

Ілля Гавриленко,  
аспірант,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

## ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ США

*Анотація.* Стаття присвячена дослідженню публічної та культурної дипломатії США як специфічного засобу здійснення зовнішньої політики держави. Простежується виникнення та еволюція здійснення цієї діяльності Сполученими Штатами, визначаються специфічні риси. Особлива увага приділяється питанню ефективності публічної та культурної дипломатії США.

*Ключові слова:* США, публічна дипломатія, культурна дипломатія, м'яка сила.

Протягом ХХ століття з'явилася безпрецедентно велика кількість нових «дипломатій» у формі засобів культурного, інформаційного чи іншого «м'якого» впливу одних держав світу на інші. Такі засоби включають широке поле політик, що отримали назви, зокрема, «публічної» та «культурної» дипломатій. Беручи до уваги зростаюче практичне застосування дій на міжнародній арені, що передбачаються цими поняттями, зростає і практична актуальність їх дослідження. Приклад США є дуже важливим у згаданому контексті, адже у другій половині ХХ ст. дипломатія цієї держави стала однією із найбільш інноваційних та динамічних, привносячи як нові поняття до теорії дипломатії, так і здійснюючи практичну діяльність за напрямками, які ще навіть не усвідомлювалися іншими державами.

Тому завданнями дослідження є окреслення специфіки виникнення публічної та культурної дипломатії США, простеження їх зміни протягом

другої половини ХХ ст. – початку ХХІ ст., визначення їх специфічних рис, причин ефективності та недоліків.

Говорячи про публічну та культурну дипломатію США, одразу привертають увагу деякі специфічні особливості розуміння цих термінів у Сполучених Штатах, які одночасно і ускладнюють аналіз такої діяльності зовнішньополітичних органів США. Якщо, наприклад, у Великій Британії чи у Німеччині діяльність у сфері культури виділена як специфічний зовнішньополітичний метод, для здійснення якого створені органи, які лише його використанням і займаються – відповідно, British Council та Goethe Institute, то у Сполучених Штатах не простежується відокремлення «культурної дипломатії» від «публічної». Хоча обидва ці види дипломатичної діяльності у дипломатичній практиці США діяльність у цих сферах свідомо не розрізняється, остання є більш широким поняттям, адже включає вплив на громадську думку іншої держави усіма доступними засобами, а тому не всі види публічної дипломатії можуть бути названі культурною дипломатією.

«Публічну дипломатію» можна визначити як комплекс заходів, що здійснюються як центральними, так і закордонними органами зовнішніх зносин держави з метою дослідження ставлення та інформування іноземної громадськості, а також встановлення контактів закордоном, з метою покращення іміджу держави та досягнення національних інтересів [13]. «Культурна дипломатія» є комплексом цілеспрямованих дій спрямованих на здійснення обміну ідеями, інформацією, цінностями, традиціями, віруваннями та іншими аспектами культури, з метою сприяння міжкультурному взаєморозумінню [3]. Поняття «культурна дипломатія» є вужчим і використовується для опису програм культури як одна із складових зовнішньої культурної політики держави.

Основною функцією публічної дипломатії фактично є лобіювання інтересів певної держави закордоном, однак передусім не серед урядів, а серед громадськості іноземних держав. Із моменту самого виникнення

поняття «публічна дипломатія», а введеним у науку воно було американським дипломатом Е. Галліоном у 1960-их роках, у розумінні свідомої активної діяльності з інформування іноземної громадськості щодо дій держави у внутрішній та зовнішній політиці, переважно з метою формування розуміння та, за можливості, сприятливого ставлення, найбільшою мірою воно було пов'язане із практикою Сполучених Штатів Америки [13]. У публічній дипломатії, фактично, беруть усі офіційні посадові особи держави: президенти, провідні члени адміністрації, конгресмени, а також громадські діячі, відомі вчені, журналісти тощо. За їх виступами спостерігають мільйони людей у США та в усьому світі. Ще один приклад, близький до публічної дипломатії – започатковані ще президентом Франкліном Делано Рузвельтом звернення по радіо до американського народу кожної суботи, котрі адресувалися фактично не лише громадянам США, а й усьому світу [9, с. 250].

