

## «ANIMAL DIPLOMACY» КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОЛИМОДАЛЬНОЙ ДИПЛОМАТИИ\*



**Ковба Дарья Михайловна,**

Институт философии и права  
Уральского отделения Российской академии наук,  
научный сотрудник,  
кандидат политических наук,  
Екатеринбург, Россия,  
ORCID: 0000-0002-2048-0967,  
E-mail: dmkovaljova@mail.ru

*Статья поступила в редакцию 15.06.2020, принята к публикации 14.08.2020*

**Для цитирования:** Ковба Д.М. «Animal diplomacy» как направление полимодальной дипломатии // Научный журнал «Дискурс-Пи». 2020. № 3 (40). С. 122–139. doi: 10.24411/1817-9568-2020-10308

### Аннотация

*Целью статьи* является исследование «animal diplomacy» («дипломатии животных») как одного из направлений полимодальной дипломатии. Достижение данной цели предполагает решение ряда задач: 1) определение места «animal diplomacy» в дипломатической деятельности; 2) исследование ее различных форм в исторической перспективе; 3) оценка роли данного дипломатического направления во внешней политике государств.

*Методы исследования.* В работе используется системный метод (при исследовании «animal diplomacy» во взаимосвязи с другими направлениями дипломатии), исторический метод (изучение генезиса данного дипломатического направления), а также общетеоретические методы – анализ (для выделения способов участия животных в дипломатии, а также особенностей отдельных разновидностей «animal diplomacy»), синтез (для обобщения полученных данных). Кроме того, «animal

\* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках проекта № 20-014-00033 «Концепция полимодальной гуманитарной дипломатии: реализация, инструменты и цивилизационные модели».

© Ковба Д.М., 2020



diplomacy» исследуется с позиции теории «мягкой силы» как средства достижения целей на основе добровольного участия, привлекательности и симпатии.

*Результаты.* Утверждается, что животные исторически были частью дипломатических взаимодействий и оказывали влияние на межгосударственные отношения. Отмечается, что «animal diplomacy» рассматривается в русле двух направлений: публичное преподнесение животных в качестве дара и их символическое продвижение на международной арене. Доказывается, что «animal diplomacy», приобретая различные гибридные формы, является важным направлением полимодальной дипломатии. «Animal diplomacy» нередко становится частью повестки дня различных направлений публичной дипломатии (культурной, цифровой, экологической, научной и др.) и не связывается с конкретными целями в области международных отношений. Исследуются разновидности «animal diplomacy» в исторической перспективе («дипломатия слонов», «дипломатия утконосов», «дипломатия жирафов» и др.). Утверждается, что наибольшую известность приобрела «дипломатия панд». Заключение договоров аренды панд символизирует готовность Китая строить «гуанси» – торговые отношения, характеризующиеся доверием, лояльностью и долголетием.

*Научная новизна.* Доказано, что «animal diplomacy» в современном варианте не имеет отношения к взяткам или дани – ее целью является привлечение внимания общественности, демонстрация доброй воли, повышение репутации и привлекательности государства, увеличение его «мягкой силы».

Ключевые слова:

«animal diplomacy», дипломатия животных, «дипломатия слонов», «дипломатия утконосов», «дипломатия панд», Китай, полимодальная дипломатия.

UDC 327.82

DOI: 10.24411/1817-9568-2020-10308

## “ANIMAL DIPLOMACY” AS A DIRECTION OF MULTIMODAL DIPLOMACY

**Kovba Daria Mikhailovna,**

Institute of Philosophy and Law  
of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences,  
Researcher, Candidate of Political Sciences,  
Ekaterinburg, Russia,  
ORCID: 0000-0002-2048-0967,  
E-mail: dmkovaljova@mail.ru

*Article received on June 15, 2020, accepted on August 14, 2020*

---

**To cite this article:** Kovba D.M. (2020). "Animal diplomacy" kak napravlenie polimodal'noj diplomatii ["Animal diplomacy" as a direction of multimodal diplomacy]. *Scientific Journal "Discourse-P"*, 3(40), 122-139. doi: 10.24411/1817-9568-2020-10308

---

## Abstract

*The aim* of the article is to study animal diplomacy as one of the areas of multimodal diplomacy. Achieving this goal involves solving a number of tasks: 1) determining the place of animal diplomacy in diplomatic activity; 2) the study of its various forms in a historical perspective; 3) assessment of the role of this diplomatic direction in the foreign policy of states.

*Research Methods.* The work uses the systematic method (in the study of animal diplomacy in conjunction with other areas of diplomacy), the historical method (studying the genesis of animal diplomacy), as well as general theoretical methods – analysis synthesis (to highlight ways of animal participation in diplomacy, as well as features of individual varieties of animal diplomacy), synthesis (to summarize the data). In addition, animal diplomacy is examined from the perspective of the theory of soft power as a means of achieving goals on the basis of voluntary participation, attractiveness and sympathy.

*Results.* It is alleged that animals have historically been a part of diplomatic interactions and have influenced interstate relations. It is noted that animal diplomacy is considered in two ways: the public presentation of animals as a gift and their symbolic promotion in the international arena. It is proved that animal diplomacy, acquiring various hybrid forms, is an important area of multimodal diplomacy. Animal diplomacy is often part of the agenda of various areas of public diplomacy (cultural, digital, environmental, scientific, etc.) and is not associated with specific goals in the field of international relations. Varieties of animal diplomacy are studied in a historical perspective (elephant diplomacy, platypus diplomacy, giraffe diplomacy, etc.). The most famous is the panda diplomacy. The conclusion of lease agreements of pandas symbolizes China's willingness to build "Guangxi" – trade relations characterized by trust, loyalty and longevity.

*Scientific novelty.* It is proved that animal diplomacy in the modern version is not related to bribes or tributes – its purpose is to attract public attention, demonstrate goodwill, increase the reputation and attractiveness of the state, increase its soft power.

## Keywords:

animal diplomacy, elephant diplomacy, platypus diplomacy, panda diplomacy, China, multimodal diplomacy.

