

Селебрити-дипломатия как ценность государства

В последние несколько десятилетий в сфере международных отношений прослеживается очень интересная тенденция, а именно – деятельность и роль знаменитостей в формировании внешнеполитического имиджа своей страны, продвижение ценностей и их распространение вовне с целью добиться определенной цели. Так, знаменитости и их действия (например, пожертвования средств в различные фонды) помогают государству сформировать в глазах других народов положительный и привлекательный образ. Если говорить более конкретно, то знаменитая личность какой-либо одной страны в определенном контексте является инструментом «мягкой силы». Напомним, что термин «мягкая сила» выдвинул политолог Дж. Най [1]. Проанализировав работы автора, можно сделать вывод о том, что «мягкая сила» – это форма политической власти, предполагающей способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности. Таким образом, благодаря своей популярности вне родного государства, знаменитость помогает своей стране повысить имидж на международной арене, тем самым реализовать конкретные национальные интересы (привлечь внимание к какой-либо проблеме, например, проблеме терроризма или бедности в странах третьего мира). Все это попадает под научную концепцию селебрити-дипломатии, которая была введена в научный оборот канадским политологом Э. Ф. Купером [2]. Она подразумевает активную деятельность знаменитостей на международной арене в интересах отдельных акторов мировой политики.

Также «звезды» очень часто, сами того не подозревая, благодаря своей популярности распространяют свои национальные культурные ценности среди населения зарубежных стран, и, таким образом, люди начинают ин-

тересоваться культурой страны в разных ее сферах (музыка, книги, фильмы и т. п.), у них создается впечатление о прекрасной стране, которую сразу же хочется посетить, что, безусловно, нельзя не расценивать как положительный момент. Успехи селебрити-дипломатии связаны с тем, что знаменитости намного свободнее себя чувствуют при выборе выражений во время публичных выступлений, нежели дипломаты. У них нет строгого регламента, которого стоит придерживаться в плане речи или стиле одежды. К тому же люди однозначно воспринимают их как «своих», которые понимают их лучше, нежели политики.

Например, всякий раз, когда мы говорим об Италии, помимо пасты и пиццы, нам на ум сразу же приходят такие знаменитые личности, как Моника Белуччи, Адриано Челентано, Эрос Рамазотти, а также знаменитые итальянские дизайнеры Прада, Гуччи, Версаче, которые так любимы во всем мире. Не забываем и про прекрасные города страны – Рим, Милан, Флоренцию. Как итог, мы получаем некий привлекательный образ, представляем себе благодаря данным ассоциациям культуру и обычаи государства. Так, к примеру, только в 2018 г. Италию посетили более 800 тыс. российских туристов.

Таким образом, мы видим, что в современных международных отношениях селебрити-дипломатия является достаточно действенным инструментом внешней политики государства, который формирует образ страны, тем самым повышая уровень ее притягательности и степень осведомленности других стран о ее особенностях и ценностях.

Библиографические ссылки

1. *Nye J. S. Jr.* Soft Power: the means to success in world politics. N. Y., 2004. 192 p.
2. *Cooper A. F.* Celebrity diplomacy. L., 2008. 176 p.