

## Лекція 4.

### Концепції, моделі, форми і комунікативні технології культурної дипломатії

1. Основою концепції "м'якої сили" вважається ідея про умовний поділ потенціалу держави на міжнародній арені на, відповідно, "жорстку силу" (hard power) та "м'яку силу" (soft power), запропонований наприкінці ХХ ст. американським політологом Джозефом Наєм. "Жорсткою" силою держави, яка була більш традиційною у минулому, є здатність до примусу інших акторів здійснити певні дії, за допомогою військової сили чи економічного тиску. Натомість, "м'яка сила" – це здатність досягати бажаного шляхом привабливості та переконання інших до засвоєння ваших цілей", а основними засобами здійснення м'якої сили є публічна і культурна дипломатія.
2. Незважаючи на популярність концепції "м'якої сили", у науці про міжнародні відносини існує також інша концептуальна база, яка застосовується для вивчення публічної та культурної дипломатії США та інших країн. Такі концепти, як **"зовнішня культурна політика"** та **"культурна дипломатія"**, використовуються у дипломатичній практиці, та у наукових дослідженнях протягом багатьох років. Багато вчених застосовує ці **концепції для аналізу проектів у галузі культури, освіти, інформації та спорту різних держав на міжнародній арені**. На їхню думку, зовнішня культурна політика – це заходи, що реалізуються урядом певної держави з метою досягнення певних інтересів і формування позитивного образу своєї країни. Поняття "культурна дипломатія" є більш вузьким і використовується в якості терміна для опису програм культури поряд з такими складовими частинами зовнішньої культурної політики держави, як публічна, іміджева чи спортивна дипломатія. Проте наукові дискусії щодо доцільності використання цього наукового апарату і відповідних концепцій ще тривають.
3. Також, широко поширеними, однак вже менш популярними, є **концепції "культурного імперіалізму", "американізації" та "взаємного культурного обміну"**, однак ці концепції є культурологічними і основний свій акцент ставлять на значення та наслідки культурної дипломатії, ніж на механізми та специфіку її здійснення. Зокрема, "культурний імперіалізм" полягає у використанні політичного та економічного потенціалу задля поширення культурних цінностей однієї держави у іншій. З огляду на найбільше поширення у світі американської культури, переважна кількість дослідників у рамках цього напрямку звинувачує саме США у "культурному імперіалізмі" та оперує такими поняттями як "тиск", "контроль", "зникнення традиційних цінностей".

Останнім часом, концепція розпадається на більш вузькі сфери – медіа імперіалізм, мовний імперіалізм, ліберальний імперіалізм тощо, і ці поняття можуть бути застосовані до будь-якої держави, що проводить активну зовнішню політику в сфері культури – Великобританії, Франції, Німеччини, Росії, Японії чи Китаю. Також близькою є концепція "американізації", що полягає у соціальній та культурній адаптації суспільств окремих країн до стандартів американського способу життя.

4. Концепція **взаємного культурного обміну** виникла як відповідь тих дослідників, котрі доводили, що концепції культурного імперіалізму і американізації не відповідають дійсності з огляду на наявність взаємного культурного обміну, обумовленого процесами глобалізації та розвитком мережі Інтернет. Частина дослідників у рамках напрямку не заперечує "культурний імперіалізм" та "американізацію", однак трактує їх як об'єктивне поширення символів цивілізованого світу, суспільства споживання, поряд з процесом втрати традиційних культурних цінностей. Тракткування зазначених концепцій змінювалося на фоні структурних зрушень у системі міжнародних відносин. Сплеск критики зовнішньої політики США у період холодної війни сприяв поширенню ідеї про агресивний характер культурної експансії США, що призвело до популярності концепції культурного імперіалізму; закінчення протистояння між США та СРСР зумовило появу тези про американізацію світового простору; інтеграційні процеси у світі послужили поштовхом для розвитку концепції взаємного обміну культур.

Можна виділити **дві специфічні моделі організації та здійснення культурної дипломатії**: американську та європейську (із певними відмінностями у практиці окремих країн Європи).

