

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені С. КУЗНЕЦЯ**

Кафедра МВПФ

ЛЕКЦІЯ

з навчальної дисципліни

«КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ»

**Змістовий модуль 2. Культурна дипломатія державних і
недержавних акторів**

**Лекція 8. Культурна дипломатія країн
Азійсько-Тихоокеанського регіону**

ПИТАННЯ

- 1. Культурна дипломатія КНР**
- 2. Культурна дипломатія Японії**

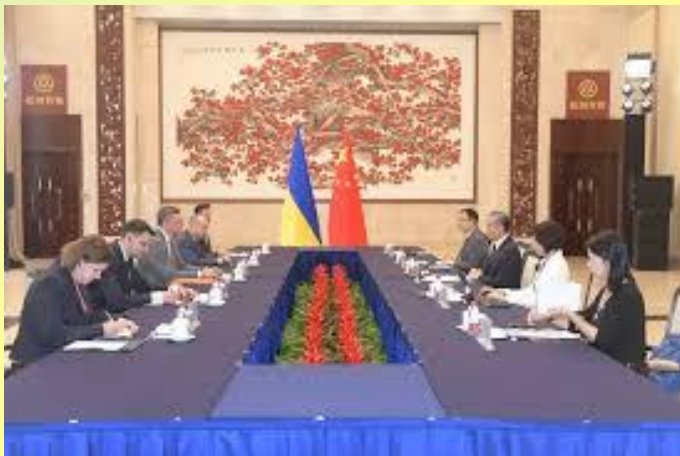
ЛІТЕРАТУРА

- 1. Карпчук Н. Культурна дипломатія Японії. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2021. № 3 (11). С. 169–181.**
- 2. Культурна дипломатія: навч. посібник / за заг. ред. І.Б. Матяш, В.М. Матвієнка; Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка; Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин. Київ: ДП «ГДП», 2021. 252 с.**

Культурна дипломатія КНР

Інструменти культурної дипломатії Китаю

- засоби масової інформації
- інтернет
- культурні й освітні обміни
- події
- фестивалі



ОСОБЛИВОСТІ КД КИТАЮ:

контроль з боку держави

Міжнародні медійні проєкти

націлені на створення сприятливого іміджу країни й популяризування китайської культури.

Найяскравіші проєкти втілюють телеканал «ССТV» і «Міжнародне радіо Китаю», що володіють мережею каналів іноземними мовами



<https://ukrainian.cri.cn/comments/index.shtml>

2009 р. Уряд Китаю прискорив ініціативу щодо інтернаціоналізування ЗМІ, виділив на фінансування сектора приблизно 6 млрд доларів США

Агентство новин Сінгуа має 180 міжнародних офісів і перевершує Асошіейтед Пресс, Ройтерз й Ажанс Франс-Пресс із понад трьома тисячами кореспондентів і місцевих службовців, публікаціями вісьмома мовами.

грудень 2016 р. «China Central Television» (CCTV) змінило назву на «China Global Television Network» (CGTN)

Інтернаціоналізація китайських ЗМІ

«China Global Television Network» (CGTN)	трансляють на шести каналах (два англійською, а решта — арабською, французькою та іспанською мовами) у 171 країні
«China Radio International»	мовить 65 мовами і є другою за величиною радіоорганізацією у світі після радіо «BBC»
Газета «China Daily»	розповсюджується у Гонконгу, США, Канаді, Європі, Азії, Африці та Латинській Америці

Гуманітарна співпраця

Суб'єкти гуманітарної діяльності: бібліотеки, ВНЗ і видавництва КНР, які створюють «літературні куточки китайської культури» за кордоном:

Проект Чунцінської бібліотеки «Вікно в Чунцін: китайський куточок книги», має філії в семи країнах світу.

Суть проекту: Чунцінська бібліотека дарує видання про Китай бібліотеці-партнерці.

Виставки як інструмент культурної дипломатії

2010 р. в Шанхаї пройшла найбільша Всесвітня універсальна виставка «Експо-2010»: 246 країн і міжнародних організацій.

За п'ять місяців роботи виставку відвідали 60 млн туристів і 100 глав держав. Представлено 20 тис. культурних заходів.



Основним інструментом культурної дипломатії Китаю є Інститут Конфуція



система науково-навчальних закладів для популяризування китайської мови, культури та мистецтва у формі освітнього партнерства між коледжами й університетами в Китаї та в інших країнах.

Програми цих закладів фінансує та частково організовує **Ханьбань** (штаб-квартира Інституту Конфуція, афільована з Міністерством освіти Китаю). Ханьбань зазвичай надає своїм університетам-партнерам субсидії розміром близько 100—150 тис. дол. США для покривання початкових витрат; пізніше Інститут фінансують спільним коштом Ханьбаню та партнерського університету.

