

## Лекція 5. ДИПЛОМАТИЧНІ КОНТАКТИ (частина II).

### ПЛАН

8. Дипломатичні контакти з бізнесом

9. Відносини дипломатів з засобами масової інформації

10. Контакти з науково-технічною інтелігенцією, представниками вищої школи та мистецтва

11. Зміцнення дипломатичних контактів

12. Роль дружин дипломатів у встановленні та розвитку дипломатичних контактів

#### 8. Дипломатичні контакти з бізнесом

Дипломатія в усі часи була тісно пов'язана з торгівлею. Так, дипломатія Київської Русі починалася з торгівлі з греками, з укладання договорів, в яких важлива роль відводилася правам і обов'язкам купецтва, їх охорони, умов утримання і тощо. Коли послы і посланці стали особистими представниками своїх суверенів-монархів, вони, з огляду на їх високе становище, почали відходити від торгових справ, які стали завданням дипломатів нижчого рангу або консульських працівників. Попри це торгова політика залишалася важливою складовою зовнішньої політики держави, а отже, і дипломатії.

В рамках теорії дипломатії, Г. Нікольсон виділяє два головних її напрями: *перший* робить акцент на політиці сили, залякуванні, тоді як *другий* - на отриманні прибутку, що спонукає до реалізації заходів, спрямованих на примирення, компроміс і отримання кредиту довіри. В ідеалі торгова політика і дипломатія завжди повинні йти пліч опліч.

Розбіжність інтересів різних верств суспільства відіграє в дипломатичній діяльності важливу роль. Так, американські фермери боролися проти санкцій на продаж зерна Радянському Союзу і в кінцевому рахунку досягли свого - вони були скасовані, хоча, зважаючи на американо-радянське протистояння під час Холодної війни, продовження цих санкцій було об'єктивно необхідним. Завдання дипломатії полягає в тому, щоб привести торгову політику держави в одне русло з дипломатією або внести до неї необхідні зміни.

За певних обставин торгова політика держави може стати одним з інструментів дипломатії. Однак до закінчення Другої світової війни дипломати дещо зверхньо ставилися до торгових місій і комерції. Так, у МЗС Франції дипломатів, які займалися економічними і торговельними проблемами, розглядали як дипломатів «другого класу». Тільки після початку європейського інтеграційного процесу, виникнення «міжнародної торгової дипломатії» (її ознаками стало укладання в 1947 р. Генеральної угоди з тарифів і торгівлі, а в 1964 р - Конференції ООН з торгівлі та розвитку) дипломатія серйозно починає займатися проблемами економіки і торгівлі.

Зазначимо, що цей процес йшов не без опору з боку частини дипломатів, які вважали, що сферою їх діяльності є зовнішня політика, захист інтересів держави в цілому, а не тієї чи іншої фірми, окремого бізнесмена. «Це досить противна річ - мати справу з торгівлею», - зауважив один з американських послів.

Сьогодні дипломати повністю залучені до вирішення економічних і торгівельних проблем. Потужним поштовхом послужили зустрічі «великої сімки» з економічних питань. Якщо президенти і прем'єри займаються цими питаннями, то дипломати не можуть стояти осторонь.

Для багатьох посольств діяльність в цьому напрямку стала найбільш пріоритетною. Дипломатичний довідник так визначає цю діяльність посольств:

**«Завдання дипломатів, які працюють в області економіки, - усіма доступними засобами сприяти задоволенню торгових інтересів своєї країни, допомагати бізнесменам, відповідати на їх специфічні питання, забезпечувати всією інформацією, в тому числі малодоступною, яка допоможе його країні сформулювати відповідну торгову політику, а її бізнесменам - отримати кращі умови на місцевому ринку. Концентруючи свою діяльність на користь своєї країни, дипломат не може уникнути і звернень та запитань з боку бізнесменів країни перебування, і, відповідаючи на них, він повинен найкращим чином сприяти добрим відносинам з країною перебування».**

Першими на цей шлях стали німецькі дипломати, перед ними після війни стояла задача відновити свою країну, а потім зробити її наймогутнішою в економічному відношенні державою Європи. Аналогічний підхід застосували американські дипломати, потім японські. Для американської дипломатії це перетворення було, можливо, більш легкою справою, бо ще в кінці XIX ст. держдеп постачав американський бізнес відомостями про іноземні ринки, які спеціально для нього збирали американські дипломати. Англійські дипломати змушені були зайнятися питаннями економіки внаслідок падіння ролі Англії як великої економічної держави, розпаду Британської імперії, проблем, пов'язаних з погіршенням торговельного балансу. Потім перед англійською дипломатією постало питання про ставлення до Спільного ринку. Англії було потрібно 15 років, щоб примкнути до нього, і вже в 70-х роках 384 англійських дипломата займалися комерційною роботою і більше 400 співробітників з числа найнятих на місці допомагали їм. Правда, англійські бізнесмени відзначають, що цінність доповідей посольств з економічних питань не завжди досить висока через непрофесійність дипломатів, які погано розбираються в бізнесі.