---

## Введение

### *Актуальность научной проблемы*

С начала XXI в., одновременно с глобализацией международной среды, увеличением мобильности акторов, появилось множество новых областей ди-

пломатической деятельности, связанных с такими насущными вопросами, как изменение климата, проблемы беженцев, доступ к пресной воде, обеспечение здоровья населения, развитие интеллектуального капитала, новые формы культурных взаимодействий (Régnier, 2011, p. 1211). Данные направления дополнили традиционную национальную дипломатию. Сегодня в дипломатические взаимодействия вовлечены не только правительственные структуры, но и неправительственные организации, коммерческие предприятия, частные лица, СМИ и др. Можно утверждать, что современная дипломатия представляет собой структурно сложный гибрид, имеющий *полимодальный* характер. Данный термин предполагает *совмещение в процессе взаимодействий одновременно нескольких направлений дипломатии*. Часто эти направления взаимосвязаны или перетекают одно в другое. Одним из таких направлений является «animal diplomacy» («дипломатия животных»), которая используется для укрепления взаимоотношений, демонстрации доброй воли. Кроме того, в настоящее время данный вид дипломатии причисляют к инструментам «мягкой силы»: считается, что он может увеличить привлекательность государства в глазах международной аудитории.

### ***Степень исследованности проблемы***

Теоретические аспекты «animal diplomacy» недостаточно раскрыты в англоязычной и отечественной научной литературе. Чаще всего подобные вопросы изучаются в общем контексте дипломатических взаимодействий. Как правило, символику животных и дары животных политическими образованиями изучают в рамках дисциплины «История культуры». Для данного исследования оказались полезны труды Х. Лейры и И.Б. Неймана (Leira & Neumann, 2016), А. Торреальба (2018) и других исследователей. Ряд работ посвящен анализу отдельных направлений «animal diplomacy» – таких как дипломатия утокосов (Cushing & Markwell 2009), дипломатия слонов (Menon, 2019). Дипломатия панд – пожалуй одна из самых известных и популярных для изучения разновидностей «animal diplomacy». Ученые исследуют ее историю и этапы (Buckingham et al., 2013), использование социальных сетей, таких как «Twitter», для продвижения изображений и видео панд (Huang & Wang, 2019, 2020), дипломатию панд как направление публичной дипломатии КНР и отдельные случаи дарения этих животных другим странам (Hartig, 2013), связь дипломатии панд и стратегии построения государственного имиджа (До, 2019), роль панд в увеличении «мягкой силы» КНР (Галимзянова, 2016). Данную тематику невозможно исследовать в отрыве от новых видов дипломатии (Табаринцева-Романова, 2019), таких как публичная, культурная (Русакова и др., 2019), а также концепции «мягкой силы» (Ковба, 2017).

*Цель статьи* – исследование «animal diplomacy» как одного из направлений полимодальной дипломатии. Достижение данной цели предполагает решение ряда задач: 1) определение места «animal diplomacy» в дипломатической деятельности; 2) исследование ее различных форм в исторической перспективе; 3) оценка роли данного дипломатического направления во внешней политике государств.

*Методы исследования*. В работе используется системный метод (при исследовании «animal diplomacy» во взаимосвязи с другими направлениями дипломатии), исторический метод (изучение генезиса данного дипломатического

направления), а также общетеоретические методы – анализ (для выделения способов участия животных в дипломатии, а также особенностей отдельных направлений «animal diplomacy»), синтез (для обобщения полученных данных). Кроме того, «animal diplomacy» исследуется с позиции теории «мягкой силы» как средства достижения целей на основе добровольного участия, привлекательности и симпатии.

## Результаты исследования

### *«Дипломатия животных» и животные в дипломатии*

Животные исторически были частью дипломатических взаимодействий и оказывали определенное влияние на межгосударственные отношения. Проанализировав различные формы участия животных в дипломатии, мы выделили следующие направления:

– *животные как часть культуры*; знание истории, традиций и обычаев определенных народов помогало дипломатам и высокопоставленным чиновникам не нарушать протокол, не становиться причиной международных скандалов; одни животные объявлялись священными, другие – «нечистыми»; например, существует табу подавать индийским дипломатам говядину;

– *животные-символы* – продвижение образов животных в общей стратегии построения имиджа и бренда территории; стереотипные животные в культурной дипломатии (например, мифический китайский дракон, русский медведь);

– *животные как дар* (животных преподносили в качестве подарка или отдавали в аренду; таким образом, осуществлялась «animal diplomacy»);

– *животные как объект охраны* – переговоры, касающиеся содержания и защиты животных; охрана исчезающих видов (примером являются дипломатические переговоры о выживании видов, результатом которых стало подписание в 1975 г. Конвенции об исчезающих видах (Convention on International ... n. d.)); предметом международного диалога становятся не только редкие животные: в последнее время поднимаются вопросы, касающиеся благосостояния одомашненных животных;

– *животные как ресурс*; примером является «рыбная дипломатия» Норвегии, «тресковые войны» между Великобританией и Исландией в 1958–1976 гг., норвежско-шведские и норвежско-российские взаимоотношения, осложненные проблемой пастбищ для оленей и пересечение этими животными государственных границ (Leira & Neumann, 2016, p. 356).

Таким образом, участие животных в дипломатических взаимодействиях может быть как частью решения общедипломатических вопросов (регулярные переговоры, либо разрешение острых ситуаций), так и частью *публичной дипломатии*. Помимо «animal diplomacy», публичная дипломатия включает в себя такие направления, как культурная, научная, цифровая, экономическая и другие виды дипломатий. Целью публичной дипломатии является повышение осведомленности иностранной аудитории о стране, улучшение понимания культуры, ценностей и политики этой страны. Она также способна продвигать

национальные интересы, расширять коммуникативные возможности, сглаживать остроту межгосударственных противоречий.

Как утверждают некоторые авторы, «*animal diplomacy*» в широком ее понимании – это использование живой местной фауны в дипломатических целях, наиболее важными из которых являются повышение репутации и авторитета (Hartig, 2013, p. 52). Уточним, что, как правило, «*animal diplomacy*» рассматривается в русле двух из перечисленных выше направлений: преподнесение животных в качестве дара и их символическое продвижение на международной арене. «*Animal diplomacy*» не всегда является «чистым» направлением дипломатии, иногда она становится частью повестки дня других форм дипломатии (цифровой, экологической, научной и др.). Учитывая способность экзотических, редких, очаровательных животных привлекать внимание широкой аудитории, вызывать положительный отклик, «*animal diplomacy*» может вносить вклад в увеличение «мягкой силы» страны.

