



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OPOSDRU



Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

## PLACE BRANDING

### CUPRINS

- DEPARTAJĂRI CONCEPTUALE. DIPLOMAȚIE PUBLICĂ, *SOFT POWERS* – NOI DIRECȚII DE CERCETARE. SCOPUL ȘI TEMATICA GENERALĂ A CURSULUI
- PERSPECTIVE DE GEOGRAFIE, ISTORIE, ARHITECTURĂ ȘI ANTROPOLOGIE
- CONCEPTUL DE BRANDING: EVOLUȚIE, SEMNIFICAȚII, IMPLICAȚII. NATION/PLACE/CITY BRANDING ȘI DIPLOMAȚIA PUBLICĂ: SCOP, CONTEXT, ACTORI, STRATEGII
- SIMON ANHOLT ȘI NOȚIUNEA DE *NATION BRANDING*. DEFINIȚII ȘI CONCEPTUALIZĂRI. CREAREA IDENTITĂȚILOR NAȚIONALE – IMAGINE INTERNĂ/EXTERNĂ
- CITY BRANDING: ORAȘE CU IDENTITATE. TRECUT, PREZENT, VIITOR. PUBLIC ȚINTĂ; CERINȚE; STRATEGII DE DEZVOLTARE. STUDII DE CAZ: CELE MAI „VIZIBILE” METROPOLE – NEW YORK, PARIS, BARCELONA



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALEUniversitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

## CAPITOLUL I.

### DEPARTAJĂRI CONCEPTUALE.

### DIPLOMAȚIE PUBLICĂ, SOFT POWERS – NOI DIRECȚII DE CERCETARE.

### SCOPUL ȘI TEMATICA GENERALĂ A CURSULUI

#### CUVINTE CHEIE:

Studii interdisciplinare, pluralitate, *diplomație publică*, *soft power*, *place branding*, *nation branding*, *city branding*

Mai ales astăzi, pe fundalul unuia dintre cele mai impresionate fenomene ale ultimelor secole – după cum au numit mulți dintre specialiști procesul integrării europene<sup>1</sup> - demersurile pluridisciplinare devin extrem de incitante, ele ținând a descrie, a conceptualiza, a explica și a înțelege o realitate care nu se lasă epuizată de o singură direcție de analiză. În plus, când punctele de plecare implică procese ample, complicate și relativ actuale, pluridisciplinaritatea și așa-numitul model al oglinzilor paralele devin adevărate litere de lege.

*Diplomația publică. Soft powers – Departajări conceptuale. Definiții. Abordări*

„It is tempting to see public diplomacy as old wine in new bottles. Official communication aimed at foreign publics is after all no new phenomenon in international relations. Image cultivation, propaganda and activities that we would now label as public

1

D. Dinan, în *Europe Recast. A History of the European Union*, Palgrave Macmillan, 2004, consideră chiar că acest proces îl eclipsează, de departe, și pe cel al prăbușirii Uniunii Sovietice.

2



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

diplomacy are nearly as old as diplomacy itself”, nota, tentând definiția, unul dintre cei mai cunoscuți analiști ai din ce în ce mai discutatului concept de Diplomație publică, Jan Melissen, într-un studiu apărut în urmă cu aproape un deceniu - „The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice” (2005)<sup>2</sup>.

În restructurarea tipologiilor de politică externă, mulți dintre cercetători au descoperit așa-numita tendință de a „gândi în afara structurilor”, de a găsi noi modalități în rezolvarea... vechilor probleme și, mai ales, în implicarea societății. „Cultura și reprezentările culturale joacă un rol important în configurarea postmodernă a sistemului internațional și a noilor poli de influență, amplificată fiind de generalizarea comunicării și a accesului la informații, care nu mai sunt mediate de guvernele naționale. În acest context, strategiile de diplomație publică/culturală, prin care actorii internaționali se adresează direct cetățenilor statelor terțe beneficiază de o atenție sporită” (Lucian Jora<sup>3</sup>).

Cu toate că noțiunea de Diplomație publică este una destul de recentă, datând, cu accepțiunea contemporană<sup>4</sup>, de aproximativ jumătate de secol, ea a cunoscut o largă varietate de definiții, marea majoritate însă concentrându-se pe ideea de inter-acțiune.

<sup>2</sup> Jan Melissen, editor, *New Public Diplomacy*, New York, Palgrave Macmillan, 2005, in “The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice”, p. 5.

<sup>3</sup> Lucian Jora, „Diplomația culturală a Uniunii Europene. Aspecte funcționale ale serviciului european de acțiune externă”, în *Revista de Științe Politice și Relații Internaționale*, vol. IX, nr. 2, pp. 30–44, București, 2012, p. 30.

<sup>4</sup> Unii analiști au identificat rădăcinile conceptului mult mai devreme în istorie. Astfel, conform lui Nicholas Cull, un articol de fond din ianuarie 1856 din *London Times*, ce trata tocmai vizita în Marea Britanie a președintelui american Franklin Pierce, a subliniat lipsa unei posibile congruențe între imaginea omului de stat nord-american și politica/imaginea SUA în Anglia: „The statesmen of America must recollect, that, if they have to make, as they conceive, a certain impression upon us, they have also to set an example for their own people, and there are few examples so catching as those of public diplomacy”. Iar prima utilizare a conceptului în SUA ar data câțiva ani mai târziu, din ianuarie 1871, când în *New York Times*, un democrat din metropolă, fost jurnalist, Samuel S. Cox, a militat pentru o politică externă „deschisă, o diplomație publică”, pornind de la zvonurile existente în societatea timpului cu privire la o posibilă secretă anexare a Republicii Dominicane (apud Nicholas Cull, „Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase”, apud [http://usepublicdiplomacy.org/blog/060418\\_public\\_diplomacy\\_before\\_gullion\\_the\\_evolution\\_of\\_a\\_phrase](http://usepublicdiplomacy.org/blog/060418_public_diplomacy_before_gullion_the_evolution_of_a_phrase)).



