

РОЛЬ НЕДЕРЖАВНИХ ІНСТИТУТІВ У РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ США

У статті розкрито роль недержавних інститутів у реалізації культурної дипломатії США. Розкрито значення філантропічних фондів для єдиної лінії культурної дипломатії США та визначено напрями, у яких ці фонди здійснюють свою роботу. Також у статті проаналізовано значення таких інструментів неофіційної культурної дипломатії США, як голлівудський кінематограф, ЗМІ, молодіжні субкультури та музична індустрія.

Ключові слова: культурна дипломатія; неофіційна культурна дипломатія; філантропічні фонди; ЗМІ; кінематограф; молодіжні субкультури.

Постановка проблеми. Сьогодні фактор культури як складової «м'якої сили» в світовій політиці набуває нового звучання, серйозно зростає його вплив на загальносвітові соціально-економічні процеси і між-державні відносини. У зв'язку з цим держави починають приділяти все більшу увагу своїй культурній політиці та дипломатії, стає все більш актуальним і все частіше використовується термін «культурна дипломатія».

З другої половини ХХ століття розпочалась зовнішня культурна експансія США, яка виявилася ефективним інструментом зовнішньої політики американського уряду. А саме недержавні механізми реалізації зовнішньої культурної політики стали рушійною силою цієї культурної експансії США.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ролі культурної дипломатії США присвячено багато наукових робіт. Однак, значення недержавних інститутів у реалізації цієї дипломатії є предметом аналізу невеликого кола науковців. Варто відмітити роботи Г. Філімонова [5] та Р. Полетаєва [4], у яких вчені розкривають специфіку взаємодії держави з недержавними інституціями у США у сфері реалізації єдиної лінії культурної дипломатії.

Формулювання цілей статті. Метою цього дослідження є аналіз ролі недержавних інститутів у реалізації культурної дипломатії США.

Виклад основного матеріалу. Під неофіційною культурною дипломатією варто розуміти масову культуру (давно стала надбанням не лише самих США) і перш за все Голлівуд як основний інструмент сучасної американської культурної політики, головний культурний продукт, ідеологічну зброю і одне з найважливіших засобів формування іміджу цієї держави на світовій арені. Крім того, сюди належать засоби масової інформації, які є провідниками як офіційної, так і неофіційної зовнішньої політики у сфері культури (американське телебачення, радіо, Інтернет, шоу-бізнес). Разом з тим, говорячи про вплив неофіційної культурної політики

США в контексті «експорту» поп-культури, не можна не відзначити масштабність впливу на рівні субкультур.

Термін «неофіційна» має на увазі неконтрольований потік популярної американської культури, який направляється Сполученими Штатами за допомогою засобів масової інформації практично в усі куточки планети. Відразу ж пояснимо, що відносна «Неконтрольованість» експорту масової американської культури тут означає неможливість проконтролювати зміст продукції, навіть тієї, яка наповнює внутрішній ринок США, а також певну стихійність її поширення.

Одним з основних інструментів неофіційною зовнішньої культурної політики США, головним культурним продуктом, ідеологічним знаряддям, таким собі символом сучасної Америки і засобом формування іміджу цієї держави на світовій арені є голлівудський кінематограф [5, с. 142].

За допомогою кінематографа американці зуміли неймовірно опоетизувати свою країну, створити привабливий імідж і постаралися «закохати» в цю «картинку» населення планети. Як приклад, можна привести «візитні картки» американської телевізійної і кінопродукції: пейзажі пустелі штату Невада, пагорби Каліфорнії, каліфорнійські пляжі і види Майами, урбаністичну романтику з невпинним зображенням у різних ракурсах острова Манхеттен в Нью-Йорку і ділового центру Лос-Анджелеса – двох найбільших мегаполісів, символів Америки і уособлення традиційної конкуренції на різних рівнях між східним і західним узбережжям Сполучених Штатів.

Невід'ємною і характерною рисою голлівудського кіно є створення фільмів на злободенну і соціально гостру тематику, зображення внутрішніх американських реалій. Усі ці особливості американського кінематографа як частини американської і, у більш широкому сенсі, глобальної культури стали відмінними рисами сучасної цивілізації. Жителі різних країн і континентів великою мірою формують уявлення про сучасну Америку завдяки її кінематографії [1].