Німецький уряд, щоб розвантажити дипломатів, організував в 27 країнах торгові палати. «Без них, - заявив німецький дипломат, - посольство було б завалено проханнями про допомогу і про постачання бізнесменів комерційною інформацією». Проблема полягає в тому, що з деякими важливими економічними питаннями дипломати ніколи не стикалися, часто вони виступають не як практики і експерти, а як вчені. Іноді дипломатів засмучує нечесність окремих бізнесменів, які звертаються до них (бажаючи, щоб їх рекламували), повідомляючи невірні відомості. Отримавши інформацію, вони зникають з поля зору, ставлячи тим самим дипломата в скрутне становище. Загалом закиди взаємні.

Який же з цього впливає висновок? Хто з дипломатів повинен займатися економічними питаннями? Якщо штати посольства дозволяють, то слід виділити з числа дипломатів групу співробітників, які збирають інформацію і аналізують її.

Дипломата повинні цікавити як бізнесмени власної країни, які приїжджають для переговорів, так і бізнесмени країни перебування. При встановленні контактів з бізнесменами країни перебування треба мати під рукою обґрунтовані дані про стан розвитку промисловості, основні економічні і фінансові умови у власній країні, про фірми, які зацікавлені в розвитку ділових відносин з країною перебування.

Для першої бесіди, що має на меті встановлення контакту, потрібно ретельно продумати теми, придатні для обговорення. Головна мета «контактної бесіди» - завоювати довіру партнера. На гербі Лондонської біржі написаний девіз: «My word is my bond» - «Мое слово - моє зобов'язання». Перед зустріччю, під час якої ви хочете встановити контакти, корисно переглянути останні економічні досьє (до складання їх найкраще залучати жінок, оскільки вони більш уважні і старанні).

У дипломата повинен бути під рукою каталог всіх національних фірм, спільних фірм з країною перебування, дані про свої фірми, які хотіли б співпрацювати з компаніями країни, в якій ви перебуваєте.

Посол повинен мати довідники, альбоми про всі фірми країни перебування, що представляють інтерес для національної економіки. Наявність таких даних зробить посольство центром тяжіння як для вітчизняних, так і для місцевих ділових кіл. У свою чергу, це дозволить вам встановити цікаві і корисні контакти в цьому середовищі і отримати потрібну інформацію. Секрет успіху встановлення контактів з бізнесменами значною мірою залежить від точності, обсягу і оперативності інформації.

На відміну від звичайних дипломатичних контактів, торговим властива певна секретність. Ставити запитання, які містять комерційну таємницю, при встановленні контактів, при перших етапах переговорів ні дипломату, ні бізнесменові не слід. В економічних контактах важливу роль відіграє тактика вичікування. Якщо партнер нетерплячий, імпульсивний, то він може показати себе поганим дипломатом і бізнесменом.

Західні посольства тримають двері широко відкритими для бізнесменів, практично завжди в посольствах є хтось з дипломатів, готових їх прийняти. У посольство Англії в Парижі звертаються за допомогою кілька тисяч англійських і французьких бізнесменів на рік.

Дипломатам велику користь можуть принести контакти з діловими колами, тому що саме їм належить визначальна роль в житті країни. Вони є найбільш поінформованої і впливовою частиною суспільства, до того ж вони вільні у спілкуванні, їх не пов'язує закон про державну таємницю, якщо вони і поінформовані про неї, то опосередковано, через своїх радників, експертів, які працюють в уряді, через своїх друзів.

Контакти з бізнесменами, які мають у своєму розпорядженні величезною інформацією, дають можливість краще зрозуміти задуми уряду і іноді з невідомої сторони висвітлити, здавалося, вже на відому вам проблему.

Контакти з діловими колами дають можливість встановити зв'язки з членами уряду. З багатьма міністрами, з якими дипломат встановлює контакти,

він знайомиться на прийомах у великих бізнесменів, на які запрошувалися вісімдесять чоловік і створювалася атмосфера, що сприяє зближенню.

