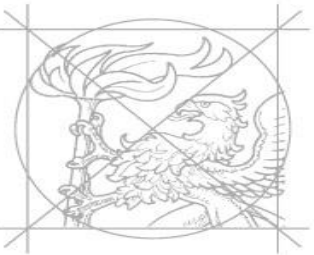


# „BEVKOM”

## Nemzetközi tanulmányok és Politikatudományok BA képzések

Interkulturális kommunikáció mint nyilvános diplomácia

6. lecke



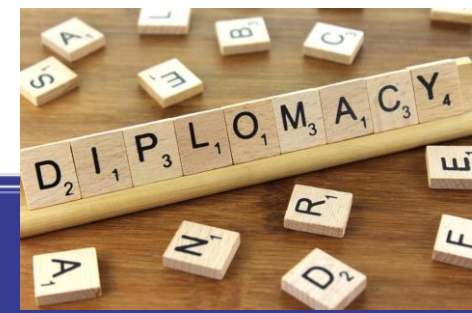
# Tanulási útmutató



- Lecke hossza: **10** dia
- Tartalom:
  - a nyilvános diplomácia létrejöttének okai
  - a public diplomacy célja és fogalma
  - a hagyományos diplomácia és a nyilvános diplomácia eltérései
  - rokon fogalmak
- Áttekintésre szánt javasolt minimum időtartam: 15 perc
- Tanulásra szánt javasolt minimum időtartam: 2 óra
- A tananyag elsajátítását név- és fogalomtár segíti, emellett feladattár és önellenőrző kérdések egészítik ki ezt a leckét. Az óravázlat rámutat az előadáson elhangzott további témákra.
- A feladattár elsajátítására szánt javasolt minimum időtartam: **1** óra

# A nyilvános diplomácia létrejöttének okai

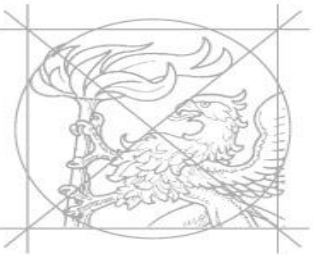
- Gazdasági kihívás (globalizáció)
- Az önmeghatározás és dekolonizáció kihívásának hatására
- A külkapcsolatok szereplőinek megsokszorozódása (pl. Erasmus)
- Az információs technológia kihívásai (közösségi oldalak)
- A közvélemény és részvétel kihívása (pl. olcsó repülőutak)



- A kormányok megérezték, hogy nem egyedüli befolyásolói a diplomáciai kapcsolatoknak.
- A demokráciák elterjedésével egyre több országban jelenik meg a morális igény az állampolgárok bevonására a politikába, s így a külpolitikába is. A nyilvános diplomácia előretörésének „morális indítékaihoz” tartozik az a felfogás is, miszerint egy ország imázsa és hírneve közjóság, amely elősegíti vagy hátráltatja az állampolgárok törekvéseit. A kormányzat feladata az ország versenyképességének javítása, a versenyképességnek pedig része a külföldi közvélemény felé közvetített vonzó országkép, imázs.
- Megjelennek a nem kormányzati szereplők (NGOk), a kormányzatok és egyéb szereplők ugyanis kénytelenek reagálni a civil szervezetek által megmozgatott tömegek szavára. A civil szervezetek munkája sokszor elő is segíti a globális kihívásokra aktívan reagáló országok összefogását.
- Eredményeképpen a külföldi közvélemény könnyen információhoz juthat az adott országról, a tömegek tájékozottabbá válnak, az információ több forrásból és gyorsabban áramlik, ezért az üzenetek „áttetszőbbek”, valóságtartalmuk könnyebben ellenőrizhető.

# A public diplomacy célja és fogalma

- Célja
  - vonzó országkép kialakítása és formálása
  - az ország külpolitikai mozgásterének, versenyképességének javítása
  - a partner országok közvéleményével való kommunikáció



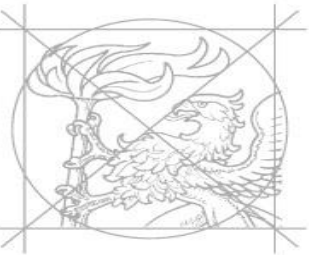
- Fogalma
  - A „soft power” része
  - 1948-ban megalakul az [Advisory Committee on Public Diplomacy](#)
- Az [Edward R. Murrow Public Diplomacy Center](#) egyik első „professzionális” művelője a területnek
- A kifejezés magyar megfelelője „közdiplomácia” vagy „nyilvános diplomácia”





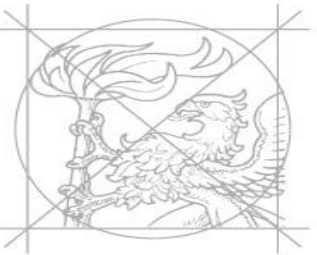
# A hagyományos diplomácia és a nyilvános diplomácia eltérései

- **Hagyományos**
  - Állam
  - Kényszerítés
  - Impozáns
  - Ideológiák
  - Titkosság
  - Erő-játék
  - Bizalmatlanság
  - Önkiszolgálás
  - Irányított
  - Win/lose helyzetek
- **Nyilvános**
  - Emberek ereje
  - Vonzerő
  - Meggyőző
  - Preferenciák
  - Átláthatóság
  - Kölcsönös előnyök
  - Megbízhatóság
  - Partnerség/hálózatok
  - Megkönnyít  
(elérhetővé tesz)
  - Win/win helyzetek



# Milyen elvek mentén működik a PD?

- Létező dolgot népszerűsít
- Mérhető
- Projektek





# Rokon fogalmak

## Kulturális diplomácia

- Hosszútávra tervez
- Nemzetközi kommunikáció kapcsolatépítési dimenziói
- Oktatás, művészetek
- A kulturális diplomácia a közdiplomácia eszközeit foglalja magába



# Civil diplomácia

- Civil szféra, NGOk
- Pártpolitikától független



- „Állampolgár diplomácia” (a turisták is!)

# Országmárkázás

- Marketing kifejezés
- Rövidtávú célokban gondolkodnak
- A kormányzat, a turizmus, a lakosság, a kultúra, a befektetések és a bevándorláspolitiká stb. *kampányokban jelenik meg*
  - Külföldi befektetésekkel egy ország nem csak munkahelyeket teremt és tőkét mozgat, hanem országának az imázsát is exportálja (Pl. Németország esete az Audoval, BMW-vel, Mercédesszel)

# Országimázs

- *Rendkívül lassan változó*, sztereotípiáktól és történelmi megítélésektől sem mentes kép egy országról
- Elválaszthatatlan a nyilvános diplomáciától és az országmárkázástól
- Rövid távon az *aktuálpolitika* is hatással van rá



**JELEN TANANYAG A SZEGEDI  
TUDOMÁNYEGYETEMEN KÉSZÜLT  
AZ EURÓPAI UNIÓ  
TÁMOGATÁSÁVAL. PROJEKT  
AZONOSÍTÓ: EFOP-3.4.3-16-2016-  
00014**

**SZÉCHENYI**  2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

**Európai Unió**  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**