Державна ідеологія США визначає вектор розвитку творчої думки голлівудських режисерів і сценаристів, що, природно, відбивається на трансляції американських культурних цінностей зовні. Таким чином, «заідеологізованість» всередині країни переноситься зовні, завдаючи прямого впливу на зміст зовнішньої політики у сфері культури, що відповідає тезі про характер детермінізму у співвідношенні внутрішньої і зовнішньої політики (внутрішня політика визначає зовнішню).

Американська кінематографічна академія надзвичайно схильна до впливу з боку держави, і часом здається, що «Оскар» вручають не за красу творчої думки і художній задум, а за соціальну гостроту сюжету і його відповідність офіційній ідеології [5, с. 143].

Адміністрація Буша найбільше потребувала Голлівуд у 2001 році – перед вторгненням в Афганістан і відразу після нього. Перед тим, як почати військове інтервенцію в Афганістан, Джордж Буш скликав конференцію, у якій взяли участь знамениті сценаристи, кіно продюсери та актори Голлівуду. На цій зустрічі було досягнуто домовленість про співпрацю Голлівуду з Білим домом. Як результат цієї домовленості, Голлівуд виступив на підтримку Білого Дому, і заявив, що буде весті спільну з ним боротьбу проти тероризму.

Напередодні інтервенції в Афганістан, тобто 11 листопада 2001 року, офіційний представник Джорджа Буша з адміністрації Білого дому Карл Рів провів 2-годинну зустріч, на яку були запрошені 47 високопоставлених представників американських кіностудій: CBS, Sony, Viacom, Dreamworks, MGM. Після зустрічі представник Буша заявив пресі, що «ми говорили не про пропаганду, а про те, що може зробити з цієї тематики Голлівуд, і коли він це зробить» [1].

Однак, в 2003 році, перед вторгненням в Ірак, Джордж Буш не зміг заручитися такою необхідною йому підтримкою Голлівуду. Буш намагався психологічно підготувати американський народ до чергової військової інтервенції США, вдавшись, як завжди, до допомоги Голлівуду, проте на цей раз отримав від нього негативну відповідь. Більшість голлівудських зірок виступили проти військового втручання США в Ірак, і, провівши зустріч у Голлівуді, висунули гасло «Ні вторгненню в Ірак!». До найбільш ефективних інструментів реалізації розглянутої нами неофіційної зовнішньої культурної політики відноситься американське телебачення, за допомогою супутників віщає на весь світ, а також продає свої програми, фільми, серіали телеканалам у різних країнах. Узагалі телебачення, як і вся інформаційно-розважальна індустрія США, є невід'ємною рисою сучасної Америки і американської культури. Рейтинг у цій сфері бізнесу є визначальним фактором, за них розгортається серйозна боротьба в конкурентному протистоянні телеканалів один з одним [1].

Згадуючи, що найчастіше перетинаються інтереси бізнесу і держави при «експорті» поп-культури, є сенс додати, що інтереси медіа-магнатів і інших представників великого бізнесу часто є визначальними в процесі здійснення як офіційної, так і неофіційної зовнішньої культурної стратегії США. Саме за допомогою ЗМІ значною мірою забезпечується ефе-

ктивне функціонування зовнішньої культурної політики держави.

ЗМІ з волі «замовника» створюють попит і ажіотаж навколо тих чи інших політичних заходів або подій в світі кіно і шоу-бізнесу. Відповідно фінансові патрони в особі, як правило, власників каналів, видань тощо, що діють у своїх інтересах, які часто відповідають інтересам влади, а також редактори та інші особи впливають на творчість і культуру в США, встановлюючи певні ідеологічні рамки і стандарти. У цьому випадку мистецтво, що містить радикальний політичний контекст, відразу іменується пропагандою тими, хто контролює ринок [3].

Телебачення для американців є своєрідний оберіг, якому поклоняється країна. Саме за допомогою телебачення багато в чому формується громадська думка в США, уявлення американців про навколишній світ, події, що відбуваються, як правило, під відповідним «правильним» кутом у потрібному ідеологічному ракурсі.