Самі по собі бесіди з бізнесменами цікаві та корисні тому, що вони більш незалежні в оцінці політики уряду. Навіть підтримуючи уряд, вони можуть критикувати його за окремі упущення, давати безсторонню характеристику членам кабінету, розповідаючи таємницю тих чи інших рішень уряду. І якщо висловлювання представників опозиції є часто «критикою заради критики», то міркування ділових людей допомагають зрозуміти логіку прийняття тих чи інших рішень. Є ще одна, на перший погляд парадоксальна, особливість поглядів ділових людей: навіть тоді, коли уряд йде на погіршення відносин з будь-якою країною, ділові кола не поспішають наслідувати цим курсом, обережно зважуючи всі плюси і мінуси нового напрямку уряду для економіки країни, для своїх власних компаній.

## **9. Відносини дипломатів з засобами масової інформації**

Контакти із представниками засобів масової інформації потрібні посольству для двох цілей, які становлять найважливіші обов'язки дипломатів: отримання додаткової інформації (особисто від журналістів) і для здійснення впливу на країну перебування. Деякі вважають, що пропаганда - це не дипломатія, це політична реклама, що має на меті спонукати іноземний уряд сприйняти потрібну посольству думку, використовуючи ЗМІ країни перебування, прес-групу посольства і своїх іноземних союзників. Звичайно, існує відмінність між пропагандою, яку можна інтерпретуватися як втручання у внутрішні справи іншої держави, і пропагандою своїх поглядів, що сприяє правильному уявленню про внутрішню і зовнішню політику вашої держави. Останнє і є дипломатією.

В історії дипломатії пропаганда була антиподом дипломатії, тепер вона стала її союзником. Посольства стали ідеальним місцем для пропаганди, а тим самим для встановлення контактів з журналістами, тележурналістами, редакторами газет, найбільш обізнаними людьми. Але на шляху використання пропаганди, особливо першими людьми посольства, виникають значні ризики.

Інша проблема стосується використання повідомлень ЗМІ в діяльності посольства. Постає питання, в якій мірі можна довіряти тому чи іншому виданню? Чи достатньо компетентний кореспондент, наскільки секретні його джерела і наскільки він точний в аналізі матеріалу? Питання про те, наскільки відповідально той чи інший засіб масової інформації або той чи інший журналіст, є основним для висновків і оцінок дипломата. Не менш важливо для дипломата мати можливість перевірити інформацію, скажімо, у солідного кореспондента, або у об'єкта інформації, про яку йдеться в статті, або в дипкорпусі. Це теж залежить від ваших контактів.

Чим кращі контакти з журналістами, тим успішніше працює посольство. Навпаки, якщо відносини ворожі, тим важче здобувати посольству інформацію. Нерідко преса займає ворожу позицію стосовно голови того чи іншої держави. У цих умовах завдання посольства полягає в тому, щоб, не ускладнюючи відносин з пресою, поступово знаходити шляхи до пом'якшення взаємин. У демократичних суспільствах інших можливостей, крім як терпіти і налагоджувати з пресою

відносини, практично не існує. Не слід по дрібницях чіплятися до преси. Виступати зі спростуванням і роз'ясненням своєї позиції слід тільки тоді, коли порушені національні інтереси країни, коли є переконливі докази неправоти ЗМІ.

Але візьмемо ситуацію, коли відносини посольства з пресою складаються в цілому нормально. Почнемо з того, яку інформацію можуть дати журналісти дипломатам. У журналістів найширші контакти у всіх сферах суспільства - урядових і опозиційних, інтелігенції та середніх класів, бізнесменів і простих громадян. Вони ніколи не знають, які точно джерела інформації їм знадобляться для майбутньої публікації. Тому мережа, яку вони закидають при пошуку інформації є максимально широкою. Звичайно, вони зацікавлені в отриманні довірчої і добротної інформації, тому їх зв'язки з усіма своїми респондентами часто носять конфіденційний характер. Далеко не всю інформацію вони можуть виплеснути на сторінки своїх друкованих органів. Часто цьому заважає закон про нерозголошення державної таємниці, іноді - прагнення не ускладнювати відносин з впливовою особою, але вони можуть поділитися інформацією з людьми близькими, яким вони довіряють.

Серед журналістів є дуже здібні аналітики. Вони далеко не все публікують і самі користуються довірчими матеріалами посольств, на які зазвичай не посилаються і не розкривають їх джерела.

