

Секция «Мировая политика и международные отношения»

**Послы доброй воли ЮНИДО в пиаризации международных отношений**

***Баланык Анна Ярославовна***

*Аспирант*

Донецкий национальный университет, Донецк, Украина

*E-mail: balanikanna@rambler.ru*

Институт Послов доброй воли и Посланцев мира ООН (далее Послы) – качественно новое явление в международной жизни, которое в целом ещё не нашло отображения на научном уровне ни в отечественной, ни в зарубежной литературе. На данный момент деятельность Послов рассматривают исключительно в контексте общей дипломатии знаменитостей, которую эти люди осуществляют на международной арене. Среди исследователей следует выделить автора первой фундаментальной работы в данной области – Э. Купера [1]. Институт Послов возник в 1954 году с назначением Генсеком ООН первого Посла доброй воли – голливудской звезды Дэнни Кея. С того времени он постоянно развивался, количество Послов увеличивалось, а их деятельность набирала всё большего веса. Основной задачей гуманитарных Посланников стало информирование общественности о целях и задачах ООН, с которой они справлялись с помощью средств и методов PR, достойное обобщение последние нашли в энциклопедии Р.Л. Хета [2]. В данной статье автор задался целью рассмотреть специфику деятельности ООН по промышленному развитию, ЮНИДО (англ. UNIDO), поскольку среди Послов именно этого учреждения числятся не знаменитости и первые леди, а люди действия: ученые, экономисты, политики, бизнесмены. Для этого были использованы систематический метод и дескриптивное сравнение. В ЮНИДО делали ставку на практическую пользу: чтобы гуманитарные помощники знали толк в деле и помогали каждый в своей сфере деятельности. Однако, этот набор Послов вполне соответствует главным требованиям связей с общественностью – наличию коммуникации. В осуществляемой ими коммуникации можно выделить две волны: 1) Первая из них характеризуется умением бизнесменов, экономистов, политиков и ученых создавать собственный имидж и решать вопросы ЮНИДО в бизнес-среде, а также на международной арене. Таким образом, данная организация, призванная контролировать и вводить новые проекты в малоразвитых государствах, посредством подобных контактов и привлечения дополнительных финансовых инвестиций получает прямую выгоду, которая воплощается в появлении и функционировании новых фабрик, станков, либо иных проектов. Ярким примером здесь служит деятельность бывшего Посла сэра Рональда Грирсона [3] (который скончался в 2014 году). Помимо описанного выше влияния, не стоит сбрасывать со счетов и классическое средство связи с общественностью, которое доступно сегодня даже селебритис, – международные конференции. Здесь они имеют главное отличие – подобные мероприятия всегда проходят на базе ЮНИДО, благо, площадка предоставлена качественная. Генеральным Секретарём одной из таких площадок – Азиатского форума Баоа является Лонь Йонту – Посол доброй воли ЮНИДО [4]. Несмотря на практическую результативность для организации, существует и минус таких личных контактов, который состоит в недостаточном освещении подобной деятельности в СМИ (публикации зачастую появляются в узкоспециализированных изданиях). Однако, то освещение, которое получают международные конференции с участием Послов, имеет вполне достойный уровень, с точки зрения связей с общественностью. 2) Вторая волна коммуникации состоит во включении общественных деятелей, которые хоть и отличаются от классических знаменитостей, но часто используют тот же набор методов и средств пиара, что и Послы остальных учреждений ООН. Данная волна коммуникации связана с появлением нового приоритетного направления, который объявила ЮНИДО: использование надежных источников энергии ради стабильного развития. Если в кругах ученых эту тему курируют

Марк Ван Монтагу и Раджендра Пачаури, то для выхода к более массовой аудитории организации понадобилось привлечь бразильского космонавта Маркоса Понтеса, записавшего специальное видеообращение для публики [5]. Таким образом, можно сказать, что начав свой уникальный путь использования возможностей института Послов ООН, ЮНИДО не смогла сохранить в полной мере заявленную практическую пользу и использование профессий своих избранников в чистом виде. Однако, даже обращение к распространенному подходу со связями с общественностью (через лекции, видео-обращения и интервью звезд) вовсе не установил приоритет привлечения классических знаменитостей для достижения целей учреждения, ибо такой подход тесно переплетён с узкоспециализированной деятельностью других Послов ЮНИДО.

#### **Источники и литература**

- 1) Cooper A. Celebrity diplomacy. Boulder, 2008. 150 с.
- 2) Heath R.L. Encyclopedia of public relations. SAGE Publications, 2005. 1067 с.
- 3) East African Energy Businesses Capture Investor Interest [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gvepinternational.org/en/business/news/east-african-energy-businesses-capture-investor-interest>. – Загл. с экрана.
- 4) Global SPX – Supply Chain Conference – 2005 Beijing China will have SPX in five strategic centres by 2006 [Электронный ресурс] // UNIDOScope – Режим доступа: [http://www.unido.org/fileadmin/import/42039\\_0508UNIDOScope2127Aug2005.pdf](http://www.unido.org/fileadmin/import/42039_0508UNIDOScope2127Aug2005.pdf). – Загл. с экрана.
- 5) UNIDO Goodwill Ambassador Marcos Pontes on Sustainable Energy for All [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=kX9IYWk5Lhs&feature=youtu.be>. – Загл. с экрана.