Навіть військові операції американських збройних сил підносяться телеканалами як особливе шоу, для чого відводиться багато ефірного часу, в тому числі у прайм-тайм, коли біля екранів збирається найбільша кількість телеглядачів. До того ж саме репортажі із зон бойових дій таких каналів, як СІ-ЕН-ЕН, бачать глядачі новинних програм у різних країнах у першу чергу.

За поширеною інформацією, початок американських бомбардувань Афганістану і Іраку «підганялося» під час виходу в ефір випусків новин. Більш того, є дані про те, що «бомбардування американською авіацією Лівії в 1986 році була приурочена точно до початку вечірніх інформаційних випусків у США. Миротворчі операції останніх років спочатку ставляться як телевізійні проекти. Вони були б не потрібні, якби вони не могли бути показані по телебаченню». Генерал збройних сил США Джон М. Шалікашвілі в контексті розмови про американську інформаційно-пропагандистську політику заявив: «Ми не перемагаємо доти, поки СІ-ЕН-ЕН не повідомив, що ми перемагаємо» [5, с. 144].

Що стосується радіомовлення, то в наші дні воно відіграє помітну роль, але менш значиму, ніж телебачення. Особлива роль тут завжди відводилася радіо-службі «Голос Америки», а також «Радіо Марті» в період розквіту діяльності Інформаційного агентства США (ЮСІА). Більш скромна роль належала радіостанціям «Свобода/Вільна Європа» і «Вільна Азія».

Особливий інформаційно-культурний пласт являє феномен Інтернету, його роль у житті американців і використання в якості інструменту культурного експорту і впливу, що є окремим об'єктом вивчення фахівців.

Американські філантропічні фонди працюють у трьох головних напрямках: розробка цілей і напрямів зовнішньополітичного курсу США на сучасному історичному етапі, а також стратегії і тактики для їх досягнення в майбутньому; ідеологічне обґрунтування і соціально-економічне виправдання поставлених завдань, а також їх пропаганда в якості цілей, що відповідають інтересам американського народу; підготовка, відбір і розстановка власних і зарубіжних кадрів для практичного здійснення глобальної політики США. Філантропічні фонди і спонсорські установи стали

своєрідною базою розгалуженої мережі різних організацій, яка включає незалежні науково-дослідні та громадські організації, спільно фінансовані і керовані, що визначають умови і відповідні рамки для формування довгострокового зовнішньополітичного курсу США на світовій арені [5, с.132].

Один з головних мотивів філантропії – прагнення скоротити податки на суму пожертвувань. У середньому по країні благодійні пожертви вже кілька десятиліть тримаються на рівні всього лише 2 %, так що альтруїзм цілком уживається з вигодою. Однак на індивідуальному рівні розміри, мотиви і механізми пожертвувань також справляють сильне враження. Програми діяльності благодійних організацій, як правило, орієнтуються на запити суспільства, що приносить їм та їхнім засновникам відповідний авторитет, часто відображає прямі або непрямі інтереси ділових кіл, а також суб'єктивні інтереси творців фондів.

Розвивають активність і міжнародні НУО, а також дослідні інститути, що займаються вивченням і безпосередньо реалізацією широкого спектру напрямів культурної дипломатії в сучасних міжнародних відносинах. Характерний приклад – більш ніж активна наукова і громадсько-політична діяльність розташованих у Берліні НУО – Інституту та Академії культурної дипломатії [5, с. 133].

У 2009 р. на тлі глобальної економічної кризи найбільші благодійні фонди Америки скоротили загальну суму витрат на філантропію на 14 мільярдів доларів порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Такий висновок роблять укладачі рейтингу «200 найбільших благодійних фондів Америки» журналу «Форбс». Причому самі донори менше жертвувати не стали. Навпаки, сума благодійних внесків збільшилася на 16 %, або на 7 мільярдів доларів [2].

Головна причина скорочення витрат на благодійність криється в тому, що всі великі благодійні фонди в США реалізують свої проекти за рахунок коштів, отриманих від інвестиційної діяльності, або на відсотки від банківських вкладів. Через кризу фінансової системи фонди недоотримали значні суми. У деяких з них збитки були настільки великі, що за підсумками півріччя їх загальний баланс виявився негативним.