Багато інформаторів засобів масової інформації були в минулому або радниками уряду (офіційними або неофіційними), або займали посади в адміністрації, були членами парламенту, продовжуючи підтримувати зв'язки зі своїми колишніми колегами, і мали у своєму розпорядженні об'єктивну інформацію. Звичайно, найбільш важливими є контакти дипломатів з редакторами найбільших впливових газет і журналів країни і їх власниками. Так, англійська газета «Міррор» в значній мірі проводила власну лінію відного бізнесмена, правого лейбориста Р. Максвелла. Він сам диктував передові статті, в інших випадках цю роль виконували редактори. Тому контакти з власниками газет, головними редакторами і директорами великих видавництв важко переоцінити.

Зазвичай контакти посольств обмежуються журналістським корпусом столиці. Це велика помилка. Знайомство з представниками провінційної преси, радіо і телебачення не менш важливо. Провінційна преса іноді краще відображає інтереси регіонів і навіть країни в цілому (вона менше схильна до тиску з боку уряду). Її економічні огляди, відомості про провінційних фірмах можуть дуже допомогти розширенню торговельних зв'язків між країнами.

**Президент США Дж. Кеннеді в своєму знаменитому посланні керівникам закордонних установ США від 29 травня 1961 р, звертаючись до послів, відзначав: «Я сподіваюся, що ви плануєте свою роботу так, що у вас знайдеться час для поїздок за межі столиці країни вашого перебування. Тільки таким чином ви зможете розвинути тісні особисті контакти, які вийдуть за межі офіційних дипломатичних кіл, і підтримувати взаєморозуміння з усіма частинами країни».**

Як встановити такі відносини із засобами масової інформації, щоб вони постачали вас новими, свіжими фактами і допомагали донести вашу точку зору до населення країни перебування? У минулому для цієї мети використовувалися гроші, підкуп журналістів. Сьогодні не можна стверджувати, що цей метод пішов в минуле. Але зараз жоден поважаючий себе західний журналіст, жодне серйозне

видання не піде на такі відносини, бо при розкритті факту підкупу його кар'єра буде закінчена (за виключенням «жовтої» преси та просто нечесних репортерів). Як сказав один англійський посол, із засобами масової інформації «можна примиритися» (тобто співпрацювати, але не підкуповувати їх).

«Довідник дипломата» в розділі «Преса і сектор інформації» пише: «Співробітник відділу преси та інформації повинен знати, хто робить новини, щоб він міг постачати інформацією щодо даної країни з максимальним ефектом». Цей висновок стосується не тільки співробітників відділу інформації, а практично всіх дипломатів: одні добувають інформацію, інші перевіряють, треті аналізують. Весь колектив посольства повинен приймати в цьому участь.

Інша частина роботи дипломата - підтримання престижу своєї країни, її зовнішньої політики, її економічних програм і досягнень. Той же «Довідник дипломата» вважає, що пропаганду своєї зовнішньої політики перш за все слід вести серед тих, хто цікавиться цими проблемами, хто з симпатією ставиться до вашої країни: «Засоби масової інформації мають у своєму розпорядженні сильним впливом на громадську думку, і це в усі зростаючому масштабі впливає на рішення уряду з питань зовнішньої політики». Якщо пошук інформації повинні вести всі дипломати, то для пропаганди внутрішньої і зовнішньої політики країни повинні залучатися люди знають, вміють переконувати, ті, яким довіряють.

Мета красномовства - переконувати людей, а перш за все вірять тим, хто сам переконаний в правоті своєї думки. Справжнє красномовство полягає в професіоналізмі, в кращому розумінні теми, яку викладаєш. З цієї точки зору головне завдання посла - залучити до виступу в країні перебування авторитетних людей, за якими стоять великі справи і великі заслуги. Никольсон підкреслював, що виступ Юрія Гагаріна на англійському телебаченні справив величезне враження і підкорив глядачів. І як може країна, яка має героїв з такою чарівною посмішкою, являти собою загрозу?

Виступи відомих державних діячів, відомих вчених, особливо якщо вони змістовні і оригінальні, характеризують не тільки оратора, але й країну. Завдання дипломатів в цьому випадку орієнтувати оратора, підказати, що сприйме аудиторія, а до чого поставиться зі скепсисом. Це треба враховувати при організації публічних промов, заяв, прес-конференцій дипломатів. Очевидно, це робота перш за все посла (посланника) і прес-атташе. Не можна доручати дипломату виступати перед іноземною аудиторією, якщо для цього у нього немає ніяких ораторських даних і досвіду.