**2004 р. Сеул,
Південна
Корея**

**Велика
Британія —
29 у вишах і
148 класів у
школах**

**2019 р.
інститути
працювали в
154 країнах,
у 548 вищих
навчальних
закладах
і 1193 школах**

**бюджет 314
млн доларів**

**Інститут
Конфуція**

**навчається
1,7 млн осіб**

**Польща –
5 закладів,
Україна – 6**

**46 200
викладачів**

Культурна дипломатія Японії

Мета Японії після Другої світової війни

створення нового
образу миролюбної
країни



інструменти публічної та
культурної дипломатії

Образ Японії
змінювався кожні 10
років



Уряд Японії формував і просував такі образи держави:

- «мирна Японія» (1950–1960-ті роки)
- «економічно розвинена Японія» (1970-ті рр.)
- «міжнародний актор» (1980-ті рр., проте в цей період в Азійському регіоні домінує образ «безликої Японії»)
- «країна новаторської культури» (1990-ті рр.)
- «партнер із розвитку миру» (початок ХХІ ст.)
- «країна постмодернової культури й найкращої кухні світу» (з 2012 р.)

Наталія Карпчук

«Мирна Японія» (1950–1960-ті роки)

Метою японської культурної дипломатії було перетворення довоєнного образу Японії як мілітаристської держави в новий образ Японії як миролюбної нації

Особлива увага приділялася популяризації таких культурних заходів, як чайна церемонія й квіткава композиція: безтурботна, миролюбна природа Японії



«Економічно розвинена Японія» (1970-ті рр.)

Культурна дипломатія мала просувати образ Японії як технологічно та економічно передової нації

Світова громадськість знайомиться з театром Кабукі та Но



«Міжнародний актор» (1980-ті рр.)

Культурна дипломатія стає однією з трьох опор дипломатії Японії (разом з участю в миротворчих операціях та офіційною політикою сприяння розвитку та економічної допомоги)

Культурна дипломатія переважно зосереджувалася на допомозі японцям зрозуміти мислення й психологію інших азійців

«Країна новаторської культури» (1990-ті рр.)

Японія проєтувала образ себе як новаторської, постмодерної культури

Аніме, манга, мода, попмузика, кухня й романи молодих письменників



«Партнер із розвитку миру» (початок ХХІ ст.)

З 2000 р. Японія просуває політику сприяння розвитку миру шляхом культурного обміну

Японська фундація організувала компанію дитячого театру під назвою «Gekidan Kaze no Ko» («Театр дітей вітру»), щоб відвідати табір біженців і допомогти дітям з Індонезії соціалізуватися

«Країна постмодернової культури й найкращої кухні світу» (з 2012 р.)

Японський прем'єр-міністр Сіндзо Абе заявив, що «Японія повернулася» зі своїх «втрачених десятиліть» економічної стагнації й політичної турбулентності.

Адміністрація Абе заявила, що прагне взяти на себе більшу роль у глобальному лідерстві, саме «м'яка сила» є ключем для досягнення цілі

Японський фонд (1972 р.) – єдина в Японії установа, яка реалізує програми міжнародного культурного обміну

розробляє програми в трьох різних царинах:

- ✓ мистецтво та культурний обмін;
- ✓ освіта японською мовою за кордоном;
- ✓ японознавство й інтелектуальний обмін

➤ *театр
кабукі*

штаб-квартири в Токіо

24 офіси у 23 країнах, також офіс у Кіото,
два інститути японської мови в Японії

➤ *чайна
церемонія*

➤ *ікебана*

проект «Cool Japan»

пропагує субкультуру японської молоді

мультиплікації аніме й коміксів манга

**популяризація японської музики,
відеоігор, моди, кіно**

популяризація національної кухні

**популяризація традиційних бойових і
художніх мистецтв**

Агентство з культури (文化庁 / Agency for Cultural Affairs)

діє в межах Міністерства освіти, культури, спорту, науки та технологій і МЗС Японії



Японські центри: в 9 країнах,
з них 4 – колишнього СРСР



Мета японських центрів:

- залучення уваги до внеску Японії в сприяння розвитку
- підготовка кадрів для бізнесу в країнах перебування
- створення сприятливого підґрунтя для розвитку співпраці між місцевим і японським бізнесом

ДВОСТОРОННІ КУЛЬТУРНІ ВІДНОСИН

Роки культури між країнами

Мета – подальший розвиток і
зміцнення двосторонніх
відносин

Пам'ятні проєкти:

- «150-річчя встановлення дипломатичних відносин між Данією і Японією»
- «50-річчя встановлення дипломатичних відносин між Японією та Мальдівами» (2017 р.)
- «40-річчя від дня встановлення дружніх відносин і співробітництва між Японією і АСЕАН» (2013 р.)
- «60-річчя з дня вступу Японії в Організацію Об'єднаних Націй» (2016 р.).

Співпраця уряду Японії з ЮНЕСКО

В Японії налічують 21 об'єкт, що належить до всесвітньої спадщини: 17 культурних пам'яток і 4 природних

Японський уряд активно взаємодіє з іншими країнами, підтримуючи їхні зусилля зі збереження національної спадщини.

Японська програма обміну та викладання (Japan Exchange and Teaching Programme — JET), 1987 р.

- спрямована на розвиток міжнародного обміну між Японією та іншими країнами
- близько 1000 місцевих владних структур, зокрема 45 префектур і 18 міст, приймають учасників програми
- Японію на термін од 1 до 3 років відвідали понад 40 тис. молодих іноземців із понад 40 країн світу