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

Deschizător de drumuri a fost jurnalistul american Edward R. Murrow (1908-1965), pe al cărui nume, istoria presei de peste Ocean, l-a identificat cu așa-numitul „jurnalism de tip responsabil”<sup>5</sup>. “Public diplomacy differs from traditional dipomacy in that it involves interaction not only with governments but primarily with non-governmental individuals and organisations” - Edward Murrow, în 1963, într-o luare de poziție din perioada în care era director al United States Intelligence Agency, USIA<sup>6</sup>.

După moartea sa, intervenită destul de rapid (27 aprilie 1965), în memoria sa, la una dintre cele mai prestigioase instituții de învățământ superior din America, Tuft University's Fletcher School of Law and Diplomacy, a fost creat Centrul *Edward R. Murrow pentru Diplomație publică*, inițiator fiind Edmund A. Gullion (1913-1998), de astă dată un diplomat de carieră<sup>7</sup>, decanul din acea vreme a Facultății, devenint celălat... părinte al conceptului.

<sup>5</sup> Într-un celebru, de atunci, discurs susținut în mai 1963, în fața unei comisii a Congresului american, Ed. Murrow a dat una dintre cele mai frumoase definiții a ideii în sine conținută de Noua Diplomație publică: „American traditions and the American ethic require us to be truthful, but the most important reason is that truth is the best propaganda and lies are the worst. To be persuasive, we must be believable; to be believable we must be credible; to be credible, we must be truthful”, apud <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>.

<sup>6</sup> În 1961, după ce a demisionat de la compania de televiziune CBS, Murrow a fost contactat de președintele John F. Kennedy, care i-a oferit președinția USIA, United States Intelligence Agency. Această alegere făcea parte din promisiunile de campanie ale lui Kennedy, care militase pentru schimbarea imaginii Americii în exterior, dar și în interior, într-o perioadă în care crizele Războiului Rece nu erau nici pe departe de domeniul trecutului. După cum era de așteptat, Murrow clădindu-și în timpul războiului, mai ales, nu numai o carieră de succes, ci și o imagine a încrederii, a adevărului, numirea sa a fost primită cu entuziasm de societatea americană. Și, astfel, Ed. Murrow, cel mai credibil jurnalist american, a devenit vocea ideală pentru a promova politica Americii în lume. Definiția conceptului de Diplomație publică, apud Mark Leonard, Catherine Steade, Conrad Smewing, *Public Diplomacy*, 2002, publicație apărută sub egida *The Foreign Policy Centre*, un think-tank independent, printre inițiatori numărându-se Tony Blair și Robin Cook, <http://fpc.org.uk/fsblob/35.pdf>.

<sup>7</sup> Unul dintre cele mai cunoscute posturi ocupate fiind cel de ambasador SUA în Congo (1961-1964).



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

În prima sa declarație de poziție, ca și nouă instituție, s-a încercat explicitarea termenului pe care Murrow l-a dorit, cu ardoare, să îl transforme în practică<sup>8</sup>. Încercând să descrie procesul în sine al discursului de Diplomatie publică, s-a insistat pe ideea prezenței unor factori definatori, precum: “the influence of public attitudes on the formation and execution of foreign policies. It encompasses dimensions of international relations beyond traditional diplomacy... [including] the cultivation by governments of public opinion in other countries; the interaction of private groups and interests in one country with those of another... (and) the transnational flow of information and ideas”<sup>9</sup>.

La rândul său, și Ed. Gullion a încercat să ofere o proprie definiție pentru conceptul de Diplomatie Publică: „By public diplomacy we understand the means by which governments, private groups and individuals influence the attitudes and opinions of other peoples and governments in such a way as to exercise influence on their foreign policy decisions” (martie 1966).

Pentru mulți dintre analiști<sup>10</sup>, conceptul a prins evident contur și interpretare grație unor aspecte, considerate definatorii, precum: “dialog, și nu monolog”; integrarea, încă de la început, într-o categorie mult mai laxă, mai inovatoare, cea a unui alt gen de diplomatie; prezentarea unor informații corecte, și nu în stil pur propagandistic; bazându-se atât pe respectarea celuilalt și a opiniei fiecăruia, cât și a cunoașterii temeinice a specificului, identității și comportamentului fiecărei țări în parte; crearea de percepții pozitive; strângerea relațiilor și, mai ales, a interacțiunii la nivelul societății civile (prin, de pildă, reforme educaționale sau cooperare

<sup>8</sup> De multe ori, în luările sale de cuvânt, ca și director USIA, Murrow a mărturisit că a folosit tacticile diplomatiei publice, „mânduind cuvintele, și nu armele” pentru a face publică politica externă a SUA într-un mod în care ea „să devină, oriunde, atât inteligibilă, cât și, mai ales, acolo unde putea fi cazul, acceptată”.

<sup>9</sup> Cited: <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>.

<sup>10</sup> De pildă, în această idee, recomandăm analiza aparținând lui Geoffrey Cowan, alături de Nicholas Cull, editori, *Public Diplomacy in A Changing World*, Sage Publications, 2008.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALEUniversitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

științifică)... Într-un cuvânt: “encouraging people to see the other country as an attractive destination; getting to understand and subscribe to his values; influencing people (getting companies to invest, publics to back our positions or politicians to turn to us as a favoured partner)” (M. Leonard<sup>11</sup>).

