к дипломатическому содействию и многих других знаменитостей из разных стран, будь то Россия, Италия, Китай, Израиль или даже Эфиопия.[7]

Развивая это направление в 1997 году, когда на пост Генерального секретаря ООН был назначен Кофи Аннан, ООН взяла курс на привлечение еще большего числа знаменитых и известных людей. Уже к 2007 году насчитывалось более 400 послов доброй воли ООН, в том числе такие известные актеры как Ванесса Редгрейв, Лиам Нисон, Роджер Мур и Ральф Файнс, наряду со спортивными звездами, как Роджер Федерер или как певица Шакира. Для содействия работе ЮНИСЕФ Редгрейв и ее сын Карло Неро даже сделали документальный фильм *War on Want* (2006). Кроме того, бывший Генеральный секретарь Кофи Аннан учредил новый ранг для дипломатов-знаменитостей известный как «Посланники Мира» (Messengers of Peace). Во многом это продемонстрировало признание дипломатии знаменитостей в качестве эффективного дипломатического инструмента.

В 2002 году Кофи Аннан также созвал целую конференцию под названием «Celebrity Advocacy for the new Millennium», на которой он заявил, что хотел бы видеть и использовать дипломатию знаменитостей в качестве важного инструмента по оказанию давления на те страны, которые не выполняют своих обязательств перед ООН. Он также заявил, что знаменитости могут положительно повлиять на международное общественное мнение об ООН и ее целях идеализма и универсализма. От части для данных целей и была разработана программа ООН «Посланники мира», чья задача заключалась в привлечении известных и знаменитых людей, которые могли бы продвигать различные миссии ООН в средствах массовой информации. В данную группу выбирались известные люди из различных областей искусства,

литературы, музыки и спорта, которые назначались посланниками мира в период на три года. С момента начала программы, более десяти человек были удостоены звания в качестве посланников мира: Майкл Дуглас, Даниэль Баренбойм, Джордж Клуни, Стиви Уандер и Шарлиз Терон.

Хорошо, - скажут критики дипломатии знаменитостей. Пусть мы переходим от государства, как подлинного правообладателя реализовывать дипломатию, к международным институтам, таким как ООН. Что дает привлечение знаменитостей к представительской работе? Кроме провокации амбиций у самих знаменитостей, некоторые из которых, если верить таблоидам и грязным слухам, окрыленные успехом и узнаваемым в далеких уголках мира, всерьез прицеливались даже на пост генерального секретаря.

Критики скажут, что причиной привлечения знаменитостей до недавнего времени был кризис доверия в международных отношениях. Кризис репутации и усталость от традиционных методов диалога. Случайные люди у руля ряда африканских государств, новые неподготовленные опытом публичной работы политики пост-совесткого и восточно-европейского пространства нередко путали гостеприимство и радушие с собственно дипломатическими переговорами, уступая в своих интересах известному гостю за именную подпись или новенький телефон.

Сильной стороной дипломатии знаменитостей является, конечно, дополнительный ресурс, который привлекают собственно сами знаменитости. Традиционная дипломатия в этой связи скована именно государственной представительностью: позиции сторон представлены именно официальными государственными сторонами, ограниченными правилами по разглашению информации. Главное отличие «дипломатии знаменитостей» от традиционной дипломатии лежит на поверхности – первая минимальным образом завязана на участие государственных чиновников и официальных лиц и опирается только на медийную репутацию знаменитости в глазах общества. В связи с этим она в гораздо большей степени апеллирует к эмоциональному началу, нежели любой другой вид дипломатии, а тем более дипломатия традиционная. Но за пределами общей дискуссии остается большой вопрос - а все-таки, предсказуемо ли результат применения «дипломатии знаменитостей», эффективно ли привлечение нарицательных стивенов сигналов для работы в МИДе России для разрешения кризисов в отношениях с остальным миром?

Говоря о «дипломатии знаменитостей» очень сложно сравнивать уровень ее эффективности с традиционными видами дипломатии, хотя бы в связи с размытостью самого термина «эффективность» применительно к государственным интересам. Однако, мы считаем, что, учитывая темпы развития медиа и скорость превращения мира в маклюэновскую «глобальную деревню», роль селебрити в деле влияния на умы будет только возрастать. Собственный же вклад знаменитостей сильно зависит от того, смогут ли они переключить внимание со своей персоны на освещаемую проблему. Нередко гуманитарная катастрофа и людские страдания становятся платформой для продвижения собственной карьеры. Более того, существует опасность дилетантизма и отвлечения внимания от более серьезных дипломатических усилий.