У другій половині 1950-х років, в період «холодної війни», держсекретар США Дж.Ф. Даллес трансформував прес-конференції в засіб великої дипломатії. Він брав участь в п'ятдесяти міжнародних конференціях і, як правило, давав інтерв'ю журналістам і проводив прес-конференції. «Холодна війна», мабуть, дала поштовх використанню в дипломатії ЗМІ. Кожній наддержаві потрібно було переконати і свої власні народи в правильності політики уряду, а головне - інші країни, своїх союзників (іноді хитких, схильних до зради), їх народи в правильності взятого курсу. У цьому зв'язку значно посилилася роль дипломатичних контактів з журналістами, без яких зовнішньополітична ініціатива не могла бути успішною.

Якщо в країну вашого перебування їде група журналістів для висвітлення візиту прем'єр-міністра або іншої події, корисно зустрітися з цією групою, влаштувати ланч для тих журналістів, з якими у вас особливо тісні контакти, дати їм необхідні поради, деяким з них - рекомендаційні листи в газети країни вашого перебування, повідомити в Департамент преси МЗС країни перебування, на кого з журналістів, на вашу думку, слід звернути особливу увагу, і висловити прохання надати їм сприяння. Корисно прийняти журналістів у посольстві напередодні їх повернення на батьківщину.

При контактах з іноземними журналістами слід бути гранично уважними і в той же час обережними, особливо при перших контактах, коли ви ще недостатньо знаєте співрозмовника. Треба мати на увазі, що для багатьох представників ЗМІ важлива насамперед новина, сенсація, прагнення подати матеріал так, щоб він «заграв», трохи прикрасивши його, самому зробити такі акценти, яких дипломат не робив або, що ще гірше, постаратися спростувати ваші доводи, коли ви йому відповісти вже не можете. При встановленні нових контактів корисно обмінятися з тим або іншим дипломатом, в тому числі дружніх посольств, думками про того чи іншого журналіста. Слід утримуватися від контактів з представниками «жовтої» преси, строго ангажованих засобів масової інформації або тих органів, які помічені в несумлінності при викладі вашої інформації.

#### **10. Контакти з науково-технічною інтелігенцією, представниками вищої школи та мистецтва.**

Дипломатія багатьох країн надає цим контактам велике значення, так як вони розширюють коло людей, інформація яких вам особливо важлива. Контакти з науково-технічною інтелігенцією за своїм характером близькі до контактів з великим бізнесом. Вони допомагають зрозуміти економічні проблеми країни і шляхи їх вирішення. Інформація вчених носить більш аналітичний характер, вони пропускають факти через призму високоінтелектуального аналізу.

Саме знайомство з видатними представниками інтелігенції країни, великими вченими, представниками світової науки і бесіди з ними піднімають вас в очах інших співрозмовників. До думки цієї частини суспільства уважно прислухаються правлячі кола країни, і якщо ви змогли переконати в правильності своїх позицій цю частину еліти країни, то можна сказати, що ви досягли успіху у вашій дипломатичній роботі. Особливу увагу дипломати звертають на контакти з професорами і представниками найбільш шанованих в країні університетів і інститутів. Контакти з ними, звичайно, вимагають особливої підготовки дипломатів, але вона окупаються з огляду на ті думки, якими з вами поділяться ваші співрозмовники. Деякі держави доручають ці контакти посольствам, інші засновують для цієї роботи спеціальні організації. Інші держави ведуть цю роботу за допомогою міністерств освіти, культури. У Британії за культурні та освітні зв'язки відповідає не посольство, а Британська рада - організація, формально незалежна від Форін офіс, але підтримувана урядом. Британська рада була створена в 1934 р для поширення англійської мови та розвитку культурних відносин між Британією та іншими державами. Форін офіс розглядає культурні зв'язки як «зброю».

Франція - одна з перших країн, яка зрозуміла всі вигоди культурних програм у взаєминах з іншими країнами, і в даний час ці програми підвищують престиж країни. При кожному французькому посольстві, навіть при невеликому штаті, обов'язково є аташе з питань культури. Головне завдання французьких культурних аташе - сприяння вивченню французької мови і його поширення як інституту престижу і влади, а до певної міри посилення незалежності Франції в Європі.

Особливе значення мають контакти посла, культурного аташе та інших дипломатів з видними письменниками країни. Як правило, це впливові люди, до думки яких прислухаються маси людей. Та й престиж самого дипломата, у якого такі друзі, значно підвищується.