Найбільшою мірою започаткування публічної та культурної дипломатії Сполучених Штатів Америки пов'язане зі створенням у 1953 році Інформаційного Агентства США, діяльність якого координувалася радником по зв'язкам із громадськістю Державного департаменту США [1]. Станом на 1950-ті рр. Сполучені Штати сформулювали основні завдання публічної дипломатії, визначили ключові регіони та цільові аудиторії таких заходів. Так як цей історичний період припав на розпал «Холодної війни», відповідно, уся діяльність Сполучених Штатів скеровувалася на протидію Радянському Союзу та «червоній загрози».

Одним з найпотужніших інструментів американської культурно-пропагандистської політики стала розгалужена міжнародна мережа радіо і телемереж на інші (передусім, ворожі) країни, яка контролювалася вищезгаданим агентством, зокрема, на територію республік Радянського Союзу та країн «Східного блоку» – на Східну Європу транслиювалися радіостанції «Свобода» та «Вільна Європа» з Мюнхена та Відня менші радіостанції (напр., «Голос вільної Угорщини»). Створена в ході «холодної

війни», ця система об'єднувала п'ять американських міжнародних трансляційних установ – Голос Америки (Voice of America), Світову мережу обслуговування телебачення та кіно (WorldNet Television and Film Service), Радіо і ТВ Марті (Radio and TV Marti) – які були частиною міжнародного трансляційного бюро (International Broadcast Bureau), і неприбуткові корпорації – Радіо «Вільна Європа» / Радіо «Свобода» (Radio Free Europe/Radio Liberty) та Радіо «Вільна Азія» (Radio Free Asia) [5].

Так звана «кампанія правди» дозволила збільшити кількість незгодних із радянською політикою всередині блоку. Особливо активні зусилля щодо країн Східної Європи здійснювалися у напружені моменти 1956 р. в Угорщині та 1968 р. у Чехії, а, з послаблення «залізної завіси», у 1980-их цей регіон став пріоритетом публічної дипломатії США [5]. Президент Рональд Рейган брав особисту участь у реорганізації та розвитку цієї важливої сфери зовнішньополітичної діяльності. У 1983 р. була проголошена перша «Програма демократичної та публічної дипломатії». Спеціальною директивою президент створив групу з координації діяльності усіх відомств та програм публічної дипломатії. Група діяла у складі РНБ, під керівництвом радника президента з національної безпеки, що свідчило про те величезне значення, яке надавав Рейган цій сфері [9, с. 250].

Іншим основним методом публічної дипломатії на той час стали програми обмінів та візитів громадян інших держав (студентів, чиновників, військових тощо) до США, що охоплювали переважно країни Західної Європи. Меншою мірою програми публічної дипломатії охоплювали країни Близького та Середнього Сходу (зокрема, Іран), Індокитаю та Східної Азії (особливо Японію), Латинську Америку.

Цільова аудиторія включала три групи населення: 1) державні службовці, журналісти, редактори ЗМІ; 2) викладачі вузів та вчителі шкіл; 3) студенти. Загалом вони охоплювали дуже широке коло осіб, проте основний акцент США робили на роботі з молодими професіоналами (особливо у галузях політики і науки) та державними службовцями. Поступово