Ф. Хартиг выделяет основные требования, соблюдение которых способствует успеху «*animal diplomacy*» (Hartig, 2013, p. 55):

- легкая визуальная идентификация животного;
- ограниченность естественного распространения животного (встречается в природе в только стране-доноре, и поэтому связывается с ней);
- представление животного общественности (его должны увидеть как можно больше людей, как это обычно происходит в зоопарках или природных парках);
- выбор способов и условий распространения животных.

Наиболее важным требованием, необходимым для «завоевания сердец и умов» аудитории (увеличения «мягкой силы» страны), является визуальная идентификация животного, которое должно быть привлекательным и экзотичным. Одним из факторов, касающихся визуальной идентичности, является т. н. модель «маленького ребенка», или «миловидности», придуманная австрийским зоологом К. Лоренцем в 1943 г. (слегка выпуклый лоб, большие глаза, округлые щеки, короткие конечности и другие общекультурные признаки, вызывающие чувство умиления и желание заботиться о потомстве) (Hartig, 2013, p. 55). У ряда животных (котят, щенков, панд и др.) есть некоторые из этих черт, что делает их особенно привлекательными. Легкая визуальная идентификация животного не только привлекает посетителей зоопарка, но и СМИ; недаром одно из журналистских правил гласит, что «дети и животные всегда работают», т. е. обладают «новостной ценностью».

### ***Дары животных в исторической перспективе***

Первый задокументированный пример использования животных можно найти в Амарнском архиве, представляющем собой дипломатическую переписку на глиняных табличках между правительством Древнего Египта, его представителями на местах и другими царствами. Нубия, регулярно находящаяся в конфликтных отношениях с Египтом, но формально подчиняющаяся ему во времена Тутанхамона, часто посылала жирафов в качестве дани в столицу (Leira & Neumann, 2016, p. 347).

Несколько веков спустя, в VII в. до н.э., лошади, овцы и крупный рогатый скот преподносились в качестве дани Ассирийской империи. Существуют свидетельства о выплате дани верблюдами в период до 800 гг. до н.э. Среди одомашненных животных в качестве дара или дани преподносились лошади по причинам их активного использования на войне, в качестве транспорта и в сельском хозяйстве.

Форма обмена подарками, при которой одна сторона дарит подарок как символ подчинения, является *данью*. Тем не менее, даже в ответ на нее нередко дарителю приходили подарки меньшей или одинаковой ценности, хотя формально дань символизировала отношения *подчинения*. В истории встречались также примеры преподнесения дани в *торговых целях*. В этом случае дань была дипломатическим маневром, направленным на открытие торговых отношений и позволяющим избежать налогов на торговлю. По мере роста рыночной экономики распространенность преподнесения в качестве дани одомашненных животных стала сходить на нет. В дипломатических ритуалах все чаще начали использоваться экзотические животные – не только как символ уважения, но и как подтверждение дружеских связей (Leira & Neumann, 2016, p. 347).

Помимо желания удивить и привлечь внимание, мотивация дарения животных зависит от *характера властных отношений* между дарителем и одаряемым. Она может выражать следующие состояния:

- утверждение своего превосходства (правители Багдада, центра арабского халифата, использовали дипломатические дары как демонстрацию культурного превосходства, предлагая экзотических зверей, боевых слонов, передовые технологии (водяные часы));
- символ подчинения (церемониальные дары, дань), подчеркивание иерархии власти (правители, начальство получают все лучшее и ценное);
- выражение симпатии, признание другой стороны полезной и ценной (Олив Дикасон в 1992 г. ввел термин «*gift diplomacy*» или «подарочная дипломатия», рассматриваемая как средство преодоления недоверия и страха при существующих культурных, языковых различиях между народами (Торреальба, 2018, с. 73));
- символ баланса в отношениях («ты мне – я тебе», выражение взаимной признательности);
- «неудобный» подарок неудобным (идиома «подарить белого слона» пошла из Юго-Восточной Азии, где белый слон считался священным животным, которого нельзя было использовать для работы, продать или убить; его содержание обходилось дорого и могло разорить обладателя ненужного подарка).

Во многих случаях ответный ход на дар животного был невозможен, и в этом заключалась идея подарка. Взаимность, таким образом, была косвенной и абстрактной: за экзотического зверя можно получить не другого экзотического зверя, а политическую услугу, статус, доброжелательное отношение и т. п.

Экзотические животные в разные исторические эпохи выступали своеобразным маркером превосходства, символом статуса духовных и светских правителей. Одним из самых известных подарков был слон по имени Абуль-Аббас, подаренный Карлу Великому халифом Багдадским в 802 году. В 1514 г. недавно избранный папа Лев X получил белого слона Ханно от португальского короля Мануэля I (Hartig, 2013, p. 53). Из-за своей редкости и необычности зверь ока-

зался удачным подарком. Источники утверждают, что слон, который очень нравился папе, помог установлению прекрасных политических отношений между Португалией и Святым Престолом (Leira & Neumann, 2016, p. 350).

Хотя животные должны были, в первую очередь, доставлять удовольствие и восхищать правителя, которому они были адресованы, иногда их демонстрировали широкой публике, на которую экзотические звери производили неизгладимое впечатление. Примером этой ранней формы «animal diplomacy» как направления публичной дипломатии являются два жирафа, отправленные из Египта в Европу в XV и XIX вв. Первое животное – «жираф Медичи» был подарен египетским султаном в 1485 г. Лоренцо Медичи. Многие флорентийцы оказались свидетелями приезда жирафа и его прогулок по улицам. Второй пример – жираф, которого король Франции Карл X получил в подарок от египетского правителя, паши Мухаммеда Али. Паша надеялся, что жираф порадует французов и поможет остановить поддержку Францией греков, с которыми он в то время боролся. Хотя этот план не сработал, животное оказало большое влияние на французскую публику. После его выставления в Саду растений, в течение нескольких месяцев столица находилась «в тисках интенсивного увлечения жирафами». В первые шесть месяцев на животное пришло посмотреть около 600 тыс. посетителей; жираф стал предметом песен, стихов, политических сатир, его изображали на галстуках, обоях, текстиле (Hartig, 2013, p. 54). Без сомнения, легкая визуальная идентификация животного, его длинная шея, пятнистое тело, любопытство и дружелюбие, экзотичность для жителей Франции и демонстрация широкой публике сделали его изображение хитом того времени.