**Американська модель культурної дипломатії.** Головною специфічною рисою американської моделі культурної дипломатії є практичне заперечення існування самого поняття, його невіддільність від публічної дипломатії у зовнішньополітичній практиці США. Часто можна зустріти думки, що культурна дипломатія США здійснюється через Голлівудське кіно та, загалом, американську масову культуру, що є концептуально невірним, адже дипломатія є саме сферою державної діяльності. Така ситуація може бути поясненою досить пізнім і специфічним набуттям державності США; у США ніколи не існувало міністерства культури, а культурна діяльність здійснювалася незалежно від держави.

Сполучені Штати не мають специфічних зовнішніх органів для здійснення виключно культурної дипломатії – Інформаційне агентство США, яке припинило існувати у якості незалежної організації у 1999 р., та на яке найчастіше посилаються у даному контексті, здійснювало переважно "публічну дипломатію", передаючи "послання" іншим державам через теле- та

радіоканали, що входили до нього; USAID та "Корпус миру", організації, які також відносяться механізмів здійснення "м'якої сили" США, також не є організаціями у сфері культури, надаючи свою допомогу іншим державам здебільшого у економічній та матеріально-технічній сфері.

Замість Інформаційного агентства США у Державному департаменті у 1999 р. було введено посаду заступника держсекретаря з публічної дипломатії та громадських справ, створено відділ публічної дипломатії та публічної політики, до складу якого було переведено бюро освітніх та культурних обмінів та бюро міжнародних інформаційних програм, що свідчить про ще більше визнання важливості цього напрямку. У відповідності до цієї реорганізації було створено самостійну структуру, до складу якої також увійшли державні радіо- та телеканали, що діяли закордоном.

Згідно з інформацією, що подається Держдепартаментом США, Заступник держсекретаря забезпечує здійснення публічної дипломатії, що включає у себе комунікацію зі світовою громадськістю, культурні програми, академічні гранти, освітні обміни та ідеологічну боротьбу зі світовим тероризмом. Заступник держсекретаря очолює 3 бюро у складі Держдепартаменту – з освітніх та культурних зв'язків, зв'язків із громадськістю, та міжнародних інформаційних програм, крім того, окремий відділ політики, планування та ресурсів та дорадчу комісію з публічної дипломатії, а також бере участь у розробці зовнішньої політики.

Важлива частина функцій, що раніше виконувалися посольствами та іншими органами, наприклад підтримка веб-сайтів посольств та наповнення їх змістом, публікація друкованих видань для країн перебування їх мовою (більше 40-50 видань на рік у більш ніж 140 країнах) тощо, нині покладена на апарат заступника держсекретаря. Іншими методами є також різноманітні програми обміну, при чому як для відвідування іноземцями Сполучених Штатів, так і для візитів американських спеціалістів закордон – щорічно більш ніж 1300 американських експертів з різних питань проводять лекції за кордоном за рахунок та за підтримки Держдепартаменту. Працівники апарату заступника держсекретаря з публічної дипломатії котрі займаються цими програмами є професійними дипломатами, вони працюють більш ніж у 20 американських посольствах закордоном, виключно з метою інформування місцевої громадськості про такі програми обміну. Крім того ці структури здійснюють нагляд та підтримку автономних урядових структур та неурядових організацій, що є особливо важливо з огляду на негативне ставлення у деяких державах до американської влади. Прикладами таких організацій є USAID, "Корпус миру", Телерадіо агентство США, Дипломатичний центр США тощо. Переліченою є лише незначна частина важливої діяльності заступника держсекретаря з публічної дипломатії та громадських справ та його підлеглих, однак цих прикладів уже достатньо для розуміння важливості ролі публічної дипломатії США.

Таким чином, уся культурна дипломатія США (невіддільна від публічної дипломатії) здійснюється закордоном посольствами і фінансується з бюджету Державного Департаменту.

