



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

<p>9.1 Martie 2015,</p> <p>realizat de Dr. Bogdan Lucian Jora</p>	<p>Verificat</p> <p>Manager proiect</p> <p>Prof.univ.dr. Maria Andronie</p>
---	--

A9.1 Creare Biblioteca virtuala „EUROPA2020” , cu un volum total de 30.000 pagini, in domeniul Diplomatie Publica;

Raport privind selectia de documente/publicatii (titluri) relevante pentru domeniul Diplomatiei publică

Martie 2015

In luna martie 2015 aferent obiectivului de a oferi oportunitati sporite de documentare a studentilor ce vor fi inscrisi la viitorul program masteral in domeniul Diplomației Publice s-a facut o documentare pentru selectarea si colectarea celor mai reprezentative materiale documentare relevante pentru domeniul diplomatiei publice si domeniile aferente (comunicare publica internationala, comunicare internationala, relatii publice internationale, marketing de



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



POS DRU/156/1.2/G/1394/0

image, practici de advocacy, diplomatie culturala, propaganda, diplomatia schimburilor academice, aspecte de functionalitate ale institutiilor responsabile cu comunicarea publica externa si crearea de imagine, branding, etc)

S-a urmarit ca materialul documentar selectat pentru viitoarea biblioteca virtuala sa corespunda la doua conditii: a) relevanta materialului documentar pentru diplomatia publica si marketingul de imagine, b) respectarea legislatiei specifice privind drepturile de autor si Copy Right (Pe cale de consecinta au fost selectate doar materiale proprii nepublicate, respectiv materiale pe care este specificata destintatia *Open Source in cazul in care este utilizata pentru scopuri didactice si de documentare.*

Documentele si materialele disponibile in Biblioteca virtuala vor putea fi utilizate exclusiv in scop de documentare cu mentionearea sursei conform legislatiei in vigoare si normelor academice.

In urma documentarii au fost selectate urmatoarele materiale totalizand 350 pagini dintre care amintim:

1. Diplomatia publica- argumente pentru o agendă de cercetare

A interpreta dinamica relatiilor internationale din perspectiva comunicării cu cetățenii a capacității de persuasiune a propriei cultural și imagini respectiv a relatiilor culturale este un demers puțin abordat. Aspectele legate de tipologia comunicării, modul de construire al imaginii, tipologia a comportamentul politic, și atitudinile sunt și ele dimensiuni ale “culturii” domeniul nefiind restrâns doar la manifestările artistice. Statul ca actor în sistemul relatiilor internationale acționează cu instrumente politice pentru difuzarea unei anumite culturi după cum pot să folosească cultura, comunicarea capacitățile de persuasiune și seducție ca instrument politic. Semnificația și rolul în continuă scădere a frontierelor fizice în era globalizării evoluează împreună cu o creștere a importanței factorilor culturali, de imagine și comunicare în relațiile internationale. Cultura și capacitățile de comunicare ale acesteia sunt instrumentalizate cu scopul de a obține stabilitate, securitate sau hegemonie.



2. Diplomația publică în decizia politică

Dacă există un consens în legătură cu necesitatea teoretică de evitare a conflictelor lucrurile stau diferit în ce privește modalitățile de evitare a acestora. Contribuția pe care diplomația publică o poate duce la promovarea păcii este cumulativă și se face prin promovarea cunoașterii și înțelegerii reciproce. Cultura în sine și diplomația publică nu pot să ofere soluții miracol dar pot în timp să creeze un climat favorabil reconcilierii pe care se poate construi tot în timp fundamentul unei păci durabile în termenii definiției dată de Sf Augustin “*Ordinea în liniște*”. La alt nivel al investigației din analizele de politică externă rezultă că de puține ori se acționează în conformitate cu o evaluare obiectivă a propriilor interese. Factorii emoționali și psihologici au un cuvânt de spus. Într-un domeniu intangibil și greu de descris și măsura cantitativ, influența factorilor culturali, a mediumului creat de acestea de-a lungul timpului și influenței acestora asupra factorilor psihologici și emoționali este importantă.

3. Diferența dintre Propaganda culturală și Diplomația publică/culturală

Ambele concepte se definesc cel mai bine prin sublinierea a ceea ce le diferențiază. Propaganda politică, sau în slujba unei anumite ideologii are ca principal vehicul sau instrument cultura, de aici putând distinge *Propaganda culturală* constând în acțiuni organizate de manipulare a unor simboluri culturale, imagini cu scopul manipulării și persuasiunii unei audiențe de a face ceva sau de a rămâne inactivă. *Propaganda culturală* se adresează unui public desemnat prin intermediul unor acțiuni culturale cu scopul de a transmite idei și informații precise cu scopul de a forma ori modifica sau întări convingeri. O mare parte a ceea ce ar corespunde azi propagandei (fie și în sens pozitiv) este etichetat drept diplomație publică-diplomație culturală etc având în vedere excesele inter și postbelice cu precădere în cazul regimurilor totalitare.