Как утверждают исследователи, «animal diplomacy» во второй половине XIX в. стала не такой интенсивной, как в предыдущие периоды истории (Leira & Neumann, 2016, p. 352). Предположительно, это связано с непрерывным исследованием внутренней части континентов: экзотические животные перестали быть эксклюзивными подарками, их можно было относительно легко добыть. Практика сократилась, но не исчезла: дары, в том числе дары животных, продолжали считать жестом доброй воли и символом будущего сотрудничества.

В качестве широко известных подарков стоит упомянуть четырех крупных осетров, которых Н. Хрущев подарил Норвегии во время его визита в эту страну в 1964 г. Рыбу передали в Бергенский аквариум (Leira & Neumann, 2016, p. 352). Интересно, что одного из осетров назвали в честь дарителя – Никитой.

«Дипломатию щенков» («puppy diplomacy») сегодня связывают с именем В.В. Путина (Puppy Diplomacy ..., 2012). Президент России не раз рассказывал в интервью о своей любви к собакам; кроме того, щенки являются позитивным информационным поводом, вызывающим неизменный интерес и умиление у аудитории. В.В. Путин получил собаку породы акита-ину во время визита министра иностранных дел Японии К. Гэмбы. Взамен В.В. Путин пообещал прислать сибирского кота. В свое время В. Путин также получил каракачанскую овчарку Баффи от главы болгарского правительства Б. Борисова, щенка алабая от президента Туркмении Г. Бердымухамедова, щенка шарпланинской овчарки по кличке Паша от президента Сербии А. Вучича и других животных (Президент Сербии подарил ..., 2019).

Рассмотрим подробнее случаи обращения к «animal diplomacy» в XX и XXI вв.



**«Дипломатия слонов» и «дипломатия утконосов» в XX в.**

В качестве примеров использования животных как дипломатических инструментов в XX в. обратимся к случаю Индии («дипломатия слонов») и Австралии («дипломатия утконосов»). Данные страны были выбраны не случайно: обе они стали практиковать «animal diplomacy» после обретения независимости от Великобритании (Индия получила независимость в 1947 г., Австралия – в 1942 г.) и остро нуждались в обретении нового имиджа на международной арене.

Так, со времени провозглашения независимости Индии ее правительство последовательно создавало международную репутацию открытости и щедрости. Это проявлялось в актах дарения слонов, что случалось даже в ответ на письма детей. Широко известная любовь Дж. Неру к детям, а также международная реклама, сопровождающая эти дары, способствовали продвижению дипломатических интересов молодого и бедного национального государства, стремящегося сформировать позитивный имидж. В первые полтора десятилетия после провозглашения независимости Индия отправила множество слонов в зоопарки Японии, Китая, СССР, Германии, США, Турции, Канады, Ирана, Нидерландов. *Слоны являлись символами нации и эмиссарами ее доброй воли и дружбы.*

Известен пример дарения слона японскому зоопарку. Два семиклассника подали петицию в верхнюю палату японского парламента с целью найти замену умершему слону из зоопарка Уэно. Петиция превратилась в публичную кампанию, в результате которой в правительство Токио пришло более тысячи писем от японских детей, адресованных индийскому премьер-министру Дж. Неру с просьбой прислать им слона (An elephant named Indira, n. d.).

В то время у Индии и Японии не было дипломатических отношений, поскольку Япония все еще находилась под управлением союзных держав. В результате сотрудник корпорации «Mitsubishi» воспользовался контактом с индейцем Н. Х. Нийоги, который лично знал Неру. Детские письма были переданы Нийоги, который взял их с собой в Индию.

Дж. Неру увидел в этом возможность начать отношения с послевоенной Японией. Он приказал отправить в Японию пятнадцатилетнюю слониху из штата Майсур. Интересно, что он дал ей имя Индира в честь своей дочери. В послании к японским школьникам Дж. Неру сказал, что они должны относиться к животному «не как к подарку от меня, а как к подарку от детей Индии детям Японии. Слон – благородное животное, почитаемое в Индии... Слон мудрый, терпеливый, сильный, но добрый. Я надеюсь, что все мы также будем развивать эти качества» (An elephant named Indira, n. d.). В 1949 г. слониха была доставлена в Токио. В 1952 г. между странами были официально установлены дипломатические отношения. В 1983 г. животное умерло от старости, и это печальное событие освещалось в японской прессе. Губернатор Токио Ш. Судзуки, воздавая должное животному, сказал: «Она подарила мечту японским детям и сыграла свою роль в дружбе между Японией и Индией» (Unforgettable GIFT, 2016).

По похожему сценарию слон был отправлен в Канаду: зимой 1953 г. премьер-министр Индии получил письмо от пятилетнего мальчика с просьбой прислать слона в небольшой канадский город Гранби. (Melon, 2019, p. 9). Письмо привлекло внимание канадской прессы. О нем сообщалось по радио

и национальному телевидению. Просьба мальчика была дополнена ходатайством, которое подписало более восьми тысяч детей. Суть его письма также дошла до премьер-министра Канады. В 1955 г. двухлетний слоненок по имени Амби-Ка был перевезен из индийского Мадраса в Монреаль, а оттуда доставлен в зоопарк Гранби. Представители Индийского МИДа в Канаде писали, что это событие «...без сомнения, является символом дружеского отношения и проявлением доброй воли» (Melon, 2019, p. 10)

Таким образом, дарение слонов было частью стратегии Индии при выстраивании отношений дружбы и сотрудничества с другими странами. В период, когда Индия сильно полагалась на внешнюю помощь, подарки помогали сформировать имидж доброжелательной молодой нации, исполняющей детские желания со всего мира.

Еще одним примером «animal diplomacy» в постколониальном облике является «дипломатия утконосов», к которой обращалось австралийское правительство в 1943 и 1947 годах. Дары утконосов британским и американским союзникам служили выражением доброй воли.