Для того щоб підтримувати зв'язки з такого роду людьми, треба знати історію культури країни перебування, особливо тих діячів країни, які занесені в золоту книгу світової культури, відзначені нагородами ЮНЕСКО, світовими престижними преміями. Але не менш важливо мати особисті зв'язки, контакти з письменниками, музикантами, артистами, художниками своєї країни, вміти цікаво розповісти про них та їхні твори. Якщо їх роботи, романи і повісті були перекладені на мову країни перебування - порекомендувати прочитати їх, якщо за сценарієм їх романів поставлений фільм, то, якщо їм цікаво, показати їм цей фільм, тобто поставитися до них вже під час першого побачення самим доброзичливим чином.

Треба відзначити, що деякі посольства вважають за краще впливати на зовнішню політику країни перебування не безпосередньо, а шляхом пропаганди свого способу життя, культивуючи політичні симпатії до своєї країни. Для пропаганди способу життя, культури і мистецтва потрібно запрошувати зі своєї країни видатних діячів мистецтва. На їхні концерти, прийоми прийдуть найвпливовіші люди держави, культурна еліта, і ваші контакти з ними збільшаться. Звичайно, найкращим пропагандистом культури і способу життя народу є культурні аташе і такі агентства, як Британська рада, будинки дружби, бібліотеки на іноземних мовах, будинки культури тощо. Держдеп США визнав, що культурні програми дуже важливі і що «спілкування дипломатів безпосередньо з жителями іноземних держав через пресу, радіо і телебачення заслуговує на увагу».

### **11. Зміцнення контактів.**

У плани діяльності посольств включаються пункти про розвиток і закріплення контактів. Перш за все слід точно встановити, у кого з дипломатів і з ким такі контакти є. Як показує практика, якщо раніше такого порядку в посольстві не було, то можна з упевненістю сказати, що і серйозних контактів у значної частини дипломатів не було. Коли в одному посольстві вирішили перевірити зв'язки дипломатів і скласти картотеку контактів з урахуванням систематичності зустрічей, то виявилось, що з одним і тим же «іноземцем» (так в посольствах зазвичай називають жителів країни перебування, хоча іноземцями є, навпаки, дипломати) зустрічаються (і то нерегулярно) одні й ті ж дипломати, що під час цих зустрічей ніякої суттєвої інформації вони не отримують, але всі ці дипломати вважали, що «у них є контакти». Постає питання: а навіщо кільком



дипломатам зустрічатися і розмовляти з однією і тією ж особою? І навіть зустрічатися, якщо немає ніяких результатів? З'ясувалося також, що з деякими «контактами», які числяться в їх картотеці, вони зустрічалися раз-два на рік на загальних прийомах. Ясно, що це були випадкові і малокорисні зустрічі. Завели картотеку, вирішили, хто з ким із іноземців буде зустрічатися.

Картотека дисциплінує дипломата, зобов'язує при від'їзді на батьківщину подбати про передачу встановлених їм зв'язків новому дипломату. Закріплення контактів справа дуже важливе, у цьому повинен брати участь не тільки сам дипломат, але і керівництво посольства. План встановлення і розвитку контактів повинен бути реальним, обов'язково враховує матеріальні можливості посольства. Перш за все дипломат повинен мати засоби для запрошення до себе, в кафе, бар, ресторан особи, з яким він підтримує зв'язок, принаймні два рази на рік (так як матеріальні засоби посольства дуже обмежені, то особисті зустрічі, один на один, для багатьох дипломатів є проблемою). Дипломат повинен мати можливість запрошувати (від імені посла) осіб, з якими він підтримує контакти, на загальнопосольські заходи, прийоми з нагоди національного свята, кіноперегляди тощо (і приділяти на такого роду прийомах їм персональну увагу).

Вважається, що дипломат повинен мати можливість зустрічатися з тими особами, які йому можуть бути якщо не зараз, то в майбутньому корисні. При цьому не слід нехтувати прийомами, хоча на них йде багато часу і вони не завжди приносять конкретну користь. Ви ніколи не знаєте точно, кого ви зустрінете на прийомі і яку цікаву інформацію ваш співрозмовник може вам повідомити.