**Європейська модель культурної дипломатії.** На противагу Сполученим Штатам, у країнах Європи ця сфера виділена як специфічний зовнішньополітичний метод, для здійснення якого створені органи, які лише його використанням і займаються – у Великій Британії, Німеччині, Іспанії існують, відповідно, Британська Рада, Гьоте Інститут, Інститут Сервантеса тощо.

Відмінності між країнами Європи проявляються переважно у підпорядкуванні та фінансуванні цих органів. Наприклад, Британські Ради, що діють у 110 країнах світу, є незалежними від уряду інституціями, хоча і тісно співпрацюють із посольствами своєї держави (наприклад, в Україні директор Ради є працівником посольства, однак така ситуація скоріше виключення, ніж загальне правило). Стратегічна мета Британських Рад – виступати з ініціативами, що будуть корисними для різних культур і народів. Ця установа заявляє, що здійснює не стільки промоцію Британії, як розвиток міжкультурного діалогу. Цікавим також є підхід цих установ до свого кадрового забезпечення – навіть у тих випадках, коли деякі працівники установи офіційно належать до дипломатичного персоналу, вони не є кадровими дипломатами, натомість найбільше цінується залучення відомих митців (дозволяє привернути значну увагу до конкретної Британської Ради) або культурних менеджерів, що довели свою ефективність через проведення попередніх культурних заходів.

Це ж стосується і фінансування: у способі наповнення бюджету організації також реалізується ідея самостійності закордонних культурних інституцій. У Британських Радах використовується змішана громадсько-державна модель фінансування. Від уряду, зокрема від Форін Оффіс, вони отримують гранти. Проте ці гранти, за свідченням самої організації, становлять 25% бюджету цих інституцій. Решту 75% Британські Ради заробляють самостійно, надаючи різні послуги (наприклад, мовні курси, екзамени) та розробляючи й реалізуючи проекти для інших організацій. Та все ж, основна задекларована мета організації – не отримання прибутку, а саме надання культурних послуг, у той же час, часткове державне фінансування дозволяє інституціям ефективно функціонувати та представляти Великобританію також у тих країнах, де Британські Ради не можуть покладатися виключно на самостійні доходи. Практика Польщі, на відміну від британської, свідчить про значно тіснішу співпрацю між культурними установами та державними органами. Польща здійснює культурну дипломатію як через Польські Інститути, підпорядковані МЗС, яких налічується 25 у

світі, у тому числі у Києві, так і через Інститути Адама Міцкевича, підпорядковані міністерству культури.

Польські Інститути у світі є представництвами Міністерства закордонних справ Республіки Польща, метою діяльності яких є: популяризація польського наукового і культурного життя, презентація найцікавіших і найрізноманітніших подій та явищ, що відбуваються у Польщі. На відміну від Британських Рад, польські інститут зосереджуються у своїй роботі на культурній дипломатії, а не на масовій освіті. Наприклад, Польський інститут в Україні співпрацює з пунктами вивчення польської мови, однак безпосередньо не здійснює такої діяльності.

У деяких країнах ці установи заміняють відділи з питань культури посольств Польщі у відповідних країнах.

Найбільш типовий штат польського інституту в певній країні складається із декількох дипломатичних працівників, при чому очолюється він директором у ранзі радника посольства, декількох експертів із числа місцевих громадян, а також декількох технічних працівників.

Попри підпорядкування зовнішньополітичному відомству, польські інститути володіють значною автономією від нього. Кожен із 25 інститутів формує свою програму, враховуючи специфіку конкретної країни. Вони мають за мету здійснення міжкультурного діалогу та донесення національних культурних послань до інших країн і націй. Автономність діяльності гарантується також і незалежним бюджетом, що складається з урядових надходжень від міністерства закордонних справ, партнерського фінансування та фондів Європейського Союзу.

Польські інститути вважають найбільш корисною формою організації культурних заходів співпрацю з організаціями-партнерами з числа місцевих культурних організацій, що, з одного боку, зменшує витрати при реалізації конкретних проектів, а з іншого, гарантує контакт із місцевою аудиторією.