Длительная обособленность Австралии от остального мира способствовала наличию на ее территории ряда эндемиков – редких живых существ, существующих на изолированных территориях. Самым странным из них жителям Запада казался утконос. Это животное укрепило веру в то, что «Австралия – страна противоречий, где даже природа перевернута» (Cushing & Markwell, 2009, p. 257). В отсутствии понимания потребности этих животных, утконосы, вывезенные в XIX в., редко жили в неволе дольше нескольких недель. В начале XX в. натуралист Г. Баррел выяснил, что утконосы плохо переносят посторонние шумы, смену обстановки, присутствие человека, питаются только живой пищей. Они казались малоприспособленным видом для использования их в дипломатических целях.

Однако когда британский премьер-министр Уинстон Черчилль проявил интерес к утконосу, сообщив об этом министру иностранных дел Австралии Х. В. Эварту в начале 1943 г., тот решил инициировать первый случай «дипломатии утконосов» (Cushing & Markwell, 2009, p. 258). Ситуацию можно расценивать как типичную в том смысле, что *большинство случаев публичной дипломатии происходят между странами с высоким уровнем политической и экономической взаимозависимости, а также тесными культурными связями*. В описываемый период Австралия также ожидала помощь от Великобритании в виде истребителей и продолжения сотрудничества в вопросах обороны.

Австралийского натуралиста и специалиста по утконосам Д. Флея попросили предоставить шесть утконосов, но, беспокоясь о благополучии животных и их кормлении, он согласился предоставить только одного. После долгих технических приготовлений и написания подробной инструкции по содержанию животного, самец утконоса Уинстон начал свое 45-дневное путешествие (Cushing & Markwell, 2009, p. 260). Была запланирована *гласность*, включая радиоинтервью с бортпроводником, – необходимое условие успешной «animal diplomacy». Предполагалось, что по прибытии утконос будет размещен в Лондонском зоологическом саду до дальнейших указаний Черчилля. После долгого путешествия, во время которого животное не проявляло признаков болезни, оно было найдено мертвым 4 ноября 1943 г., за неделю до прибытия. Предположительно, утконос скончался из-за стресса, вызванного шумом разрыва глубинной бомбы, а также

сокращением рациона и напряжением неволи. Черчилль позволил Королевскому колледжу хирургов набить тело (Cushing & Markwell, 2009, p. 262).

В середине XX в. Зоологическое общество Нью-Йорка отправило Д. Флэю просьбу предоставить им несколько утконосов. Законодательство 1933 г., защищающее отдельные местные виды животных, запрещало торговлю утконосами, поэтому утконосов решили считать подарком премьер-министра Б. Чифли президенту Гарри С. Трумэну в знак признания американской военной службы для Австралии (Cushing & Markwell, 2009, p. 263).

Хотя дар утконосов вряд ли мог напрямую повлиять на американскую политику на Тихом океане, присутствие этих австралийских животных в Нью-Йорке принесло Австралии большую известность у американской общественности. Утконосы благополучно добрались до Нью-Йорка в 1947 г. Репортеры и фотографы следили за каждым этапом их путешествия. Прибытие животных в Америку стало главной темой журналов *New York Times*, *Saturday Evening Post*, *New York Herald Tribune*, *New York Sun* и *Time and Life*. Позднее выходили статьи о состоянии их здоровья и привычках. В телеграмме австралийскому агентству Ассошиэйтед Пресс говорилось: «Утконосы получают больше рекламы, чем любая другая австралийская новость в течение нескольких месяцев...» (Cushing & Markwell, 2009, p. 265). Около 4000 человек в день посещали зоопарк Бронкса. Со временем утконосы стали героями комиксов, детских книг и других культурных продуктов. В 1958 г. еще три утконоса были доставлены в США. Их прибытие также было хорошо освещено в прессе, однако животные не прожили в неволе больше года. С 1960-х гг. запрет на вывоз утконосов и большинства других местных видов стал соблюдаться более строго: австралийское правительство надеялось на увеличение потока туристов, привлеченных австралийской дикой природой (Cushing & Markwell, 2009, p. 267). Таким образом, учитывая сложность содержания утконосов в неволе, их экспорт не привел к появлению устойчивой модели «animal diplomacy», подобной китайской дипломатии панд.

Закон об охране дикой природы 1982 г. разрешил экспорт местной фауны при условии, если он мог быть осуществлен с минимальным риском для животных. Это событие позволило начать экспорт коал в страну, с которой у Австралии были самые сложные отношения – в Японию. К 1989 г. в японских зоопарках было уже 45 коал (Cushing & Markwell, 2009, p. 267). Очаровательная коала оказалась более удачным вариантом, чем непривлекательный тасманский дьявол, чувствительный к неволе утконос или трудный в содержании вомбат. В дальнейшем эти животные не раз участвовали в публичной дипломатии. Например, в 2014 г. коал использовали для фотосессии участников саммита G20 в австралийском Брисбине (Коалья дипломатия ..., 2014).

Таким образом, постколониальные Индия и Австралия пытались стратегически использовать ресурсы местной фауны с целью утверждения национальной самобытности и расширения осведомленности об этих странах у жителей остального мира. История показала, что дары утконосов не повлияли на радикальное изменение политики Великобритании и США (Австралия получила меньшую военную поддержку от Великобритании, чем рассчитывала, а США не отказались от подозрений лейбористского правительства Австралии в поддержке коммунизма). Подчеркнем, что «animal diplomacy» как направление публичной дипломатии обычно не связана с конкретными целями международных отношений:

она является своеобразной «мягкой силой», увеличивающей привлекательность страны и формирующей благоприятную международную среду.

### **«Дипломатия панд» как направление публичной дипломатии КНР**

Дары гигантских панд Китаем – пожалуй, наиболее яркий пример современной «animal diplomacy». Как утверждают китайские исследователи, «дипломатия панд» имеет глубокие исторические корни: в эпоху династии Тан (624–705 гг.) две панды были преподнесены японцам. Однако современная «дипломатия панд» началась в конце 1950-х годов как часть внешнеполитической стратегии председателя Мао Цзэдуна (Buckingham et al., 2013, p. 263). Можно выделить три этапа ее развития.

1) На первом этапе, в эпоху Мао Цзэдуна (в 1960-х и 1970-х годах), «дипломатия панд» имела форму подарков от Китая для создания стратегических дружеских отношений и признания КНР как растущего государства. Первые подарки были вручены в 1965 г. Н. Хрущеву и Ким Ир Сену. Впоследствии панды были подарены президенту США Р. Никсону и премьер-министру Великобритании Э. Хиту во время их исторических государственных визитов в Китай в 1972 и 1974 гг., соответственно. В этот период КНР подарил более двадцати панд.