Cum unele dintre definițiile anterioare au adus în discuție și alte concepte, prezentarea Diplomației publice prin intermediul comparațiilor, în special cu termeni precum cel de Propagandă, poate deschide alte perspective interesante. După cum același M. Leonard nota: “while propaganda continuously spreads messages to its targeted audiences, public diplomacy utilizes a two-way communication strategy. The key is not the amount of information sent out but rather finding out the most effective way to deliver the correct message by the right means to achieve the best result”<sup>12</sup>.

Însă, baza noii diplomații, este aproape unanim acceptat, o reprezintă Cooperarea, interacțiunea cu societatea, prin dialog cu reprezentanții ONG-urile, cu mass media, dar și cu actorii statali sau guvernamentali clasici<sup>13</sup>. O reprezintă noul discurs diplomatic, „form of para-diplomacy that builds bridges between cultures, acts as a catalyst for reform and development, and promotes peace and prosperity through *interlocking*” (John Hemery<sup>14</sup>).

<sup>11</sup> M. Leonard, *Public Diplomacy*, The Foreign Policy Centre, London, 2002, pp. 9-10.

<sup>12</sup> M. Leonard, op. cit., pp. 46-49.

<sup>13</sup> P. van Ham, *War, Lies, and Videotape: Public Diplomacy and the USA's War on Terrorism*, Security Dialogue vol. 34, no. 4 pp. 427-444, 2003.

<sup>14</sup> John Hemery, „Training for Public Diplomacy: an Evolutionary Perspective”, în Jan Melissen ed., *The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations*, Palgrave MacMillan, 2005, pp. 196-209), p. 204.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

În epoca internetului, a vitezei, crearea și lansarea de imagini – corecte, dar și câștigătoare! - a devenit obiectul major al acestei noi diplomații, aproape însă și al celei clasice<sup>15</sup>. Ilustrare perfectă poate fi considerat unul dintre discursurile lui Colin Powell, Secretar de Stat (2001-2005) și Șeful Statului Major Inter-arme<sup>16</sup> în timpul administrației George W. Bush (2001-2009), care rememora perioada Războiului din Golf, insistând pe modalitățile în care să-și construiască poziția oficială întregul său staff: “<Remember, when we are out there on television, communicating instantaneously around the world, we’re talking to five audiences>. One, the reporters who ask the question – important audience. Second audience, the American people who are watching. The third audience, 170 capitals who may have an interest in what the subject is. Fourth, you are talking to your enemy. It was a unique situation to know that your enemy was getting the clearest indication of your intentions by watching you on television at the same time you were giving that message. And fifth, you were talking to the troops. Their lives were on the line”<sup>17</sup>.

Odată cu trecerea anilor, în special în contextul noilor provocări internaționale, dar și interne, conceptul de Diplomatie publică a cunoscut variate re-interpretări. O scurtă trecere în revistă a unora dintre cele mai cunoscute și operaționale definiții poate fi utilă în înțelegerea transformărilor mai puțin pur conceptuale, ci, mai ales, legate de sfera operabilității în sine, a transgresiunii de la teorie la practică.

<sup>15</sup> Simon Anholt, *Places, Identity, Image and Reputation*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010. Sau, în aceeași idee, recomandăm: Stefanie Babst, „Public Diplomacy – The Art of Engaging and Influencing”, Speech for Public Diplomacy Strategy at the NATO PfP Symposium, January 22, 2009, [http://www.atlantic-community.org/app/webroot/files/articlepdf/Babst\\_Public\\_Diplomacy.pdf](http://www.atlantic-community.org/app/webroot/files/articlepdf/Babst_Public_Diplomacy.pdf).

<sup>16</sup> De altfel, și primul afro-american numit în fruntea Departamentului de Stat!

<sup>17</sup> Apud M. Leonard, op. cit., pp. 12-13.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

De atunci, definiția conceptului a cunoscut multiple variante<sup>18</sup>, nici măcar astăzi, la aproape jumătate de secol de la lansarea sa în circuitul științific, neputându-se considera că există o definiție standard<sup>19</sup>.

Cel mai adesea profesorii universitari din domeniul relațiilor internaționale (Strategic Leadership, Istorie a diplomației...), specialiștii în comunicare, și-au pus amprenta în acest domeniu. Carnes Lord, titular al catedrelor de Stat și civilizație; Strategic Leadership, la Naval War College, Newport, considera, într-un discurs datând din octombrie 1998: „The most important roles public diplomacy will have to play for the United States in the current international environment will be less grand-strategic and more operational than during the Cold War. Support of national policy in military contingencies is one such role, and probably the most important”<sup>20</sup>.

Pentru Alan K. Henrikson, profesor de istorie a diplomației la Fletcher School, Tufts University: „Public diplomacy may be defined, simply, as the conduct of international relations by governments through public communications media and through dealings with a wide range of nongovernmental entities (political parties, corporations, trade associations, labor unions, educational institutions, religious organizations, ethnic groups, and so on including influential individuals) for the purpose of influencing the politics and actions of other governments” (discurs, aprilie 2005)<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> Recomandăm, pentru comparație, Geoffrey Allen Pigman, *Contemporary Diplomacy*, Polity, Cambridge, 2010, p. 121.

<sup>19</sup> Profesorul american Eytan Gilboa a mers chiar mai departe, subliniind faptul că mediul academic și practicienii au folosit definiții „confuze, incomplete sau problematice” (Eytan Gilboa, „Searching for a Theory of Public Diplomacy”, în *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, martie 2008, pp. 57-58). La rândul său, unul dintre cei mai importanți specialiști în domeniu, olandezul Ian Melissen, considera că există chiar câteva sute de formulări ale definiției în cauză (Jan Melissen, „Beyond the New Public Diplomacy”, *Clingendael Paper n°3*, Netherlands Institute of International relations, Haga, 2011).