Ключевой плюс дипломатии знаменитостей согласно Э.Куперу состоит в том, что «люди, скорее, склонны слушать не людей из традиционной руководящей элиты». [5; с.71] Они ничем не рискуют, не ищут выгоды, действуют по доброй воле. На наш взгляд, такая точка зрения применима для гуманитарной дипломатии звезд, действующих в качестве послов международных организаций. В случае же национальной дипломатии звезд, в основном, это хорошо оплачиваемая деятельность. Поэтому это своего рода бизнес. Хотя в некоторых случаях, как с У.Чавесом, значительную роль

играются идеологические установки знаменитости.[8] Индивидуальные действия звезд могут расходиться с официальной позицией государства. Дипломатия знаменитостей может быть лишь дополнительным фактором в отношениях, ключевую роль поступки звезд не играют, хотя и способствуют формированию общественного мнения.

Знаменитости – певцы, актеры, деятели науки, бизнесмены, шоумены и другие категории всегда привлекались и будут привлекаться к решению международных проблем – это факт. Однако привлечение знаменитостей государством имеет определенную специфику. При этом следует отличать *прямое и косвенное участие* знаменитых персон в дипломатических миссиях, точно также как следует иметь в виду, что эффективность от деятельности знаменитости для государства может быть как негативной, так и позитивной.

Классическая дипломатия использует национальных кумиров – певцов, музыкантов, и актеров, прежде всего, для продвижения культурных интересов страны, а также в целях популяризации имиджа государства. Так, в обязанности культурных отделов посольств многих стран входит организация концертов национальных музыкальных и творческих коллективов. Нередко, на концерты в других странах, организуемых при содействии посольств, выступают звезды национальной величины, это могут быть не только певцы и музыканты, встречи и вечера организовываются также, в известными редакторами изданий, политологами, драматургами, журналистами спортсменами, и так далее. Это пример прямого использования знаменитостей в классической культурной дипломатии, эффективность от которого является достаточно высокой. Такая работа посольств направлена на продвижение национальной культуры, позиционирования страны, в крайних случаях предназначена для опровержения каких-либо негативных впечатлений о стране. Эффективность же разрешения, например, затяжного конфликта между странами, с помощью такого инструмента крайне низка.

Следующий подход использования знаменитостей применяется при продвижении государством глобальных демократических идей в разных регионах мира, посредством проведения глобальных, целенаправленных музыкальных либо культурных туров. Это, конечно, пример США. Зачастую, такой инструмент используется развитыми странами, для снятия агрессии у широких масс населения, возникающей как ответная реакция на проводимую развитой страной политику в том или ином регионе. Так, к примеру, неудовольствие жителей той или иной страны по поводу присутствия иностранного контингента, либо по поводу всевозможных акций против терроризма, в том числе снижается и с помощью выступлений и тематических концертов всемирно известных звезд эстрады. Так, грандиозные туры, на тематику борьбы со СПИДом, борьбы с терроризмом, проводились Мадонной, группой «Queen», и рядом других исполнителей. Безусловно, такой инструмент, является эффективным в снижении протестного настроения среди жителей.

Также следует отметить, знаменитости влияют прямо и косвенно, как на внутреннюю, так и на внешнюю аудиторию, а могут полностью парировать, либо отразить вмешательство иной страны в национальные дела другой страны с помощью дипломатии знаменитостей. Так, если известный режиссер конкретной страны выпускает фильм, который косвенно дискредитирует чужие национальные ценности, но при этом фильм нравится широким слоям населения, на помощь приходят национальные режиссеры и авторитетные критики, которые могут снять фильм в ответ, либо своим мнением осудить ту или иную художественную картину либо театральную постановку. Второй плюс, использования знаменитостей, на отражение культурных «атак» извне состоит в том, что государство официально не иницирует кон-

фликт с другим государством из-за фильма, а наносит ответ с помощью и через национальных знаменитостей. Хотя бывают случаи, когда тот или иной фильм может спровоцировать целую волну негодования и обострения отношений между странами – фильм «Невинность мусульман» - вызвавший антиамериканскую волну протестов в мусульманском мире. К этой же категории можно отнести дипломатию, которую применяют правительства посредством использования рейтинговых кинопремий. Так, премию «Оскар» в 2013 году получил фильм «Операция Арго», снятый известным американским режиссером Б.Аффлеком. Благодаря присвоенной премии, фильм с большим доверием просмотрят большее количество населения планеты, несмотря на то, что фильм снят на основе реальных событий, точка зрения в фильме весьма субъективная.