Серед інших прийомів потрібно відзначити кіноперегляди. Бажано використовувати як нові, так і старі фільми з перекладом. Такого роду прийоми краще організувати з невеликим коктейлем на початку і кінці перегляду фільмів. Звичайно, на перегляди фільмів слід запрошувати дипломатів з подружжям. Якщо не дозволяє приміщення, то краще зробити перегляд для більш вузького кола осіб, але обов'язково з подружжям. Вдалими для закріплення контактів є запрошення на концерти артистів, які гастролують в столиці (теж, звичайно, з подружжям). Якщо дозволяють кошти, то після концерту можна організувати ля фуршет (а buffet diner). Багато артистів знають мову, і гостям приємно поговорити зі знаменитими виконавцями. Такі вечори залишають велике враження і зближують гостей і господарів. При організації зустрічей з прибулими до столиці відомими спортсменами, письменниками, кінорежисерами, видатними вченими треба ретельно обдумати склад запрошених, щоб гостям було цікаво. На зустріч з письменником слід запрошувати письменників країни перебування і цікавляться російською культурою.

Деякі делегації (урядові, партійні, парламентські, бізнесменів) просять влаштувати прийоми. Вони також можуть використовуватися для закріплення контактів. Добре на цих прийомах робити фотографії (найкраще вдатися до послуг свого фотографа, з числа співробітників посольства) і розсилати їх з особистим листом посла. Такі фотографії з задоволенням приймаються як подарунок. Для закріплення контактів і надання уваги тим, з ким ви встановили дружні відносини, бажано в свято, в день народження посилати подарунок, сувенір. Добре, якщо подарунок враховує інтереси, захоплення вашого

контактера. Він не повинен бути дорогим (щоб не був схожий на хабар), тим більше що в деяких країнах встановлена максимальна вартість подарунка, який ви можете прийняти. Проявом уваги є і листи з подякою за запрошення вас в гості на ланч, обід, прийом, прислану вам квитків в театр, привітання з днем народження (а дружині разом з привітаннями і букет квітів) або з отриманням вашим знайомим нагороди.

До посольства надходить багато листів. Жодне з них не повинен залишитися без відповіді. Якщо автор листа зацікавлений у відповіді, а тема, порушена їм, представляється вам гідною уваги, ви могли б запросити автора для бесіди, іноді лист призводить до встановлення тісних відносин з цікавими людьми. У встановленні контактів можуть зіграти свою роль діючі в країні перебування такі організації як торгпредства, банки, фірми.

## **12. Роль дружин дипломатів у встановленні та розвитку дипломатичних контактів.**

У Давніх Греції і Римі питання про направлення жінок в якості дипломатичних представників не ставилося. Перше завдання дипломатів полягало в оголошенні війни і закінченні її, укладанні військових союзів, і, природно, як війна, контактів так і її підготовка були справою чоловічим. В середні віки дипломатичні місії продовжували залишатися чоловічими за своїм складом. Коли в середині XV ст. при іноземних дворах з'явилися перші постійні посольства, а особливо коли вони стали діяти місяці і роки, в умах дипломатів зародилася думка про те, що добре б в посольствах мати і жінок, а ще краще, якби дипломатів супроводжували дружини. Але думка ця важко пробивала собі дорогу. Навіть Франсуа Кальєр на початку XVIII в. застерігав дипломатів від того, щоб їх супроводжували дружини. Він писав, що як би не був розумний посол, він піддається великому ризику, як тільки перестає бути господарем свого секрету.

Але послу (дипломату) часто доводилося бувати при дворі і, звичайно, розмовляти зі знатними дамами. Кальєр враховував це і навіть назвав один з розділів своєї книги «Вплив жінок». Він писав, що якщо звичаї країни дозволяють розмовляти з жінками, то посол не повинен ні в якому разі нехтувати цією можливістю. Його метою є виставити себе і свого повелителя в очах леді в найвигіднішому світлі, оскільки добре відомо, що влада жіночої чарівності часто перевершує рішучість держави.

Коли посольства стали постійними, для резиденції посла стало важливо, чи буде в ній добре, затишно, цікаво гостям, тобто чи будуть розширюватися контакти або резиденцію будуть обходити стороною. В значній мірі це залежало від дружини посла, дружин інших дипломатів. Тому дипломатів почали супроводжувати їх дружини. Американський дипломат У. Макомберг стверджував, що ні в одній професії дружини не грають більш корисною ролі, ніж в дипломатичній службі. Люди, які хоча б трохи чули про дипломатію, знають, яку підтримку надають дружини дипломатів своїм чоловікам.

Найбільш впливовою жінкою в посольстві є дружина посла. Дипломатичний словник, виданий в Англії, зазначає, що дружина посла ніколи не повинна забувати, що вона, як і посол, є перш за все представником своєї країни.