Не можна не відзначити роль Конгресу США, яка полягає у формуванні законодавчої бази, забезпечує функціонування внутрішньої і зовнішньої політики в галузі культури і культурної сфери загалом. Крім того, Конгрес є засновником найбільших у США урядових організацій в області науки, культури і мистецтва, наприклад, Національного фонду мистецтв, Національного фонду гуманітарних наук і т. д.

До того ж Конгрес щорічно затверджує статті бюджету, призначені для фінансування культури, у тому числі асигнування на утримання державних організацій (GSE – government sponsored enterprises). Крім двох вищевказаних, до них належать такі установи, як Смітсонівський інститут, Національна галерея, Центр виконавського мистецтва ім. Дж. Кеннеді, Міжнародний центр Вудро Вільсона та ін. Ці установи також прямо або побічно беруть участь у здійсненні зовнішньої культурної політики американського уряду, що, зокрема, проявляється в організації та проведенні не раз згаданих міжнародних культурних

обмінів, організації виставок, взаємних обмінів експонатами для проведення експозицій і т. ін.

Крім того, величезну роль у реалізації культурної дипломатії США і програм публічної дипломатії в цілому грають неурядові організації (НВО). Крім федеральних відомств, на міжнародній арені діють сотні і тисячі НУО, які так чи інакше виступають на захист американських національних інтересів і сприяють створенню позитивного образу США у світі. За деякими даними, тільки у зовнішньополітичній діяльності США беруть участь близько 15 тисяч НУО, всього ж їх у США, за інформацією Держдепартаменту, понад мільйон [6, с. 251].

Фонд Джона і Кетрін Макартурів – благодійна організація, метою якої є підтримка креативних людей, які прагнуть формувати справедливий і безпечний світ. Крім цього, фонд займається підтримкою проектів із захисту прав людини, міжнародної безпеки та охорони навколишнього середовища. Фонд Макартурів також підтримує наукові дослідження, допомагає в просвітницькій діяльності та розвитку творчого потенціалу людей по всьому світу. Однією з ключових програм організації є Програма по ЗМІ, культурі і спеціальним ініціативам, яка спрямована на підтримку засобів масової інформації по всьому світу, дослідження цифрових технологій і видачу грантів іншим організаціям, які працюють у культурній сфері. У 2017 р. Фонд виплатив гранти в загальному розмірі 256,5 млн дол. США й інвестував в організації та приватний бізнес як у Сполучених Штатах, так і в усьому світі. Фактичні грошові виплати варіюються від року до року залежно від розміру грошових надходжень [8].

DonorsChoose – некомерційна спонсорська організація, яка займається фінансуванням шкільних проектів. Заснована в 2000 р колишнім викладачем загальноосвітньої школи Чарльзом Біс-те, DonorsChoose.org була однією з перших краудфандінгових платформ подібного роду. Більш того, щорічно з 2005 р. організація отримує найвище місце в рейтингу від Charity Navigator (агенство, яке займається оцінкою благодійних та спонсорських організацій). Згідно з річним звітом компанії, у 2016 році було витрачено близько 100 млн дол. США на реалізацію шкільних проектів [7]. У січні 2018 року було офіційно оголошено, що з моменту створення організації DonorsChoose було профінансовано близько 1 млн освітніх проектів [4].

Фонд Рокфеллера – американський благодійний фонд, заснований у 1913 р. Уже протягом більше 100 років Фонд Рокфеллера об'єднує людей у всьому світі для вирішення найскладніших проблем будь-якого характеру і підвищення добробуту людства. Сьогодні непринятно те, що цих проблем так багато. Ось чому Фонд Рокфеллера бореться за забезпечення основ людського благополуччя: здоров'я, їжі, енергії, робочих місць – щоб вони стали доступні всім і кожному у світі. Фонд надає гранти і стипендії за глобальні наукові проекти і творчі програми. Крім цього, фонд приділяє особливу увагу проблемам країн, що розвиваються, глобальних проблем (охорона навколишнього середовища), проблемам освіти та охорони здоров'я [9].

Ще одна важлива складова американського культурного експорту і самої американської культури,

значною мірою визначає зміст сучасної масової культури США і взагалі інтерес до них, особливо в молодіжному середовищі по всьому світу, – це музика і музичний шоу-бізнес, продукція якого поширюється також за допомогою ЗМІ, зокрема, телевізійними каналами формату MTV, Інтернетом і FM-радіостанціями [5, с. 144–145].