збільшувався відсоток представників державних еліт, що брали участь у обмінах – це дозволяло створити коло осіб, впливових у цільових державах та лояльних до Америки, та, таким чином, забезпечити ці держави від прорадянських режимів. Мабуть, найвідомішою і наймасовішою серед проектів такого роду є Програма Фулбрайта, початок якої в 1946 році ознаменував цілий етап в «публічній дипломатії США» і громадянському обміні. Згідно з цією програмою США надавали гранти для студентів, аспірантів, викладачів, адміністраторів і професіоналів для навчання і стажування в різних (передусім, американських) установах як для іноземців, так і для своїх громадян. За час існування цього проекту в ньому взяли участь понад 264 000 чол. (з котрих 96 000 американці і 168 000 іноземці), при чому чимало колишніх учасників з часом стали лауреатами Нобелівської та Пулітцерівської премій, президентами і прем'єр-міністрами своїх країн, найвищими державними чиновниками, послами, професорами, суддями та відомими артистами. Нині ця програма діє в 140 країнах світу, на які щороку виділяється 4500 грантів (наприклад, в 2003 р. на реалізацію цієї програми Конгрес виділив 122,9 млн. дол., до яких інші іноземні уряди додали ще 28 млн. дол.). Окрім програми Фулбрайта, з 1978 р. діє програма Хемфрі (обмін держслужбовцями середнього рівня), з 1961 р. – програма міжнародних неофіційних візитів лідерів, програма Маскі, різні програми університетського обміну тощо [6].

За деякими підрахунками, понад 250 відомих державних діячів із 82 країн світу, які обіймали найвищі урядові посади, мають американський диплом про освіту, зокрема Жак Ширак – президент Франції; Абель Пачеко – президент Коста-Ріки; Кофі Аннан – Генеральний секретар ООН (як і його попередник Бутрос Бутрос Галі), Михайло Саакашвілі – президент Грузії; Валдас Адамкус – президент Литви; Нурлан Балгімбієв – прем'єр-міністр Казахстану; Хав'єр Солана – Генеральний секретар НАТО; Романо Проді – прем'єр-міністр Італії; Альберто Фухіморі і Алехандро Толедо – президенти

Перу; Глорія Арройо, Корасон Акіно і Фідель Рамос – президенти Філіппін та інші [6].

У роки «холодної війни» США надавали організаційну і фінансову підтримку різноманітним програмам сприяння вивчення англійської мови за кордоном, оскільки знання останньої розглядалося як важлива передумова поширення американського культурного впливу, залучення громадян інших держав до ознайомлення і сприйняття американських цінностей, підвищення ефективності культурної і політичної пропаганди. Відповідно, у всьому світі створювалися центри з допомоги вчителям англійської (American House) надавали навчальні аудіо, відео і друковані матеріали), бібліотеки, велися спеціальні радіо і телетрансляції.

Окрім освітніх програм, зовнішня «культурна» політика охоплювала й інші сфери. Державний департамент координував і спонсорував гастролі відомих музикантів за кордоном, які виступали як представники великої держави і її культури (наприклад, Луї Армстронг був відомий як «посол Джазу»), проводив виставки американського мистецтва, поширював журнали і книги з позитивною інформацією про Америку. В 1964 р. була започаткована програма «Мистецтво в програмах посольств», до якої залучили близько 180 американських резиденцій (посольства і консульства) по всьому світу. Фактично було створено глобальний музейно-виставковий центр, в якому демонструвалися роботи з колекцій американських галерей, музеїв, корпорацій та приватних осіб [6].

Активна діяльність та велика впливовість Інформаційне Агентство Сполучених Штатів дозволяє, на нашу думку, вже тоді виділити публічну та культурну дипломатію як окремий інструмент зовнішньої політики США, однак сучасний етап розвитку публічної дипломатії в США починається у 1999 році, коли незалежне протягом 1953 – 1999 рр. Інформаційне Агентство було скасовано, а його функції перебрав на себе Заступник державного секретаря з публічної дипломатії та громадських справ, що свідчить про ще більше визнання важливості цього напрямку [11]. Це було здійснено у рамках

масштабної реорганізації зовнішньополітичних відомств. У Державному департаменті вперше було створено відділ публічної дипломатії та публічної політики, до складу якого було переведено бюро освітніх та культурних обмінів та бюро міжнародних інформаційних програм. У відповідності до цієї реорганізації було створено самостійну структуру, до складу якої увійшли вищезгадані радіо- та телеканали [9, с. 250].

Згідно з інформацією, що подається Державним департаментом США, Заступник державного секретаря 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 державного секретаря очолює 3 бюро у складі Державного департаменту – 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 [12].

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 покладено на апарат заступника державного секретаря. 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 Державного департаменту [12].