Підтримку діяльності Польських інститутів, окрім МЗС Польщі, надають інші державні культурні установи, котрі також частково здійснюють культурну дипломатію. Їх число включає: Польський Інститут Кіномистецтва, Інститут Книги, Театральний Інститут, Національний Інститут Фредерика Шопена та Інститут Адама Міцкевича. У цьому проявляється певне дублювання функцій культурної дипломатії між МЗС та Міністерством культури Польщі, адже, наприклад, Інститут Адама Міцкевича, на 100% фінансований останнім, також має за мету просування польської культури закордоном.

Зокрема, на це завдання у 2014 р. тільки на країни Східного Партнерства ЄС було виділено 5 млн. злотих, а у 2015 р. планується

збільшення цього спеціального гранту до 9,5 млн. злотих. Міністерство культури проводить свої програми обмінів (напр. "Гауде Полонія"), свої культурні заходи ("Рік Шопена закордоном"), навчальні курси тощо. Департамент міжнародних відносин Міністерства культури проводить координацію співпраці з установами інших відомств, в тому числі з Польськими інститутами, однак можуть виникати випадки неузгодженості та конкуренції.

Інші держави Європи, здійснюючи свою культурну дипломатію, організовують її подібним чином до британської чи польської практики, або займають проміжне місце за автономністю власних культурних інституцій між цими двома прикладами. На думку автора, немає необхідності аналізувати культурну дипломатію кожної європейської держави, адже відмінності між ними є не на стільки значущими як різкий контраст із практикою США. Між іншим, держави Азії, що не так давно включилися у процес формування власної культурної дипломатії, переважно схиляються до європейської моделі.

### **Переваги та недоліки кожної із моделей.**

Обидві моделі довели свою високу ефективність у світі, однак варто наголосити на специфічних умовах, а також недоліках та перевагах застосування кожної із них.

Сполучені Штати володіють значними економічними ресурсами, що дозволяє тримати значний штат працівників посольств та здійснювати належне фінансування культурних програм Державного Департаменту, американська ж масова культура (кіно, музика, мистецтво) поширюється у світі незалежно від дій держави, тому немає необхідності просувати її закордоном ще й через дипломатичні канали; американська мова є, імовірно, найпоширенішою у світі, тому її викладання закордоном також не є пріоритетом американської культурної дипломатії, за виключенням існування програм тренінгів для викладачів англійської мови закордоном. Все ж, така система має певні недоліки, і наголошують на них навіть деякі американські дослідники.

Вищеозначені тенденції дозволяють виділити **як позитивні, так і негативні тенденції у здійсненні публічної та культурної дипломатії США**. Головними причинами успіху публічної дипломатії США можна виділити наступні:

по-перше, її метою є не вирішення практичних поточних проблем, скоріше вона є превентивним механізмом – покращуючи ставлення нинішньої молоді інших країн до своєї держави, Держдепартамент прагне отримати політичні дивіденди у майбутньому, по-друге, до здійснення програм публічної дипломатії США залучається велика

кількість неурядових організацій, які завдяки своїй формальній незалежності від влади мають вищий рівень довіри серед іноземних громадян, їхня діяльність жодною мірою не вважається безпосередньо пов'язаною із зовнішньою політикою Сполучених Штатів.

Однак велика кількість американських та інших експертів наголошує на тому, що після закінчення холодної війни стан справ у "культурній дипломатії" суттєво погіршився. Наприклад, протягом 1995-2001 рр. фінансування програм обмінів скоротилося на 30%, а кількість їх учасників зменшилася з 45 до 29 тис осіб. Ще більше скоротилося фінансування культурних проектів за час перебування при владі Джорджа Буша-молодшого, адміністрація якого спиралася здебільшого на "жорстку" силу, цю негативну тенденцію ще не вдалося повністю компенсувати за один термін президентства Обама.