<sup>20</sup> apud <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy/definitions>

<sup>21</sup> Idem.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

Gifford D. Malone a extins definiția, incluzând nevoia de a îi înțelege pe ceilalți ca fiind fundamentală pentru obținerea succesului în diplomația publică: „pentru a avea succes în eforturile de a crea înțelegere pentru societatea noastră și pentru politicile noastre, întâi trebuie să înțelegem lătmotivele, cultura, istoria și psihologia popoarelor cu care dorim să comunicăm, și, cu siguranță, și limba lor”.<sup>22</sup>

Un alt specialist, Hans H. Tuch, cunoscut mai ales pentru lucrarea *Communicating With the World* (St. Martin's Press, New York, 1990<sup>23</sup>) a lansat în dezbatere o nouă definiție. „Official government efforts to shape the communications environment overseas in which American foreign policy is played out, in order to reduce the degree to which misperceptions and misunderstandings complicate relations between the U.S. and other nations”.

Dar nu numai reprezentanții diplomației nord-americane și-au făcut auzită vocea în încercarea de definire și, mai ales, de aplicare a noului concept. Una dintre cele mai cunoscute interpretări din această categorie a fost adusă de Sir Michael Butler (1927-2013), diplomat de carieră, fostul reprezentant britanic la Uniunea Europeană: “The purpose of public diplomacy is to influence opinion in target countries to make it easier for the British Government, British companies or other British organisations to achieve their aims. The overall image of Britain in the country concerned is of great importance – but this is not to say that it is the only factor. The most important factor will usually be the actual policies of the British Government and the terms in which they are

<sup>22</sup> Gifford D. Malone, „Managing Public Diplomacy”, in *The Washington Quarterly*, vol. 8, 1985, pp. 199-213.

<sup>23</sup> Lucrarea și-a propus nu numai să definească, dar, mai ales, să analizeze Diplomația publică în contextul tipului de politică externă promovată de SUA, identificând elementele sale de raționalitate generate de situația contemporană, de revoluția din domeniul comunicațiilor, de conflictele ideologice sau alte daturi existente în relațiile interstatale. De remarcat rămâne faptul că ea a fost proiectată plecând de la elementele definitorii ale politicii externe nord-americane începând cu perioada celei de a doua conflagrații mondiale și până în momentul 1990. Preocuparea pentru definirea și înțelegerea conceptului de Diplomația publică este mai veche pentru Tuch, el fiind autorul și al unui studiu pe această problematică, probabil deschizător de drumuri pentru viitoarea carte - *Public Diplomacy: What is and how its works*, Tufts University, Fletcher School of Law and Diplomacy, 1985, apărut sub egida Centrului Murrow, *Murrow reports: occasional papers of the Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy*, 22 pp.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

announced and explained by Ministers. In most countries a broadly internationalist posture will be positive. A narrow and open pursuit of national interests at the expense of others will be negative. For example, the Government's handling of the beef crisis in the summer of 1996 had a negative effect not only on Britain's ability to get its way on other EU issues, but also on the view taken of Britain in many non-EU countries"<sup>24</sup>.

Schimbarea coordonatelor de politică internațională au condus și la nuanțarea tipurilor de definiții. Astfel, actualul director al aceluiași Centru Edward R. Murrow, Crocker Snow Jr., într-un discurs din mai 2005, nota: „Public diplomacy that traditionally represents actions of governments to influence overseas publics within the foreign policy process has expanded today - by accident and design - beyond the realm of governments to include the media, multinational corporations, NGO's and faith-based organizations as active participants in the field”<sup>25</sup>.

Recent, după cum observa Corina Găzdoiu<sup>26</sup>, Nicholas Cull a impulsionat teoretizarea domeniului, oferind o definiție bazată pe cinci paliere de activități-cheie pe care instituțiile publice le pot derula în vederea generării unui contact direct cu publicuri străine. Evident, acestea sunt practici vechi, însă, cumulate, ele pot oferi dimensiunea spectrului diplomației publice a unui stat. Cele cinci paliere sunt:

1. Ascultare – „colectarea și confruntarea informațiilor despre publicurile străine și opiniile lor”<sup>27</sup>;

<sup>24</sup> Mark Leonard, Catherine Steade, Conrad Smewing, *Public Diplomacy*, 2002, op. cit., p. IX.

<sup>25</sup> Apud <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy/definitions>.

<sup>26</sup> Corina Găzdoiu, „Radio România Internațional ca instrument de diplomație publică în contextul aderării la Uniunea Europeană”, în *Sfera politicii*, nr. 176, București, 2013.

<sup>27</sup> Nicholas J. Cull, „Public Diplomacy: Taxonomies and Histories”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, New York, Sage, February 2008, p. 33.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALEUniversitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

2. Advocacy – „utilizarea unei activități de comunicare internațională pentru a promova activ o politică anume sau interesul general” al unui stat în fața opiniei publice externe<sup>28</sup>;
3. Diplomația culturală (deși unii specialiști o consideră o practică separată)- „promovarea resurselor și reușitelor culturale ale unui actor în străinătate și facilitarea schimburilor culturale internaționale”<sup>29</sup>;
4. Schimburile mutuale – „trimiterea propriilor cetățeni în străinătate și acceptarea reciprocă a cetățenilor străini pentru o perioadă de studiu sau aculturație”<sup>30</sup>;
5. Transmisii internaționale (radio, televiziune, internet) – utilizarea tehnologiei „pentru a ajunge la publicurile străine”<sup>31</sup>.

O altă categorie de definiții provine din zona instrumentelor efective de lucru – documente interne sau dicționare de specialitate.