Працівники апарату заступника державного секретаря 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 [12]. 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», Теле-радіо агентство США, Дипломатичний центр США тощо [9, с. 250]. Переліченою є лише незначна частина важливої діяльності заступника державного секретаря з публічної дипломатії та громадських справ та його підлеглих, однак цих прикладів уже достатньо для розуміння важливості ролі публічної дипломатії США.

Однак останнім часом змінюється як характер публічної дипломатії США – вона все більшою мірою переходить до мережі Інтернет, так і засоби її здійснення і відповідальні за неї адміністративні одиниці. Підтримувати контакт з аудиторією, яка все більшою мірою «мігрує» до мережі Інтернет, а також використовувати нові комунікаційні інструменти для поширення ключових повідомлень і впливати на основні Інтернет-авторитети – є життєво важливим для американської дипломатії. Соціальні медіа та соцмережі різко змінили основні правила публічної дипломатії. Якщо у минулому компетентний дипломат був здатний поширити своє повідомлення серед кількох сотень чи, можливо, тисячі людей, у рідкісному випадку повідомлення через газети, радіо і телебачення досягали сотень тисяч чи мільйонів людей. Зараз Державний департамент ефективно управляє своєю власною глобальною медіа-імперією, що досягає більше восьми мільйонів чоловік безпосередньо через свої 600 соціальних медіа-платформ.

Один американський дипломат тепер може спілкуватися безпосередньо з мільйонами людей щодня через одну з великих соціальних медіа-платформ Державного департаменту. Це забезпечує Державний департамент потенціалом спілкуватися необмежено цензурою з масової аудиторії за дуже низькими цінами, а також можливість цю аудиторію слухати. Сегментація аудиторії, що характерна і дуже проста у соціальних мережах дозволяє направляти різноманітні повідомлення різним групам людей від критики



тероризму до м'якого просування наукової вищості США. Загалом, у такий спосіб публічна дипломатія все більшою мірою пов'язується із електронною дипломатією, хоча остання не обмежується цим і виконує значно ширше коло функцій.

Вищеозначені тенденції дозволяють виділити як позитивні, так і негативні тенденції у здійсненні публічної дипломатії США. Велика кількість американських та інших експертів наголошує на тому, що після закінчення холодної війни стан справ у публічній 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 [8]. Ще більше скоротилося фінансування таких проектів за час перебування при владі Джорджа Буша молодшого, адміністрація якого спиралася здебільшого на «жорстку» силу, і Сполученим Штатам досі не вдалося повністю компенсувати таку негативну тенденцію щодо фінансування. Серед основних проблем знаходиться і недостатня кількість персоналу. Наприклад, у 2005 р., близько 15% посад, пов'язаних з публічною дипломатією, були вакантними [7, с. 30]. Наприклад, досить велике посольство США в Україні має у своєму складі Відділ преси, освіти і культури, до якого входять лише три посади: радника з питань преси, освіти та культури; прес-аташе; аташе з питань культури, при чому ця посада була вакантною протягом 2013 – 2014 рр. [2].

Все ж, найбільшим недоліком сучасної американської «культурної дипломатії», деякі американські дослідники вважають саме відсутність окремого органу, який займатиметься виключно культурними питаннями. Після входження Інформаційного Агентства США у склад Державного департаменту, фактично культурна діяльність 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. Саме це є причиною того, що деякі американські експерти вважають, що США було б доречно

звернутися до прикладу провідних європейських країн зі здійснення культурної дипломатії [10].

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, Державний департамент 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 [4].

На нашу думку, Україні необхідно використати досвід Сполучених Штатів та посилити інтенсивність заходів публічної дипломатії задля покращення власної репутації на міжнародній арені. Навіть за умов неможливості проведення такої діяльності Міністерством закордонних справ України рівноцінної Державному департаменту США, та при недостатності фінансування з державного бюджету, Україна може з такою метою використати власну велику та розгалужену діаспору та систему її заходів, організацій, та засобів масової інформації, яка вже є досить авторитетною у світі.