Наступна проблема, з якої зіштовхнулися Сполучені Штати – **відсутність координації комунікаційної стратегії між різними державними організаціями, а на рівні конкретних представництв спостерігались проблеми із запровадженням комунікаційних програм.** Серед основних проблем – недостатня кількість персоналу, нестача часу для виконання обов'язків у сфері публічної дипломатії, незнання місцевих мов, потреба балансу між вимогами безпеки і відкритістю для публіки. У 2005 р., близько 15% посад, пов'язаних з публічною дипломатією, були вакантними. Міркування безпеки та нестача коштів змусили посольства закрити ряд установ, відкритих для громадськості країн перебування, що, на жаль, мало незаплановані наслідки, оскільки продемонструвало певну закритість США.

Основною проблемою вважається саме відсутність окремого органу, який займатиметься виключно культурними питаннями. Після входження Інформаційного Агентства США у склад держдепартаменту, культурна діяльність фактично здійснюється окремими відділами посольств. І навіть, якщо такий відділ очолюється дипломатом високого рангу, наприклад радником, зазвичай на нього покладаються й інші безпосередні обов'язки, які зазвичай переважають (наприклад, комунікація з медіа). Тому реальну діяльність з культурного напрямку здійснюють досить недосвідчені молоді дипломати, а укупі з недоукомплектованістю персоналу посольств з цього напрямку, це має досить негативні наслідки.

Натомість, європейська модель дозволяє здійснювати культурну дипломатію і за умов обмеженого фінансування чи нестачі людських ресурсів. Як показує практика заклади культурної дипломатії країн Європи закордоном ефективно функціонують без чи з мінімумом державного фінансування, адже мають переважно грантове

забезпечення, чи є самоокупними завдяки наданню певних послуг – наприклад, мовних курсів.

Недоліком такої моделі може бути погана координованість зовнішньополітичних послань, що направляються аудиторії країни перебування культурними центрами, адже вони є переважно незалежними від посольств своїх держав. Однак такі ситуації не трапляються на практиці, адже, по-перше, держава перебування усвідомлює, що працівники культурної установи не є офіційними представниками свого уряду, по-друге, доносячи культуру чи мову власної держави, такі центри намагаються не торкатися актуальних політичних питань.

Окрім того, незалежність "культурних дипломатів" від уряду може використовуватися власної державою, щоб донести до посадовців держави перебування певну думку, яка з певних причин не може бути висловлена офіційними каналами. Окрім того, на відміну від американської, така модель культурної дипломатії не викликає різко негативної реакції деяких країн світу.

### 3 питання

**Можна виділити три напрями діяльності, на які повинна звернути увагу держава при здійсненні культурної дипломатії:**

визначити основні культурні цінності, цілі та пріоритети;  
залежно від цього розробити стратегію діяльності та фінансові витрати;  
моніторити процес практичного здійснення культурної дипломатії.

Лише окресливши цінності, цілі та пріоритети можна займатись практичним: їх пропагуванням на зовнішньому напрямку.

З цією метою державою має бути сформоване розуміння стратегії дій, виконання яких повинно контролюватись, щоб відстежувати ефективність застосованих дій.

На основі цього підходу можна формувати практичні кроки культурної дипломатії, яка може проявлятися в

**односторонній формі**, коли держава здійснює заходи в країні перебування з метою пропагування власної культури – це можуть бути **виставки, семінари, концерти**,

**двосторонній формі**, коли держави узгоджують свої дії при плануванні відповідних заходів із реалізації культурної дипломатії – прикладом цього можна назвати проведення перехресних років



культури в країнах. Необхідно також наголосити на тому, що рівень відносин між державами в культурній сфері пропорційний їх рівню відносин в політичній та економічній. Чим вони краще, тим краще і їх культурні взаємовідносини.

**Багатостороння культурна дипломатія** здійснюється в рамках міжнародних форумів та організацій, які можуть бути як міждержавними – структури ООН, ЮНЕСКО, ЄС, РЄ, країни Великої вісімки/сімки, БРІКС, так і недержавними.