2) Второй этап начался с приходом к власти Дэн Сяопина в 1978 г., когда подарки приняли форму подарочных займов – использовалась капиталистическая модель аренды. Цель «animal diplomacy» сместилась с геополитики на перспективные рынки: престижным зоопаркам в странах, считавшихся важными рынками сбыта китайских товаров, была предложена возможность аренды панд. Стоимость аренды панды составляла около 50000 долл. США в месяц. В 1991 г. для удовлетворения требований специалистов по охране природы и соответствия конвенции СИТЕС<sup>1</sup> китайские власти отказались от краткосрочной аренды панд в пользу долгосрочной.

3) На текущем третьем этапе аренда панд связана с государствами, снабжающими Китай ценными ресурсами и технологиями, и символизирует готовность Китая строить «гуанси» («связи, поддержка, социальный капитал»), – торговые отношения, характеризующиеся доверием, взаимностью, лояльностью и долголетием. Толчком для третьего этапа послужило землетрясение в Сычуани 2008 г., частично уничтожившее среду обитания животных (в переселении нуждалось 60 панд). Выходом стало продление истекших договоров аренды и предложение панд новой группе стран, с которыми Китай вел торговые переговоры (Buckingham et al., 2013, p. 264).

В современных арендных сделках прослеживаются две закономерности: в них принимают участие, во-первых, соседние азиатские страны, с которыми Китай подписал Соглашение о свободной торговле, а во-вторых, – страны, снабжающие КНР природными ресурсами и передовыми технологиями. В этом смысле показателен случай Канады. Попытки этой страны получить панд долгое время были безуспешными. Пекин закономерно отказывал в займе панды во время охлаждения отношений между странами в 2006 г., сопровождавшимися

<sup>1</sup> Конвенция о международной торговле видами дикой фауны и флоры, находящимися под угрозой исчезновения.

обвинениями Китая со стороны Оттавы в коммерческом шпионаже, критикой ситуации с правами человека, присвоением награды «Почетное гражданство Канады» Далай-Ламе. Со временем Канада изменила политический курс, признав примат торговых отношений (Hartig, 2013, p. 71). В результате подписание договора аренды панд прошло параллельно с большим портфелем долгосрочных контрактов на поставку в КНР оксида урана до 2025 г., нефтепродуктов и других продуктов. Аналогичным образом арендные договоры с другими странами сопровождались крупными контрактами. Эти случаи демонстрируют *символическую ценность «дипломатии панд»*. Панды являются не просто частью более крупной сделки, – скорее, они представляют собой печать одобрения, стремление к долгосрочным взаимовыгодным отношениям.

В КНР «дипломатию панд» определяют как *особый вид «animal diplomacy» в рамках публичной дипломатии*. Если образовательные обмены, культурные программы, продвижение киноиндустрии и литературы, расширение международного вещания, проведение мероприятий международного уровня считаются традиционными инструментами публичной дипломатии, то «дипломатию панд» (вместе с инвестиционной деятельностью и целой армией китайских блогеров) относят к уникальным инструментам публичной дипломатии КНР (Пешкова, 2019, с. 72).

Исследователи утверждают, что «дипломатия панд» является «неотъемлемой частью «мягкой силы» Китая, т. к. панды могут легко покорить сердца людей в зарубежных странах... и завоевать благосклонность при оценке Китая» (Hartig, 2013, p. 50). Некоторые эксперты и вовсе считают «дипломатию панд» «лучшей формой публичной дипломатии Китая» (Lugar, 2001, p. 21). Успех «дипломатии панд» можно объяснить соблюдением четырех описанных выше принципов:

- *Легкая идентификация животных и их привлекательность*. Пандам присуща описанная К. Лоресом «миловидность»; в отличие от дракона, который ассоциируется в странах Запада с китайской угрозой, панду воспринимают как миролюбивое и добродушное животное.

- *Ограниченный ареал*. В естественной природе панда встречается только в горных районах Китая.

- *Способ и условия распространения*. Затраты на аренду и содержание панды значительны, поэтому, гипотетически, она может стать современным «белым слоном». Тем не менее, обычно желание крупных зоопарков мира получить панду так велико, что они согласны финансировать данный инструмент китайской дипломатии. С точки зрения вовлечения аудитории не важно, подарена ли панда или арендована, – она в любом случае вызывает интерес аудитории.

- *Вовлечение наиболее широкого круга общественности*. Если в описанных выше кейсах предусматривались следующие виды взаимодействия с публикой: посещение зоопарка, демонстрация животных прохожим, освещение их состояния по телевизору и радио, использование печатных СМИ, то в XXI в. *инструментарий расширился за счет новых медиа*, и Китай стал активно их использовать. Возможность публикации фотографий и видео панд в социальных сетях была как нельзя кстати в момент перехода от жесткого пропагандистского типа публичной дипломатии КНР к более мягкой литературной форме.

Контент-анализ постов в социальной сети Twitter, содержащих изображения панды, показал, что наиболее частой целью поста было «улучшение

китайско-иностранных отношений» ( $n = 253$ ), следующая по частоте задача – «развлекать» ( $n = 251$ ), затем – «продвигать китайскую культуру, достопримечательности или продукты» ( $n = 125$ ) и «для обучения» ( $n = 115$ ); при этом твиты, содержащие видео, получали больше «лайков», чем твиты со статичными изображениями (Huang & Wang, 2020, p. 8). Ученые установили, что использование изображений панд в социальных сетях является довольно политизированной практикой. Образы панд используются, в том числе, для скрытого продвижения политики КНР. Таким образом, панды являются важным ресурсом еще и цифровой дипломатии Пекина (Huang & Wang, 2020, p. 19).

Фактически «дипломатия панд» не является «чистым» направлением публичной дипломатии. Символическое продвижение панд происходит также посредством инструментария цифровой дипломатии (в том числе, твиттер-дипломатии), научных (исследование различных аспектов жизни панд) и культурных контактов, а также в общем русле обсуждения вопросов экологии на международном уровне. Данный кейс подтверждает тезис о невозможности четкого разграничения отдельных направлений дипломатии в XXI в. и необходимости более широкого взгляда на существующие дипломатические практики.