În Dicționarul diplomatic apărut la prestigioasă editură Palgrave, termenul de diplomație publică desemnează „propaganda condusă de diplomați”<sup>32</sup>, propaganda reprezentând demersul de comunicare ce are în vedere schimbarea opiniei publice<sup>33</sup>.

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Ibid., p. 34

<sup>30</sup> Ibid., p. 35

<sup>31</sup> Ibid. Probabil că emisiile radio reprezintă una din cele mai vechi activități, alături de dimensiunea culturală. Pentru o analiză a mediilor diplomatice vezi Wilson Dizard Jr., *Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy In The Information Age*, CSIS Praeger, 2001.

<sup>32</sup> G. R. Beridge, Alan James, *A Dictionary of Diplomacy*, Wittshire, Palgrave, 2001, p. 197.

<sup>33</sup> Ibid., p. 195



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

Unul dintre cele mai cunoscute portaluri din domeniu, [www.publicdiplomacy.org](http://www.publicdiplomacy.org), definește conceptul prin: „Public diplomacy activities often present many differing views as represented by private... individuals and organizations in addition to official... government views”<sup>34</sup>.

Într-unul dintre documentele cele mai utilizate de US Department of State, este adevărat apărut cu câteva decenii în urmă, dar încă actual: „PUBLIC DIPLOMACY refers to government-sponsored programs intended to inform or influence public opinion in other countries; its chief instruments are publications, motion pictures, cultural exchanges, radio and television”<sup>35</sup>.

După cum era și firesc, la rândul ei și USIA – instituția care a generat cel mai mare număr de specialiști a căror carieră s-a construit pe ideea Diplomației publice – a oferit o altă definiție, marșând pe conciziune și acțiune directă: „Public Diplomacy seeks to promote the national interest of the United States through understanding, informing and influencing foreign audiences” (Planning group for integration of USIA into the Dept. of State, June 20, 1997)<sup>36</sup>.

În spațiul românesc, conceptul în sine a cunoscut o lansare mult mai târzie<sup>37</sup>, vocea aproape cea mai cunoscută fiind Dan Dima, unul dintre principalii organizatori ai Forumului European pentru Diplomație Publică, consilier prezidențial pe problematica Diplomației publice (din 2012 și până în prezent). Oficialul român a definit astfel Diplomația publică: „știința care gestionează relația

<sup>34</sup> <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>.

<sup>35</sup> U.S. Department of State, *Dictionary of International Relations Terms*, 1987, p. 85.

<sup>36</sup> Apud Mark Leonard, Catherine Steade, Conrad Smewing, *Public Diplomacy*, op. cit., p. IX.

<sup>37</sup> A se consulta și <http://diplomatiepublica.com/>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

între statul național și națiunile străine, este arta de a-ți face ca stat, ca țară și ca națiune o imagine, o percepție bună și utilă în lume”(2013)<sup>38</sup>.

Un alt concept care, odată cu apariția sa, a reușit să scurtcircuiteze destul de vizibil spațiul relațiilor internaționale este și cel de *soft powers*. Pentru mulți dintre analiști, în centrul noțiunii în sine se află tocmai abilitatea cu care statele pot să influențeze acțiunile sale îndreptate către exterior, mai degrabă prin intermediul metodelor persuasive sau de imagine, decât prin forță sau coerciție.

În spatele lansării noțiunii de *soft power* s-a aflat analistul nord-american Joseph S. Nye<sup>39</sup>. Pentru prima dată, el a apărut în 1990, în *Bound to Lead* și, de atunci, a cunoscut numeroase dezvoltări, cea mai recentă formulă apărând câțiva ani mai târziu (în 2004), în *Soft Power – the means to success in world politics*. Cea mai cunoscută și complexă definiție a fost făcută, din nou, prin comparație cu un concept mult mai prezent în marea majoritate a lucrărilor de specialitate, respectiv cel de *hard power*. Astfel, pe când *hard power* implică utilizarea forței și coerciției pentru obținerea unor anumite obiective, prin intermediul așa-numitelor *soft*

<sup>38</sup> Apud <http://narpa.info/latest-news/la-bucuresti-a-avut-loc-forumul-european-al-diplomatiei-publice/>

<sup>39</sup> Cu toate că Nye a lansat conceptul în 1990, ideea de *soft power* se consideră a-și avea originile în operele unor analiști precum Hans J. Morgenthau, Klaus Knorr și Ray Cline. De pildă, Morgenthau (într-un studiu publicat în 1967, “To Intervene or Not To Intervene”, în *Foreign Affairs*, aprilie 1967) a identificat nouă elemente ale puterii naționale, printre care: caracterul național, morala națională, calitatea diplomației și calitatea guvernului fiind strâns legate de sursele intangibile ale puterii, respectiv *soft-power*. În mod oarecum apropiat, un alt analist recunoscut pentru contribuția sa la regândirea sistemului internațional, E.H. Carr (în prefața ediției din 1964 a unei dintre cele mai vândute lucrări ale sale, *The Twenty Years Crisis*) a subliniat faptul că puterea asupra opiniei publice nu este deloc mai puțin importantă în scopuri politice decât puterea militară sau economică, și mereu a fost asociată acestora.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

*power* se află metode centrate pe persuasiune și cooperare<sup>40</sup>. “Hard and soft power are related because they are both aspects of the ability to achieve one’s purpose by affecting the behavior of others. The distinction between them is one of degree, both in the nature of the behavior and in the tangibility of the resources”<sup>41</sup>.

La rândul său, un alt analist American, Kenneth N. Waltz (1924-2013), în *Man, the State and War*, a subliniat: “Each state pursues its own interests, however defined, in ways it judges best. Force is a means of achieving the external ends of states because there exists no consistent, reliable process of reconciling the conflicts of interest that inevitably arise among similar units in a condition of anarchy. A foreign policy based on this image of international relations is neither moral nor immoral, but embodies merely a reasoned response to the world about us. The third image describes the framework of world politics, but without the first and second images there can be no knowledge of the forces that determine policy; the first and the second images describe the forces in world politics, but without the third image it is impossible to assess their importance or predict their results”<sup>42</sup>.