Така співпраця свідчить про прагнення налагодити партнерські відносини в культурній сфері, міжкультурному діалозі, протистояти культурній уніфікації.

Звичайно, залежно від культурного потенціалу, економічних та історичних особливостей держави можуть відрізнятися і **напрями її культурної дипломатії**, які можуть виступати у формі поширення мови, мистецтва, культурної продукції, захисту культурної спадщини, освіти, науки, спорту, туризму.

Традиційно джерелом культурної дипломатії виступає **мистецтво** у різних проявах, що передбачає проведення фестивалів, концертів, семінарів, виступів. Важливим її завданням є **пропагування позитивного образу держави** з метою залучення додаткових інвестицій, також сюди варто віднести боротьбу з ворожою пропагандою та необхідність протидії інформаційним війнам.

Відповідно до пріоритетів, фінансування та напрямів культурної дипломатії виділяють її різні **форми реалізації**. Це можуть бути **комплексні заходи**, які передбачають одночасну реалізацію з декількох напрямків: **дні культури**, міжнародні фестивалі, або спеціалізовані заходи, присвячені реалізації окремого напрямку: **тематичні фестивалі, концерти**, що спрямовані на окрему аудиторію.

Крім суто культурних сфер, до яких за даними Євростату відносять спадщину, архіви, бібліотеки, художнє мистецтво, архітектуру, сценічні види мистецтва, книги та пресу, кіно та аудіовізуальне мистецтво, і які, водночас, виступають напрямами практичної реалізації культурної дипломатії, можна говорити про розширення кола **інструментів культурної дипломатії та її напрямів від мистецтва до спорту, дизайну, освіти та науки**, тому в деяких випадках буде більш доречно говорити про культурно-гуманітарний компонент публічної дипломатії.

#### **4 питання:**

**Комунікативні технології** – це методи та засоби, які дають можливість спілкуватися, поширювати інформацію між різними групами, системами та населенням. Комунікативні технології відіграють дуже важливу роль у формуванні образу держави в світі, адже завдяки цим технологіям можна поширювати досягнення держави в усіх сферах та показувати себе з кращого боку. Комунікація завжди залишається важливою складовою для успішності кожної держави. Комунікативні технології набагато полегшують спілкування між державами. Адже дипломати мають змогу обмінюватися інформацією набагато швидше та ефективніше через соціальні мережі чи по відеозв'язку. Також завдяки медіа, держави мають можливість швидко та якісно поширювати новини та різну інформацію про те, що відбувається в державі. Завдяки цьому громадяни країни швидко інформуються про все, що стосується держави. Комунікативні технології створення міжнародного іміджу держави ґрунтуються на просуванні його інтересів в світі, а також постійне інформування про основні події в державі, стан її розвитку, та інші досягнення.

**Інтернет** – це є основний канал для швидкої комунікації, адже він дає можливість спілкуватися через месенджери, соціальні мережі, електронні пошти, різні сайти та інше.

**Соціальні медіа** – такі платформи, як Twitter, Instagram, Facebook та інші, дають можливість обмінюватися різною інформацією, слідкувати за новинами та поширювати інформацію про країну, для того щоб зацікавити людей по всьому світі, і завдяки цьому покращити уявлення про державу.

**Медіа та різні інформаційні платформи:** це включає в себе радіо, газети, телевізори, новини онлайн. Дуже важливо для держави, яка хоче зміцнити та покращити образ у світі поширювати правдиву інформацію, яка буде корисною та цікавою для читачів та глядачів.

**Мобільні технології** – планшети, смартфони, комп'ютери надають можливість бездротової комунікації і можливість для додаткового спілкування через інтернет.

Таким чином, варто зазначити, що імідж держави являється важливим об'єктом наукових досліджень в сучасному світі. Вдалі комунікаційні стратегії дають можливість державі отримати підтримку та інвестиції від міжнародних партнерів та боротися з поширенням дезінформації. Імідж держави залежить від аналізу різних факторів, які здійснюють вплив на уявлення про державу в суспільстві.