4. Diplomația publică/propaganda și reprezentarea istoriei



Reprezentarea istoriei la fel ca și istoria ca disciplină în sine nu reprezintă doar ceea ce a fost sau trecutul în sine ci o interpretare contemporană a ceea ce considerăm reprezentativ și relevant din trecut în ideea de a construi un viitor mai bun pornind de la experiențele trecute. Trecutul, prezentul și viitorul se combină în felul acesta în tentativa de reprezentare a ceea ce a fost.

5. Imagologia, între diplomație publică-diplomație culturală și propagandă

Diplomația publică și în cadrul acesteia Diplomația culturală este preocupată de crearea imaginii unei țări, de felul în care este văzut, receptat, un popor și cultural sa. Din diversele încercări de teoretizare a aspectelor care țin de alteritate și problema receptării a apărut imagologia, o știință socială de frontieră nouă, auxiliară politologiei, sociologiei, istoriei. S-a axat de la început pe rezultatele cercetărilor de istorie universală, antropologie culturală, socio-psihologie. Omologarea științifică a căpătat-o în cadrul celui de-al XVI lea Congres de Științe Istorice (Stuttgart 1985). Imaginea are un caracter utilitar defensiv, *potlachul*, prestigiul fiind preocuparea esențială a indivizilor din orice comunitate umană, acest principiu putând fi transpus și la nivelul comunității de state ce alcătuiesc un sistem internațional.

6. Comunicarea publică externă a Uniunii Europene - aspecte în dezbateri

Documentul dezbate modul în care construirea unei identități internaționale bine conturate pentru Uniunea Europeană e o dimensiune esențială a "Proiectului European". O dimensiune a integrării europene în adâncime ce ține de aspecte sensibile susceptibile de a stârni reacții de respingere din partea structurilor tradiționale ce invocă argumente de natura identitară dar și criterii funcționale. Politica Externă și de Securitate Comună (PESC) a fost percepută ca dimensiune politică a integrării mai sensibilă decât cea economică deși are implicații importante



și pentru aceasta. Ca demers politic instituirea unui minister de externe și a unui corp diplomatic comunitar european e comparabilă cu introducerea monedei unice și a controlului Băncii Centrale Europene. Este important a distinge pe cât posibil ceea ce se află dincolo de declarațiile politice retorice, în ce măsură unor principii declarative le corespunde o realitate politică. E un subiect tentant pe care se scrie mult într-o manieră speculativă. Pentru standardele cercetării academice este un demers dificil ținând cont de dificultatea de a obține informații din surse de primă mână, cum ar fi interviuri ale personalului diplomatic acreditat pentru a nu mai vorbi de accesul la documente și rapoarte.

7. Diplomația publică a Uniunii Europene în contextul Globalizării

Documentul expune opiniile profesorului Joseph S. Nye care ne propune o structură de analiză interesantă potrivit căreia, în relațiile internaționale de astăzi, puterea este distribuită ca un joc de șah tridimensional ce se joacă pe verticală, dar și pe orizontală¹. Se poate distinge un nivel superior al relațiilor militare existente între state, în care Statele Unite reprezintă unica superputere, Europa sau China fiind departe de a surclasa SUA în viitorii ani. La un nivel intermediar al relațiilor economice, se poate spune că lumea este deja multipolară. Acesta este cadrul în care UE este un jucător de talie mondială ce nu poate fi ignorat de nimeni și în care alte state precum Japonia și China dețin roluri semnificative. Statele Unite nu pot să ignore opinia Comisiei Europene la semnarea unui acord comercial sau în reglarea unor litigii antitrust. Recent, după ce Organizația Mondială a Comerțului (WTO) s-a pronunțat în favoarea unei plângeri depuse de CE, Congresul SUA a fost nevoit să rescrie legislația taxelor.

8. Serviciul European de Acțiune Externă și Diplomația Publică

¹ Ibidem



Documentul expune modul de creare a Serviciului european pentru acțiune externă (SEAE), cu atribuțiile unui minister de externe este prevăzut de Tratatul de la Lisabona și a fost răspunsul la numeroase propuneri și recomandări din ultimul deceniu în ce privește coerența diplomației europene și transformarea UE într-un actor internațional credibil cu o identitate politică pe măsura identității sale de actor economic. Este un pas important în procesul de integrare europeană, deși, “părinții fondatori” nu l-au prevăzut explicit.