Іноді резиденцію посла гості розглядають як свого роду офіційний готель, в якому вони мають право скористатися їжею, напоями, хорошим поведженням господаря і особливо господині, а дружину посла уподібнюють майстерному менеджеру готелю. До певної міри це так. До дружини посла виявляють зазвичай підвищені вимоги і дипломати посольства, і їх дружини, і гості, яких посол запрошує до себе. Гості дуже уважно прислухаються до кожного її слова і придивляються до її поведінки. На загальних прийомах в інших посольствах вона користується часто такою ж увагою, як і посол. Її здобутки, як і її помилки, стають відомі багатьом. Вона повинна бути тактовна, люб'язна і володіти політичною проникливістю. Вона повинна мати уявлення про країну, в яку направляється її чоловік, мати певні мінімальними знаннями про звичаї, протоколи і етикеті країни.

Головне завдання дружини полягає в тому, щоб допомагати чоловікові в зав'язуванні контактів, в тому, щоб знайомим чоловіка було цікаво бачитися не тільки з самим дипломатом, але і з його дружиною, а в ідеалі - і дружині вашого візаві, щоб дружина посла була цікавою співбесідницею, а вдома ваших дипломатів були по-справжньому, по-сердечному гостинними. Це важке завдання, і до неї треба готуватися ще в своїй столиці. Перш за все дружина дипломата повинна якомога краще знати свою країну: її історію, культуру, мистецтво, її міста, щоб вона могла цікаво розповісти про свою країну, про жінок своєї країни, їхні проблеми, вести бесіду іноземною мовою. Крім того, вона повинна бути знайома з культурою, мистецтвом країни перебування. Якщо вона, скажімо, перебуваючи у Франції, не знає нічого про Гюго, Бальзака, Родена, Вольтера, імпресіоністів, в Британії - про Бернарді Шоу, про Лівінгстоні, Кіплінга, в Америці - про Франкліна Рузвельта, Теодор Драйзер, то навряд чи її буде поважати співрозмовник і мало ймовірно, що він буде зацікавлений в наступних зустрічах.

Буває і так, що наші гості, особливо жінки, йдуть з прийому незадоволеними. Які основні помилки господині ведуть до цього? Перш за все незнання або недостатньо хороші знання господинями прийому іноземної мови. В такому випадку дружини посла знаходять одноплемінника, жінку, яка говорить тільки її мовою, і весь прийом розмовляють з нею. Прийоми бувають не часто, і жінки посольства, давно не бачили один одного, починають розмовляти між собою. Прийом проходить швидко і доводиться проводити гостей, з якими так і не поговорили. Недостатній досвід деяких жінок призводить до порушення етикету, що, звичайно, помічають «іноземці» і відносять це до «некультурності» господарів. Найбільш типова помилка: зустрічаючи гостя, жінка чекає, коли чоловік подасть їй руку, хоча вона повинна зробити це першою. Багато помилок робиться за столом. Деякі жінки люблять розглядати посуд, це не прийнято. Під час раз розмови іноді невтішно відгукуються про відсутніх, перебивають мовця, вступають в обговорення чисто службових справ посольства і міжнародної політики. Коли в посольство приїжджають з вашої країни високопоставлені особи з подружжям, слід тактовно дати поради щодо одягу. Дружина англійського посла Д. Гор-Бута Мері пише: «Форін офіс вважає, що дружини дипломатів повинні бути прекрасно одягнені, завжди поруч, завжди в гарному настрої, з посмішкою на обличчі, завжди дуже тактовні. Вони повинні пам'ятати імена всіх (з ким вони

зустрічаються) і ніколи не мати своїх власних проблем, в будь-який момент бути готовою стати люб'язною господинею прийому і завжди тримати свій будинок відкритим для гостей ».

Якщо дружина посла знає іноземну мову, то контактів у неї більше, резиденція посла більше повертає до себе, у неї складаються хороші зв'язки з дружинами інших послів. Якщо вона не знає мови, то доводиться виділяти дипломата для перекладу, і тоді, звичайно, сердечності у відносинах з гостями менше. На прийоми в таких країнах вона ходити не любить, що, звичайно, негативно позначається на контактах. Зазвичай дружина посла до прийому інструктує запрошених дружин, зокрема нагадуючи їм, що вони повинні спілкуватися не з дружинами інших наших дипломатів, а з гостями, що прийом для них - це робота, а не розвага.