

Полякова Юлія Володимирівна
*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародних економічних відносин
Львівського торговельно-економічного університету;*

Шайда Оксана Євдокимівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів
Національного університету “Львівська політехніка”*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-291-6-5>

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ У СВІТЛІ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасні прояви глобалізаційних процесів обумовлюють зростання ролі міжкультурного діалогу та комунікації на міжнародному рівні та урізноманітнення використовуваних інструментів і принципів міжкультурного спілкування. Інтенсивність міжнародної комунікації актуалізує пошук конкурентних інструментів розвитку країн та обґрунтування засад побудови міжнародних відносин. Враховуючи це, зростає значення мобільних адаптивних інструментів та ефективність інструментів м'якого впливу на сформовану систему міжнародних відносин шляхом просування позитивного іміджу країни, що має в основі привабливу систему цінностей та культурну спадщину нації.

Одним із складників сучасної дипломатії є культурна дипломатія, яка розглядається як важливий напрям державної політики і сприяє соціальному, культурному та економічному розвитку держави, поширенню позитивної інформації про країну через проведення культурних і мистецьких заходів, діяльність культурних інституцій, популяризацію мистецтва, культурної спадщини тощо. Культурна дипломатія формує позитивний імідж держави у світі, сприяє розвитку та зміцненню міждержавних відносин. Від того, наскільки ефективно функціонує культурна дипломатія держави, залежить її успіх на міжнародному рівні, захист національних інтересів.

Таким чином, культурна дипломатія є одним з напрямів публічної дипломатії та політики “м'якої сили”, мета якої полягає у покращенні впізнаваності України та її культурного розмаїття, формування позитивного ставлення громадян інших країн до України. Культурна дипломатія водночас розглядається як напрям зовнішньої політики, що

дозволяє популяризувати і ділитися національними здобутками та досвідом у сфері культури з громадянами інших країн, досягаючи кращого рівня порозуміння та довіри. Оскільки комунікація продовжує залишатися важливою формою людського спілкування, культура розглядається як динамічна система функціонування інформації, культурні цінності відіграють роль певних інформаційних сигналів, що розповсюджуються у суспільстві. Сьогодні багато країн світу формують свою політику і дипломатію з опорою на культуру.

У Європі сформовані декілька моделей культурної дипломатії: французька, британська та німецька. Французька модель передбачає включення міжкультурного співробітництва до практики міжнародних відносин, де важливу роль відіграє використання французької мови як головного засобу міжнародного спілкування, реалізація програм освітніх обмінів та організація спеціальних подій.

Британська модель ґрунтується на принципі “витагнутої руки”, коли міжнародне культурне співробітництво фінансується урядом країни, а адміністративні та координуючі функції виконують незалежні установи. Широко використовуються новітні технології та інформаційні ресурси для втілення власних культурних та освітніх проєктів у країнах базування. Німецька модель характеризується високим рівнем децентралізації, коли передбачається певний контроль з боку держави та часткова централізація міжнародної культурної діяльності, водночас використовується принцип дистанціювання від влади [1]. Культурна дипломатія Китаю спрямована на популяризацію традиційної та сучасної культури Китаю, пропагування китайської мови, міжнародну освітньо-наукову кооперацію, підтримку китайської діаспори, створення позитивного іміджу китайської моделі соціально-економічного устрою [2].

Публічна дипломатія, складовою якої є культурна дипломатія, невід’ємно пов’язана зі стратегією національного бренду країни. Вона спрямована здебільшого на зовнішні прояви ідентичності та іміджу країни та орієнтована на досягнення економічних цілей – залучення іноземних інвестицій, приваблення туристів, зростання експортних поставок і зовнішньої торгівлі загалом, залучення обдарованої молоді і кваліфікованої робочої сили.

Єдиним національним візуальним брендом України є UkraineNow, офіційно схвалений Урядом України 10 травня 2018 року. Він виступає інструментом публічної дипломатії для презентування держави на міжнародному рівні. Як зазначається, філософія бренду базується на слові “зараз”, яке сьогодні є важливим для України та усіх українців. Бренд

призначений для використання державними установами, органами місцевого самоврядування, бізнес-структурами та окремими громадянами. Уніфіковане системне використання бренду дозволить сформувати привабливий імідж України, її громадян, засад зовнішньої та внутрішньої політики, культурних цінностей та глобально змінити уявлення про Україну та українців, представити Україну як відкриту сучасну країну з європейськими цінностями.

Визначено характеристики, які мають слугувати формуванню позитивного іміджу України [3]: креативна територія, країна талановитих людей; інноваційне середовище, країна ІТ, стартапів і цифрових рішень; хоробра країна, де свобода та гідність завжди перемагають; різноманітна країна з неймовірною природою; динамічна країна, що швидко змінюється.

Український інститут – це державна інституція, яку створили під егідою Міністерства закордонних справ для виконання місії зміцнення міжнародної і внутрішньої суб'єктності України засобами культурної дипломатії. Основними стратегічними цілями Українського інституту визначені наступні [4]:

1. Покращення розуміння та впізнаваності України серед закордонних аудиторій. Це досягається шляхом розповсюдження знань про Україну, залучення широкого кола мешканців інших країн до проведення дискусії і діалогу, забезпечення присутності країни в інформаційному середовищі, пропагування визначених українських наративів.

2. Забезпечення стабільного запиту на фахову взаємодію з Україною через розвиток постійної зацікавленості до співробітництва у міжнародному фаховому та експертному середовищі, забезпечення посередництва та експертної підтримки.

3. Зміцнення спроможності суб'єктів української культури, освіти, науки та громадянського суспільства до міжнародного співробітництва завдяки розвитку компетенції і спроможності її учасників.

4. Посилення ступеня залученості України до актуальних світових культурних процесів. Програми Інституту спрямовані на зміцнення ролі України у міжнародному культурному діалозі та обміні; забезпечують присутність України на ключових культурних, наукових, освітніх і політичних майданчиках світу.

5. Розширення сфери використання української мови у міжнародному середовищі шляхом посилення присутності української мови в публічному просторі та її використання у професійному середовищі.

Культурна дипломатія передбачає використання технологій зовнішньої культурної політики та представництв національно-культурної ідентичності у міжнародному співробітництві, інструментальне використання культури та культурних норм у зовнішньополітичних діях та дипломатії.

Література:

1. Басенко Я. Культурна дипломатія. *Емінак*. 2013. № 1–4. С. 53–57.
2. Подасенко Ю. Л. Європейський досвід реалізації культурної дипломатії: специфіка та перспективи подальшого розвитку. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу “Кисво-Могилянська академія”*. 2014. Вип. 218. Т. 230. С. 48–53.
4. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites>.
5. Стратегія Українського інституту на 2020-2024 рр. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/strategy-ukrainian-institute-3.pdf>.