9. Capacități și sisteme de evaluare a Diplomației Publice

Documentul expune capacitati si sistemel de evaluare. Dimensiunea economică a diplomației publice pune în discuție capacitatea de evaluare și de măsurare a acesteia. Raportul cost-eficiență al acțiunilor politice ale diferitelor structuri a fost constant în atenția instituțiilor UE aflate permanent sub un bombardament al acuzelor de ineficiență și risipă, în mod special în condițiile de criză economică. Este discutabilă în primul rând problema fezabilității genului acesta de studii pentru diplomația publică deși ideea în sine a responsabilizării și justificării fondurilor chiar și în cazul acțiunilor de diplomație culturală nu este lipsită de sens. Metode clasice precum sondaje de opinie sau analize de presă pot să ofere informații în legătură cu succesul sau insuccesul unei anumite campanii sau acțiuni pe termen scurt sau mediu. Consiliul Britanic are unul dintre cele mai sofisticate metode de evaluare a acțiunilor sale în funcție de criteriile de performanță evaluate pe indicatori, sisteme de măsurare a reputației, raportul cost-eficiență și a eficienței manageriale, imaginea funcționarilor instituției în țara gazdă etc.

² Philip Fiske de Gouveia & Hester Plumridge, *European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy*, The Foreign Policy Centre, London November 2005, p7.

³ Bulmer, Simon “The European Council and the Council of the European Union: Shapers of a European Confederation”, *Publius – The Journal of Federalism*, 1996 Vol. 26, No. 4.



10. Cultura culturii și locul ei în cadrul diplomației publice a Uniunii Europene.

Documentul expune faptul ca în general nimeni nu pune la îndoială importanța culturii și relațiilor culturale în relațiile internaționale. Întrebările se leagă de aspectele cantitative. Cât de importantă? Cum se poate evalua importanța? Care sunt cele mai eficiente acțiuni? Unde trebuie alocate mai multe fonduri? Care este rolul statelor naționale, al UE și care este rolul ONG-urilor și indivizilor? Dimensiunea culturală a Uniunii Europene în implementarea programelor de dezvoltate, promovarea respectării drepturilor omului, prevenirea conflictelor, intervenția și reconstrucția post-conflict este în principiu bine argumentată și teoretizată. Aspectele aplicative, care implică la modul concret mecanismele asigurării *de facto* în diverse medii a sinergiilor dintre diversele paliere de acțiune simultană pe plan extern ale UE nu sunt însă clarificate.

11. Diplomația publică internă a Uniunii Europene

Documentul expune faptul ca Instituțiile UE trebuie să acționeze pe două fronturi concomitent. Audiența externă și audiența internă reprezentată de opinia publică a 28 de state membre cu interese și tradiții istorice destul de diferite, sensibilă la o tipologie a discursului politic destul de diferită. Bugetul UE afectat acțiunilor de comunicare, reprezintă o mică parte din sumele afectate de UE diverselor programe care au influență și destinație declarată sau nedeclarată directă sau indirectă pentru acțiuni de diplomație publică. Totuși faptul că din bugetul destinat comunicării 90% milioane este destinat acțiunilor de comunicare internă (către statele membre) și doar 10% (aproximativ 8 milioane euro) acțiunilor de comunicare externe este relevant.

12. Identitate națională vs Identitate europeană între excludere și complementaritate

Documentul argumentează faptul ca o modalitate de luat în seamă în cazul construcției imaginii identitare a UE provine din tehnicile oferite de branding-ul de țară constând în exploatarea



prestigiului imagistic oferit de produsele de succes și notorietate oferite de anumite state membre. Va renunța Franța la *Made în France* pentru produsele sale de lux pentru *Made în Europe*, va renunța Germania la *Made în Germany* pe aplicat pe produsele sale tehnice de notorietate pentru *Made în Europe*? Vor putea produsele a căror branding de țară are conotații negative să țină pasul și să nu păteze notorietatea *Made in Europe* (produse din noile state membre mai ales a se avea în vedere faptul că produsele tehnice fabricate în anumite țări au inclusiv conotație negativă)? Există produse europene de notorietate mondială care sunt asimilate ca atare prin intermediul câtorva state membre. Produsele de lux (Franța, Italia, Marea britanie), industria de automobile (franceză, germană, italiană, britanică), industriile culturale (opera, artele, literatura), elemente de gastronomie (franceză, italiană). Aici se pune întrebarea, ce ar putea asigura reprezentarea echitabilă a statelor membre în diplomația publică a Uniunii Europene? Cultura căror state membre va fi pe piedestalul reprezentării externe? În ce măsură statele membre pot să utilizeze structurile de reprezentare UE pentru promovarea propriei culturi, a propriului trecut?