Негативное влияние собственных знаменитостей, прежде всего на внутреннюю, и в меньшей степени на внешнюю политику происходит в случае, когда популярные в широких массах певцы, актеры и другие, высказывают публично мнение, либо совершают акции, противоречащее политике государства. Примером может послужить российская группа ДДТ, которая в последние годы высказывается против политики действующей российской власти, так как группа популярна не только в России, антиправительственные высказывания лидера группы охотно цитируются иностранными авторитетными СМИ. Противоположным примером служит, предоставление французскому актеру Ж. Депардье российского гражданства, в связи в жесткой французской налоговой политикой. Российская дипломатия, косвенно понизила международный имидж Франции, но не следует данный пример переоценивать, потому что имидж страны нарабатывается десятилетиями и единичный случай хоть и влияет на международное позиционирование страны, но незначительно и временно. Эффект, правда продлился не долго, благодаря собственно позиции самого Депардье.

Также примером, негативного влияния знаменитости, но уже на восприятие в мире дипломатической службы того или иного государства, может послужить назначение украинской модели В.Прокаевой, на должность заведующей кафедры, в дипломатической академии Украины. Прецедент назначения скандальной фигуры из модельного бизнеса в сферу, связанную с обучением украинских дипломатов, безусловно, дискредитирует украинскую дипломатию в целом. К ситуации этого же порядка можно отнести заявления отдельных медийных персон, вторящих официальной позиции России, при этом не вполне разбирающихся в вопросах повестки дня в сфере, например, регулирования криптовалют.[9]

Резюмируя же общую роль дипломатии знаменитостей, приходится сделать вывод о том, что традиционные оценки эффективности донесения государственных сообщений, применительно к достаточно независимым медийным личностям не применимы. Они в целом непосредственны, имеют свое представление о ценностях и о том, чего добиваются.[10; с.12] Их сложно считать пешками в большой шахматной игре дипломатии, а, следовательно, нельзя давать задания и ожидать, что они будут выполнены.

Знаменитости могут нести «флаг государства» с позитивным настроением туда, где репутация этого флага подмочена, могут нести идеи и ценности, сопутствующие государственному имиджу, но не способны доносить отдельные государственные позиции или системно влиять на международные отношения. Поэтому дипломатия знаменитостей, вероятно, жива в периоды стабильности и в периоды существования устойчивой системы в отношениях между государствами. Но серьезные потрясения, смены политических курсов или лидеров выводят на передний план личностные оценки, что сводит на нет эффективность программируемой роли дипломатии медиа-персон.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О. Политизация «цифровой дипломатии»: публичная дипломатия Германии, Ирана, США и России в социальных сетях. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. 2013. № 1. С. 119-124.
2. Prof. Dr. Lisa Ann Richey Tweeter account. // https://twitter.com/brandaid_world
3. Research Gate. Stefano Ponte. // https://www.researchgate.net/profile/Stefano_Ponte
4. Cooper A. Global buzz - Diplomatic Bite. // <http://www.andrewfcooper.com/>
5. Cooper A. Celebrity Diplomacy. Boulder, CO: Paradigm Publishing, 2007.
6. Cooper A. The Oxford Handbook of Modern Diplomacy. Oxford Handbooks in Politics & International Relations. Oxford University Press, USA, 2013.
7. Jeffay N. Why celebrities are flocking to Israel? // <http://www.thejc.com/arts/arts-features/71165/why-celebrities-are-flocking-israel>
8. Hugo Chavez's Celebrity Fans. // <http://worldnews.about.com/od/venezuela/ig/Hugo-Chavez-s-Celebrity-Fans/Naomi-Campbell.htm>
9. Леви Д. Перспективы признания и развития криптовалют в Европейском Союзе и странах Европы // Управленческое консультирование. 2016. N9 (93) с. 148-158.
10. Wheeler M. Celebrity diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace // *Celebrity Studies*, 2011. 2: 1, p.6-18.

Статья поступила в редакцию 05.07.2018

Статья принята к публикации 27.08.2018