### **Список використаних джерел та літератури**

1. Гуменюк Б. І. Сучасна дипломатична служба: Навч. посібник для студ. гуманіт. спец. вищих навч. закл. / Б. І. Гуменюк, О. В. Щерба. – К.: Либідь, 2001. – 254 с.
2. Інформація про діяльність Відділу преси, освіти і культури [Електронний ресурс] / Посольство Сполучених Штатів Америки, Київ, Україна. – Режим доступу: <http://ukrainian.ukraine.usembassy.gov/uk/public-affairs.html>

3. Луценко А. В. «М'яка сила» в сучасній геополітиці: Монографія / А. В. Луценко, Г. А. Піскорська. – К., 2011. – 216 с.
4. Манжулина О. Основы эффективности [Електронний ресурс] / О. Манжулина // Стратегия России. – № 3. – 2006. – Режим доступу: [http://sr.fondedin.ru/new/fullnews\\_arch\\_to.php?subaction=showfull&id=1143024584&archive=1143026070&start\\_from=&ucat=14&](http://sr.fondedin.ru/new/fullnews_arch_to.php?subaction=showfull&id=1143024584&archive=1143026070&start_from=&ucat=14&)
5. Матвеев В. М. Дипломатическая служба США: Монография / В. М. Матвеев. – М.: Междунар. отношения, 1987. – 192 с.
6. Розумюк В. Культурно-пропагандистський вимір сучасної зовнішньої політики США / В. Розумюк // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – Львів: Львівський національний політехнічний інститут, 2006. – Вип. 17. – С. 28–33.
7. Тищенко-Тишковець О. М. Трансформація публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки: від легітимізації «жорсткої сили» до побудови діалогу зі світом / О. М. Тищенко-Тишковець // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право: Зб. наук. праць. – К. : ІВЦ «Політехніка». – 2009. – № 4. – С. 28–32.
8. Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США: Монография. / Г. Филимонов. – М.: РУДН, 2010. – С. 105.
9. Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы / Б. А. Ширяев / Санкт-Петербургский гос. ун-т. Кафедра международных отношений. – 2-е изд. – СПб. : Издательство С.-Петербургского ун-та, 2007. – 442 с.
10. Cull N. J. The Future Of American Cultural Diplomacy [Електронний ресурс] / N. J. Cull / University of South California. – Режим доступу: [http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/newswire/cpdblog\\_detail/the\\_future\\_of\\_american\\_cultural\\_diplomacy](http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/newswire/cpdblog_detail/the_future_of_american_cultural_diplomacy)

11. Kiehl W. America's Dialogue with the World. Washington [Электронный ресурс] / W.P.Kiehl (ed.). – DC: Public Diplomacy Council. – 2006. – Режим доступа: <http://www.nyu.edu/brademas/pdf/kiehl.pdf>

12. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs [Электронный ресурс] / U.S. Department of State. – Режим доступа: <http://www.state.gov/r/>

13. What is Public Diplomacy? [Электронный ресурс] / The USC Center on Public Diplomacy. – Режим доступа: [http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/about/what\\_is\\_pd](http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/about/what_is_pd)

## **PUBLIC AND CULTURAL DIPLOMACY OF THE UNITED STATES**

***Abstract.** The paper deals with public and cultural diplomacy of the United States, which are regarded as a specific foreign policy tool. The author traces back the introduction of such practice by the United States and its evolution, and also distinguishes their features. Special attention is being paid to the issue of effectiveness of the U.S. public and cultural diplomacy.*

***Keywords:** United States, public diplomacy, cultural diplomacy, soft power.*

## **ПУБЛИЧНАЯ И КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ США**

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию публичной и культурной дипломатии США как специфического метода внешнеполитической деятельности. Прослеживается появление и эволюция осуществления Соединенными Штатами такого рода деятельности, определяются ее специфические черты. Особое внимание уделяется вопросу эффективности публичной и культурной дипломатии США.*

***Ключевые слова:** США, публичная дипломатия, культурная дипломатия, мягкая сила.*