<sup>40</sup> J.S. Nye, *Soft Power – the means to success in world politics*, Public Affairs, New York, 2004, pp. 5-6. Joseph S. Nye (n. 1937) absolvent Summa cum Laude al Universității Princeton, și-a continuat cariera la alte instituții de prestigiu: la Universitatea Oxford, ca deținător al unei Burse Rhodes, obținându-și titlul doctoral în științe politice la Universitatea Harvard. A ocupat poziții de Subsecretar de stat în timpul administrației Carter și Secretar adjunct al Apărării în timpul administrației Clinton. În prezent, el este profesor la Kennedy School of Government din cadrul Universității Harvard. Printre lucrările publicate; *Soft Power: The Means to Success in World Politics*; *Understanding International Conflict*, *The Power Game: A Washington Novel*, *The Powers to Lead*. Cea mai recentă lucrare a sa, publicată în 2011, a fost *The Future of Power*.

<sup>41</sup> Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs, 2004, p. 7.

<sup>42</sup> K. N. Waltz, *Man, the State and War – a theoretical analysis*, Columbia University Press, New York, 2001, p. 238.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

Concluzionând, conform tiparului lansat de Nye, cu toate că nu este oferită efectiv o definiție standard, simplă și concisă, conceptul de *soft power* incumbă câteva coordonate esențiale, de ordin acțional: „abilitatea de a te plia pe preferințele celorlalți”<sup>43</sup>; „abilitatea de a atrage”<sup>44</sup>; „abilitatea de-i convinge pe ceilalți de a face ceea ce dorești, bazându-te pe aspecte culturale sau de ordin ideologic”<sup>45</sup>. Mai mult chiar, transferând discursul la nivel de țară: „A country may obtain the outcomes it wants in world politics because other countries – admiring values, emulating its example, aspiring to its level of prosperity and openness – want to follow it”<sup>46</sup>. Și, astfel, conceptul de *soft power* devine elementul cheie al leadership-ului: „the power to attract – to get others to want what you want, to frame the issues, to set the agenda”<sup>47</sup>.

În primul său studiu, din 1990, Nye a identificat și cele trei mari surse ale conceptului de *soft power*, bineînțeles pliate pe societatea nord-americană: cultura americană; instituțiile și legile internaționale; corporațiile multinaționale americane. În următoarea analiză, din 2004, acestea s-au transformat în: valori culturale, politice și de politică externă: “the attractiveness of its culture, the appeal of its domestic political and social values, and the style and substance of its foreign policies”<sup>48</sup>.

Campaniile de imagine, de reinventare ocupă din ce în ce mai mult loc în politicile de reprezentare atât ale statelor, cât și ale regiunilor sau orașelor. După cum sublinia și un alt specialist în domeniul diplomației publice, Ying Fang: „Many countries in the

<sup>43</sup> Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs, 2004, p. 5.

<sup>44</sup> Ibid. p. 6.

<sup>45</sup> Ibid. p. 11.

<sup>46</sup> Ibid., p. 5.

<sup>47</sup> Ibid., p.6.

<sup>48</sup> Ibid., p.15.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

world today suffer from image problems which are caused internally by the dramatic changes taking place in the political-economic-social landscapes, and externally due to the effect of outdated stereotypes”<sup>49</sup>.

Dezbaterea noului tip de discurs de diplomație publică este din ce în ce mai prezentă în multe medii europene, demonstrându-se, astfel, penetrarea modelului cu bază nord-americană și la nivelul continentului nostru. Normal însă că exemplul SUA poate reprezenta unul dintre punctele de plecare. După cum nota într-o destul de recentă luare de poziție, apărută în presa din România<sup>50</sup>, Tara Sonenshine (Subsecretar de Stat pentru Public Diplomacy și Public Affairs, în perioada 2012-2013): “Public diplomacy is the way governments get to their citizens, the metamorphosis of traditional relations between governments, to cover commitments becoming more pronounced in the relationship of people to people. Governments can play an important role in creating links, especially among young people, to advance the economic, political, social and cultural development of a nation”.

Și, după cum proiectul european de cooperare, în forma sa actuală de Uniune Europeană, se dilată, prinzând noi și noi contururi, conceptele, teoriile și direcțiile de analiză în domeniul relațiilor internaționale, în special la nivelul spațiului european, se diversifică. Asistăm la redefiniri, la reconfigurări. Insistând tocmai pe acest caracter de proces deschis, atât în manieră Umberto Eco (încă nefinalizat), dar, în același timp, permeabil la schimbări și reinterpretări, Olli Rehn, actualul vice-președinte al Parlamentului European (din 1 iulie 2014) și comisar european pentru afaceri economice și monetare (din 2010), în perioada când ocupa portofoliul responsabil cu extinderea, într-un interviu acordat prestigioasei publicații Die Welt sublinia tocmai faptul că “Valorile definesc Europa, nu granițele”. În fond, este necesară acum tocmai reimaginearea conceptului însuși de Europa: “...Am fost întrebata adesea

<sup>49</sup> Ying Fang, „Soft power: power of attraction or confusion”, in Place Branding and Public Diplomacy, nr. 4, 2008, pp. 147-158, p. 155

<sup>50</sup> România Liberă, 29 august 2013, “Forumul european pentru diplomație publică – următorul mare salt al României”, autor: Tara Sonenshine.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

unde sunt frontierele Europei. Răspunsul meu este că harta Europei este definită de mintea europenilor. Geografia fixează cadrul, dar fundamental valorile sunt cele care definesc frontierele Europei. Extinderea înseamnă lărgirea ariei valorilor europene, în care cele mai importante sunt libertatea, solidaritatea, toleranța și drepturile omului, democrația și statul de drept.[...] Conform prevederilor tratatelor – care sunt baza legală – porțile Uniunii sunt deschise tuturor statelor europene care îi respectă valorile și se angajează să le promoveze”<sup>51</sup>.