13. Capacitățile de reprezentare/comunicare externă ale Uniunii Europene

Documentul argumentează modul în care capacitățile de reprezentare externă ale Serviciului European de Acțiune Externă (SEAE) sunt la prima vedere impresionante atunci când noua structură comunitară este caracterizată drept suma capacităților de reprezentare externă a statelor membre. În virtutea acestui algoritm de calcul, cele 28 de state-membre ale Uniunii Europene au 2 220 ambasade și aproximativ 980 de consulate în timp ce SUA dispune doar de 170 de ambasade și aproximativ 63 de consulate². În realitate însă unicele structuri de reprezentare diplomatică sub control comunitar direct de care dispune SEAE sunt cele 139 de delegații ale Comisiei Europene. A se avea în vedere că serviciile diplomatice cumulate ale celor 28 de state membre plus departamentele cu veleități de reprezentare externă ale Comisiei Europene nu reprezintă un tot unitar, Serviciul European pentru acțiune externă fiind doar un important pas



Înainte în ce privește coordonarea celor două paliere teoretic constitutive ale SEAE.

14. Discursul diplomației publice UE

Documentul argumentează modul în care poate să fie tratat și conceput discursul unui actor politic hibrid precum UE? Structura fluidă instituțională a Uniunii Europene pune invariabil probleme de imagine, credibilitate și coerență în ce privește discursul și acțiunile externe. Diplomația publică a Uniunii Europene nu a avut nevoie de Tratatul de la Lisabona și crearea SEAE pentru a se face simțită, de la însăși crearea sa dialogul și problema vizibilității interne și externe fiind preocupare esențială. O primă întrebare care se pune este necesitatea unei voci unice și a unității de opinii și valori respectiv în ce măsură sunt acceptabile divergențele de opinii. Instituțiile aflate direct sub controlul UE (reprezentantele Comisiei Europene și Centrele Europene de informare) și care au misiunea de a promova imaginea și valorile comune UE nu sunt principalii vectori ai diplomației publice *de facto* a UE.

15. Diplomația publică a diasporei UE

Documentul argumentează modul în care mare parte din statele membre au fost până la jumătatea secolului XX principalele surse de emigrație din lume (Italia, Spania, Portugalia, Polonia, Germania, Țările Scandinave) iar datorită acestor comunități există la ora actuală legături *vii* cu America Latină, SUA, Australia, Africa de Sud. Utilizarea diasporei pentru acțiunile de diplomație publică a statelor naționale este cunoscută și utilizată de mult timp. Se pune întrebarea în ce măsură diaspora masivă a statelor membre poate să catalizeze diplomația publică a Uniunii Europene. O parte a diasporei a emigrat datorită sărăciei, instabilității violenței



și războaielor ori în aceste condiții proiectul european ca proiect de promovare a păcii și prosperității economice în Europa este privit pozitiv. O parte a diasporei cu precădere din America de Sud face din originea europeană un titlu de mândrie, aproximativ 50 de milioane de cetățeni brazilieni, argentinieni, paraguayeni și uruguayeni fiind eligibili pentru dobândirea/redobândirea cetățeniei statelor membre (cu precădere cetățenie italiană, spaniolă sau portugheză) însă nu neapărat pentru a emigra în Europa ci mai degrabă pentru a avea o garanție în plus vizavi de instabilitatea economică și politica din țările în care trăiesc.

16. Diplomația publică a UE ca variabilă a politicii externe

Printre întrebările pe care le pune documentul: Are UE suficiente fundamente identitare comune pentru construirea unei identități comune văzută ca atare pe plan extern? Include această imagine nouă realitate a UE în care aproape jumătate din statele membre sunt din Europa Centrală și de Est a căror cultură și identitate este cvasi necunoscută pe plan extern? Diversele aspecte, paliere și mesaje ale diplomației publice UE formează un mesaj coerent sau contradictoriu? Există coerență între nivelul național și cel supranațional al diplomației publice în cazul UE?

17. Identitatea internațională variabilă în diplomația publică a UE

Printre acțiunile “clasice” prin care un actor internațional poate să influențeze un altul, se numără: aprobarea sau dezaprobarea unei acțiuni fără precizarea explicită a posibilității de recurgere la sancțiuni, promisiuni de diferite tipuri, amenințarea cu sancțiuni, recurgerea la sancțiuni non-violente, folosirea forței. Ce tehnică este preferata de UE? Prima condiție ar fi existența unui consens între statele membre după care se dispune într-un fel sau altul de acțiuni³. Până acum fără excepție UE înainte de a apela la sancțiuni încearcă să convingă alți actori despre



UNIUNEA EUROPEANĂ



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI ȘI
CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE
CIPORDRU



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/156/1.2/0/13/440

necesitatea comportamentului responsabil, a cooperării și respectării drepturilor omului sugerând posibilele efecte și reacții din partea sa. Se poate constata că promisiunea unui acord economic favorabil sau a extinderii dialogului politic în cazul unui anumit comportament intern sau extern . terțului stat, este mijlocul de presiune favorit al diplomaților de la Bruxelles.