### Заключение

Таким образом, «animal diplomacy» можно считать одним из направлений полимодальной дипломатии (включающей в себя традиционные и новые формы дипломатических взаимодействий). Сама по себе она также не всегда является «чистым» направлением дипломатии, становясь частью повестки дня других форм дипломатии. Благодаря способности вызывать заинтересованность аудитории, формировать благоприятное общественное мнение, она является инструментом «мягкой силы» государства. Рассмотренные исторические примеры показали, что «animal diplomacy», скорее, создает благоприятную среду для продвижения своих интересов и редко связана с конкретными целями в области международных отношений.

Ключевые факторы успеха «animal diplomacy» включают легкую визуальную идентификацию животного, уникальную географическую среду его обитания, а также способы, которые государство использует для его распространения и представления животного иностранной публике. Наиболее важным фактором из перечисленных является визуальная идентификация: чем уникальней и привлекательней животное, тем больше вероятность получения благоприятной обратной связи от публики. Второй по значимости фактор – вовлечение в «animal diplomacy» максимально широкой аудитории. В более ранние исторические периоды практиковалась демонстрация животных в общественных местах, в XX в. к этому способу прибавилось освещение состояния животного в газетах, по радио и телевидению. В XXI в., благодаря развитию цифровых технологий, появилась возможность непрерывного контакта с аудиторией в различных социальных сетях и развлекательных каналах в сети Интернет. Эти инструменты сегодня активно используются в КНР при реализации «дипломатии панд». Данный вид дипломатии можно считать одним из самых удачных и широко известных проектов, направленных на смягчение имиджа страны, укрепление дружеских и партнерских отношений. Можно заключить, что сегодня животные

уже не являются взяткой или данью – они призваны привлекать внимание, внести элементы позитива и креатива в дипломатию, повысить привлекательность страны, а значит, увеличивать ее «мягкую силу».

#### Список литературы

1. Галимзянова, А.К. (2016). Бамбуковый медведь как символ «мягкой силы». *Вестник дипломатической академии МИД России. Россия и мир*, 4(10), 149–159.
2. До, У (2019). Китайская «дипломатия панд» и имидж государства. *Общество: политика, экономика, право*, 3(68), 25–28.
3. *Коалья дипломатия: мировые лидеры с приятной стороны* (2014, 17 ноября). Взято 25 мая 2020, с [https://inosmi.ru/photo/20141117/224319847\\_224318860.html](https://inosmi.ru/photo/20141117/224319847_224318860.html)
4. Ковба, Д.М. (2017). «Мягкая сила» в китайской политической науке и практике. *XX Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования»* (с. 2002–2010). Екатеринбург: УрФУ.
5. Пешкова, Е.С. (2019). Стандартные и уникальные инструменты публичной дипломатии Китая. В Т.Н. Кучинская (Ред.), *Актуальные проблемы развития КНР в процессе её регионализации и глобализации. Материалы XI Международной научно-практической конференции* (с. 67–74). Чита: ЗабГУ.
6. *Президент Сербии подарил Путину новую собаку. Какие еще животные у него есть?* (2019, 17 января). Взято 5 июня 2020, с <https://www.bbc.com/russian/features-41578729>
7. Русакова, О.Ф., Ковба, Д.М., Грибовод, Е.Г. (2019). Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» стран ШОС. В О.Ф. Русакова (Ред.). *Мобильность как измерение мягкой силы: теория, практика, дискурс: Сборник научных трудов по итогам Второй Всероссийской научно-практической молодежной конференции* (с. 95–112). Екатеринбург: Издательский Дом «Дискурс-Пи».
8. Табаринцева-Романова, К.М. (2019). «Новые» виды дипломатии XXI в.: культурная дипломатия в современном международном дискурсе. *Научный журнал «Дискурс-Пи»*, 3(36), 26–37. doi: 10.24411/1817-9568-2019-10302
9. Торреальба, А.А. (2018). Роль «живых подарков» в дипломатии. *Дипломатическая служба*, 2, 73–83.
10. *An elephant named Indira*. (n. d.). Retrieved May 21, 2020, from <https://www.thetropicalist.press/2017/05/an-elephant-named-indira/>
11. Buckingham, K.C., David, J.N.W., & Jepson, P. (2013). Environmental Reviews and Case Studies: Diplomats and Refugees: Panda Diplomacy, Soft «Cuddly» Power, and the New Trajectory in Panda Conservation. *Environmental Practice*, 15(3), 262–270. doi: 10.1017/s1466046613000185
12. *Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*. (n. d.). Retrieved June 05, 2020, from <https://www.cites.org/eng/disc/text.php>
13. Cushing, N., & Markwell, K. (2009). Platypus diplomacy: animal

gifts in international relations. *Journal of Australian Studies*, 33(3), 255–271. doi: 10.1080/14443050903079664

14. Hartig, F. (2013). Panda Diplomacy: The Cutest Part of China's Public Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(1), 49–78. doi: 10.1163/1871191x-12341245

15. Huang, Z. A., & Wang, R. (2019). «The New «Cat» of the Internet: China's Panda Diplomacy on Twitter». *Big Ideas in Public Relations Research and Practice*, 4, 69–85. <https://doi.org/10.1108/S2398-391420190000004006>

16. Huang, Z. A., & Wang, R. (2020). «Panda engagement» in China's digital public diplomacy. *Asian Journal of Communication*, 30, 1–23. doi: 10.1080/01292986.2020.1725075

17. Leira, H., & Neumann, I. B. (2016). Beastly Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 12(4), 337–359. doi: 10.1163/1871191x-12341355

18. Lugar, R. G. (2011). *Another US Deficit: China and America – Public Diplomacy in the Age of the Internet*. Washington, DC: Committee on Foreign Relations, US Senate.