Mai mult chiar, teoriile ajung să se întrepătrundă, testându-se reciproc. În opinia Annei Michalski<sup>52</sup>, de pildă, specialistă recunoscută în problematică accederii spațiului nordic la proiectul european, Uniunea Europeană în sine devine posibil model pentru noul concept de *soft power*. Căci, chiar dacă această „meta-construcție”, cu valori, norme și principii comune, deține capacitatea și știința de a manageria diverse domenii, în spațiul politicilor internaționale s-a dovedit „un actor slab”, mai mult chiar „sometimes non-existing (...) and an easy target for external pressure or diverging national interests of the member states”. Singura viabilă strategie de a depăși acest stadiu este de a deveni ”canal” de dialog, *soft power*, prin „forța persuasiunii”.

<sup>51</sup> Die Welt, 10 aprilie 2006, p. 4.

<sup>52</sup> Anna Michalski, „The EU as a Soft Power: the Force of Persuasion”, în Jan Melissen ed., *The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations*, Palgrave MacMillan, 2005, pp. 124-145.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

Deschiderea, evoluția permanentă – caracteristici ale unui alt proces contemporan considerat emblematic pentru ultimele decenii – integrarea europeană<sup>53</sup> - devin constante și în ceea ce privește tipul de analiză lansat odată cu noul discurs de diplomatie publică.

În contextul globalizării și mediatizării, statele-națiune au început să fie percepute ca un alt gen de marfă – aici intervenind alte noi concepte, **nation branding**-ul, parte a conceptului mai complex de **place branding**, cel propus de noi în cursul de față. Precum o corporație multinațională sau un produs, și statul-națiune poate fi branduit. Un brand se bazează pe imagine, reputație, anumite valori...

Mai mult chiar, asistăm la o din ce în ce mai vizibilă competiție a orașelor – spațiilor – regiunilor de a-și construi și promova imaginea. De aici, o stringentă nevoie de dezbateri, de analize, de specialiști. Dovedind tocmai necesitatea unor asemenea demersuri, la unele dintre cele mai cunoscute instituții de învățământ superior (precum: Stockholm Business School, Stockholm University; University of South Caroline) se regăsesc în curriculele lansate și pentru anul universitar 2014-2015 cursuri pe această tematică (*National identity, nation branding and public diplomacy*). În presa de specialitate s-a remarcat, de asemenea, în ultimul deceniu o publicație, marca Palgrave Macmillan, intitulată chiar Citty branding and Public Diplomacy (primul număr apărând în noiembrie 2004).

Cursul de față adresat masteranzilor în domeniul Diplomatiei publice a fost gândit să îmbine atât abordările în manieră clasică, cât și cele pluridisciplinare. Astfel, la nivelul primului palier – cel conceptual – am optat pentru prezentarea clasică, centrată

<sup>53</sup> După cum o sublinia și un titlu al unei recente lucrări din domeniu - *Making History – European Integration and Institutional Change of Fifty – The State of the European Union*, avându-le ca autoare pe Sophie Meunier și Kathleen McNamara (al cărui al VIII-lea volum a apărut în 2007 la Oxford University Press).



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

pe definiții și comparații (Conceptul de spațiu. Perspectivă de geografie umană, socială, culturală; Istorie; Arhitectură; Sociologie; Antropologie; Conceptul de branding: evoluție, semnificații, implicații; Nation/place/citty branding și diplomația publică: scop, context, actori, strategii; Simon Anholt și noțiunea de *nation branding*. Definiții și conceptualizări), încercând să oferim masteranzilor un extrem de necesar compendiu de termeni meniți a-i fi atât ghizi, cât și unelte în creionarea propriului demers analitic.

Cea de-a doua secțiune – reprezentând translarea efectivă de la teorie la practică – se centrează pe prezentarea de studii de caz, pornite de la principalele componente ale conceptului în sine de *Place Branding*: „Citty branding: Metropole cu identitate. Trecut, Prezent, Viitor” versus „Small Citty branding”.

Mergând pe aceeași linie a trecerii de la general la particular, de la macro-scală la mini-spațiu, ultimele două secțiuni au fost gândite pentru a prezenta, pe de o parte, Europa est-central europeană – Europa balcanică, iar, pe de alta, România, pornind de la tipologii mai mult sau mai puțin câștigătoare de promovare („Simțurile” Europei: Promovare și turism alimentară; „Imaginile” și reprezentările României: intern versus extern).

Deschiderea, abordarea pluridisciplinară, inter-conectarea – elementele cheie ale prezentului demers investigativ – ne propunem să le transformăm, pentru masteranzi, în abilități concrete și deprinderi de interpretare. Și, din această perspectivă, considerăm că o astfel de abordare reprezintă și o provocare pentru mediul universitar, obișnuit, până nu demult, să elaboreze aproape exclusiv curricule bazate în principal pe cunoștințe și nu pe abilități sau competențe. Este, bineînțeles, un subiect relativ nou pentru spațiul românesc, în special în contextul studiilor de *Diplomație publică*, dar care, tocmai prin acest element de noutate, se poate baza atât pe clasicele surse de informare, cât și pe cele mai moderne, lansând dezbateri, provocări, demonstrându-și, într-un cuvânt, forța.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

## BIBLIOGRAFIE FACULTATIVĂ:

1. Felix Berenskoetter and Michael Williams (eds.), *Power in World Politics*, New York, Routledge, 2007.
2. Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase* în Nancy Snow, Philip M. Taylor (ed.) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, 2009.
3. Marion Demossier (ed.), *The European Puzzle: The Political Structuring of Cultural Identities at a Time of Transition*, Berghahn, 2007.
4. Eytan Gilboa, „Searching for a Theory of Public Diplomacy”, în *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, martie 2008.
5. Paul N. Kennedy, *The Rise & Fall of the Great Powers: Economic Change & Military Conflict from 1500 to 2000*, Vintage, 1989.
6. Christian Lequesne, „La diplomatie publique: un objet nouveau?”, în *Mondes, Les cahiers du Quai d'Orsay*, no. 11, 2013
7. Mark Leonard, *Public Diplomacy*, Foreign Policy Center, 2002.
8. Jan Melissen, „Beyond the New Public Diplomacy”, *Clingendael Paper*, nr. 3, Netherlands Institute of International relations, Haga, 2011.
9. James Pamment, *The new Public diplomacy in the 21 century: A comparative study of Policy and Practice*, Routledge, 2013.
10. Geoffrey Allen Pigman, *Contemporary Diplomacy*, Polity, Cambridge, 2010.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

11. Nancy Snow, Philip M. Taylor (eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, 2009.
12. György Szondi, “Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences”, 2008, The Hague. Internet resource: [http://www.clingendael.nl/publications/2008/20081022\\_pap\\_in\\_dip\\_nation\\_branding.pdf](http://www.clingendael.nl/publications/2008/20081022_pap_in_dip_nation_branding.pdf)
13. U.S. Department of State, *Dictionary of International Relations Terms*, 1987.
14. Kenneth N. Waltz, *Man, the State, and War: A Theoretical Analysis*, Columbia University Press, 2001.

### TEME DE STUDIU:

1. În contextul deschis de conceptul Diplomației publice, încercați să definiți noțiunea de „good international citizen” – plecând de la formularea lansată de fostul ministru de Externe (în perioada 1988-1996) australian Gareth Evans (n. 1944): „a good international citizen” nu ca „foreign policy equivalent of boy-scout good deeds”, ci ca o componentă distinctă a interesului național al fiecărei țări, „quite distinct from the familiar duo of security and economic interests”, Gareth Evans, „Australia’s place in the world”, in *Australian Foreign Affairs Review*, 59 (December 1988), pp. 586-594.
2. Realizați o fișă de analiză/interpretare pentru noul tip de discurs diplomatic plecând de la studiul diplomatului britanic Robert Cooper, „Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy” (<http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsUpload/CooperarticleGoalsofdiplomacyweb.pdf>), una dintre figurile importante ale diplomației europene (Special Advisor at the European Commission, aprilie 2013 – martie 2014).



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALEUniversitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

## REZUMAT

### CAPITOLUL I.

#### DEPARTAJĂRI CONCEPTUALE. DIPLOMAȚIE PUBLICĂ, SOFT POWERS – NOI DIRECȚII DE CERCETARE.

#### SCOPUL ȘI TEMATICA GENERALĂ A CURSULUI

În restructurarea tipologiilor de politică externă, mulți dintre cercetători au descoperit așa-numita tendință de a „gândi în afara structurilor”, de a găsi noi modalități în rezolvarea... vechilor probleme și, mai ales, în implicarea societății. Cu toate că noțiunea de Diplomatie publică este una destul de recentă, datând, cu accepțiunea contemporană, de aproximativ jumătate de secol, ea a cunoscut o largă varietate de definiții, marea majoritate însă concentrându-se pe ideea de inter-acțiune.

În contextul globalizării și mediatizării, statele-națiune au început să fie percepute ca un alt gen de marfă – aici intervenind alte noi concepte, **nation branding**-ul, parte a conceptului mai complex de **place branding**, cel propus de noi în cursul de față. Precum o corporație multinațională sau un produs, și statul-națiune poate fi branduit. Un brand se bazează pe imagine, reputație, anumite valori... Mai mult chiar, asistăm la o din ce în ce mai vizibilă competiție a orașelor – spațiilor – regiunilor de a-și construi și promova imaginea. De aici, o stringentă nevoie de dezbateri, de analize, de specialiști. Dovedind tocmai necesitatea unor asemenea demersuri, la unele dintre cele mai cunoscute instituții de învățământ superior (precum: Stockholm Business School, Stockholm University; University of South Caroline) se regăsesc în curriculele lansate și pentru anul universitar 2014-2015 cursuri pe această tematică (*National identity, nation brandig and public diplomacy*). În presa de specialitate s-a remarcat, de asemenea, în ultimul



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

deceniu o publicație, marca Palgrave Macmillan, intitulată chiar Citty branding and Public Diplomacy (primul număr apărând în noiembrie 2004).

Cursul de față adresat masteranzilor în domeniul Diplomației publice a fost gândit să îmbine atât abordările în manieră clasică, cât și cele pluridisciplinare. Și, din această perspectivă, considerăm că o astfel de abordare reprezintă și o provocare pentru mediul universitar, obișnuit, până nu demult, să elaboreze aproape exclusiv curricule bazate în principal pe cunoștințe și nu pe abilități sau competențe. Este, bineînțeles, un subiect relativ nou pentru spațiul românesc, în special în contextul studiilor de Diplomație publică, dar care, tocmai prin acest element de noutate, se poate baza atât pe clasicele surse de informare, cât și pe cele mai moderne, lansând dezbateri, provocări, demonstrându-și, într-un cuvânt, forța.

Realizat,

Conf. univ. dr.

TEODORA STĂNESCU-STANCIU



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OPOSDRU

MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE



Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490