19. Menon, N. (2019, March 1). *Jumbo Exports. India's history of elephant diplomacy*. Retrieved May 25, 2020, from <https://caravanmagazine.in/lede/india-history-elephant-diplomacy>

20. *Puppy Diplomacy: Putin Gets Pets Wrapped With a Bow*. (2012, August 2). Retrieved June 01, 2020, from <https://www.themoscowtimes.com/2012/08/02/puppy-diplomacy-putin-gets-pets-wrapped-with-a-bow-a16752>

21. Régnier, P. (2011). The emerging concept of humanitarian diplomacy: identification of a community of practice and prospects for international recognition. *International Review of the Red Cross*, 93(884), 1211–1237. doi: 10.1017/s1816383112000574

22. *Unforgettable GIFT*. (2016, November 14). Retrieved May 21, 2020, from <https://www.thehindu.com/children/Unforgettable-GIFT/article16388768.ece>

---

## References

1. *An elephant named Indira*. (n. d.). Retrieved May 21, 2020, from <https://www.thetropicalist.press/2017/05/an-elephant-named-indira/>

2. Buckingham, K. C., David, J. N. W., & Jepson, P. (2013). Environmental Reviews and Case Studies: Diplomats and Refugees: Panda Diplomacy, Soft «Cuddly» Power, and the New Trajectory in Panda Conservation. *Environmental Practice*, 15(3), 262–270. doi: 10.1017/s1466046613000185

3. *Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*. (n. d.). Retrieved June 05, 2020, from <https://www.cites.org/eng/disc/text.php>

4. Cushing, N., & Markwell, K. (2009). Platypus diplomacy: animal gifts in international relations. *Journal of Australian Studies*, 33(3), 255–271. doi: 10.1080/14443050903079664

5. Do, U. (2019). Kitajskaya «diplomatiya pand» I imidzh gosudarstva [Chinese «pandas diplomacy» and state image]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*, 3(68), 25–28.



6. Galimzyanova, A.K. (2016). Bambukovyj medved' kak simvol «myagkoj sily» [Bamboo bear as a symbol of “soft power”]. *Vestnik diplomaticheskoy akademii MID Rossii. Rossiya i mir*, 4(10), 149–159.
7. Hartig, F. (2013). Panda Diplomacy: The Cutest Part of China’s Public Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(1), 49–78. doi: 10.1163/1871191x-12341245
8. Huang, Z.A., & Wang, R. (2019). The New “Cat” of the Internet: China’s Panda Diplomacy on Twitter. *Big Ideas in Public Relations Research and Practice*, 4, 69–85. <https://doi.org/10.1108/S2398-391420190000004006>
9. Huang, Z.A., & Wang, R. (2020). “Panda engagement” in China’s digital public diplomacy. *Asian Journal of Communication*, 30, 1–23. doi: 10.1080/01292986.2020.1725075
10. *Koal'ya diplomatiya: mirovye lidery s priyatnoj storony* [Koala diplomacy: world leaders on the good side]. (2014, November 17). Retrieved May 25, 2020, from [https://inosmi.ru/photo/20141117/224319847\\_224318860.html](https://inosmi.ru/photo/20141117/224319847_224318860.html)
11. Kovba, D.M. (2017). “Myagkaya sila” v kitajskoj politicheskoy nauke i praktike [Soft Power in Chinese Political Science and Practice]. *XX Mezhdunarodnaya konferenciya pamyati professora L.N. Kogana “Kul'tura, lichnost', obshchestvo v sovremennom mire: metodologiya, opy empiricheskogo issledovaniya”* (pp. 2002–2010). Ekaterinburg: UrFU.
12. Leira, H., & Neumann, I.B. (2016). Beastly Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 12(4), 337–359. doi: 10.1163/1871191x-12341355
13. Lugar, R.G. (2011). *Another US Deficit: China and America – Public Diplomacy in the Age of the Internet*. Washington, DC: Committee on Foreign Relations, US Senate.
14. Menon, N. (2019, March 1). *Jumbo Exports. India’s history of elephant diplomacy*. Retrieved May 25, 2020, from <https://caravanmagazine.in/lede/india-history-elephant-diplomacy>
15. Peshkova, E.S. (2019). Standartnye i unikal'nye instrumenty publichnoj diplomatii Kitaya [Standard and Unique Tools of China’s Public Diplomacy]. In T.N. Kuchinskaya (Ed.), *Aktual'nye problemy razvitiya KNR v processe eyo regionalizatsii i iglobalizatsii. Materialy XI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii* (pp. 67–74). Chita: ZabGU.
16. *Prezident Serbii podaril Putinu novuyu sobaku. Kakie eshche zivotnye u nego est'?* [The President of Serbia gave Putin a new dog. What other animals does he have?]. (2019, January 17). Retrieved June 5, 2020, from <https://www.bbc.com/russian/features-41578729>
17. *Puppy Diplomacy: Putin Gets Pets Wrapped With a Bow*. (2012, August 2). Retrieved June 01, 2020, from <https://www.themoscowtimes.com/2012/08/02/puppy-diplomacy-putin-gets-pets-wrapped-with-a-bow-a16752>
18. Régnier, P. (2011). The emerging concept of humanitarian diplomacy: identification of a community of practice and prospects for international recognition. *International Review of the Red Cross*, 93(884), 1211–1237. doi: 10.1017/s1816383112000574
19. Rusakova, O.F., Kovba, D.M., & Gribov, E.G. (2019). Kul'turnaya diplomatiya kak instrument “myagkoj sily” stran SHOS [Cultural diplomacy as an instrument of soft power of the SCO countries]. In O.F. Rusakova (Ed.), *Mobility*

*as a Soft Power Dimension: Theory, Practice, Discourse: Proceedings of the Second All-Russian Scientific and Practical Youth Conference* (pp. 95–112). Ekaterinburg: Publishing House “Discourse-P”.

20. Tabarinceva-Romanova, K.M. (2019). “Novye” vidy diplomatii XXI v.: kul’turnaya diplomatiya v sovremennom mezhdunarodnom diskurse [“New” types of diplomacy of the 21st century: cultural diplomacy in modern international discourse]. *Scientific Journal “Discourse-P”*, 3(36), 26–37. doi: 10.24411/1817-9568-2019-10302

21. Torreal’ba, A.A. (2018). Rol’ “zhivyyh podarkov” v diplomatii [The role of “living gifts” in diplomacy]. *Diplomaticheskaya sluzhba*, 2, 73–83.

22. *Unforgettable GIFT*. (2016, November 14). Retrieved May 21, 2020, from <https://www.thehindu.com/children/Unforgettable-GIFT/article16388768.ece>