Сучасна музична індустрія Америки, що включає в себе величезну кількість різних тенденцій, стилів і напрямків, тісно пов'язана з різноманітними субкультурами і молодіжними течіями, по праву є невід'ємною частиною американської культури і є одним з основних культурних продуктів США. Такий інструмент неофіційної культурної дипломатії як молодіжні субкультури. Через молодіжні субкультури здійснюється ледь не більш масштабний культурний вплив США, який формує привабливий образ Америки в молодіжному середовищі різних країн і разом з тим забезпечує національні інтереси США.

Висновки. Отже, філантропічні фонди і спонсорські організації – ефективні «провідники» американського

впливу, діяльність яких відображає інтереси як представників політичної та ділової еліти, так і національних інтересів держави, які в цій площині часто взаємопов'язані і взаємодоповнюють. Вони уособлюють взаємозв'язок політичних, економічних і культурних аспектів зовнішньої політики Сполучених Штатів Америки.

Найбільш значні засоби реалізації неофіційного аспекту культурної дипломатії США – голлівудський кінематограф, ЗМІ, перш за все телебачення, музика, шоу-бізнес молодіжні субкультури, «живлять» масову культуру – є одними з найбільш ефективних інструментів зовнішньої культурної політики США в її неофіційному прояві.

Україна має розглянути досвід США у роботі з недержавним сектором задля налагодження співпраці з ним. Адже саме недержавні інституції можуть стати ключовим інструментом у реалізації ефективної культурної дипломатії країни.

Список використаних джерел

1. Гасанов Ф. Культурная дипломатия США: Голливуд и политика – аналитика // Vzglyad.az. / Ф. Гасанов, Г. Зейналова. URL: <http://vzglyad.az/news/69438/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83>.
2. Гладских Е. Филантропы США сели на мель. URL: <http://delo.ua/biznes/kompanii/filantropy-ssha-seli-na-mel-134827>
3. Карасев В. Четвертая боевая среда / В. Карасев, Р. Бедрик // Архив Центра экстремальной журналистики, URL : http://www.cjes.ru/lenta/view_news.php?id=12758&year=2003.
4. Полетаев Р. М. Специфика деятельности неправительственных институтов, осуществляющих культурную дипломатию США // Русская политология.2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-deyatelnosti-nepravitelstvennyh-institutov-osuschestvlyayuschih-kulturnuyu-diplomatiyu-ssha>.
5. Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США : Монография. – М. : РУДН, 2010. 212 с.
6. Ширяев Б. А. Внешняя политика США. Принципы, механизмы, методы. Санкт-Петербург : Издательство С. –Петербургского ун-та, 2007. – 442 с.
7. FY2017-2016 Financial Statements. URL: https://storage.donorschoose.net/dc_prod/docs/DonorsChoose.org-FY-2017-Financial-Statements.pdf?v=1512400243966
8. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. URL: <https://www.macFound.org>.
9. The Rockefeller Foundation. – URL: <https://www.rockefellerFoundation.org>.

I. Habro, A. Zhidkova,

Petro Mohyla Black Sea National University, Ukraine

THE ROLE OF NON-GOVERNMENTAL INSTITUTES IN THE IMPLEMENTATION OF US CULTURAL DIPLOMACY

Today, the factor of culture as a component of "soft power" in world politics acquires a new sound, its influence on world social and economic processes and interstate relations is seriously increasing. In this regard, the states are beginning to pay increasing attention to their cultural policy and diplomacy, the term "cultural diplomacy" is becoming more and more relevant and increasingly used.

From the second half of the XXth century, the foreign cultural expansion of the United States began, which turned out to be an effective instrument of the American government's foreign policy. Namely, non-state mechanisms for the implementation of foreign cultural policy have become the driving force behind this cultural expansion of the United States. The article reveals the role of non-state institutions in the implementation of US cultural diplomacy.

The value of philanthropic funds for the united line of US cultural diplomacy is revealed and the directions in which these funds carry out their work are defined. American philanthropic funds operate in three main directions: the development of goals and directions of the US foreign policy at the present-day historical stage, as well as strategies and tactics for their future achievement; ideological rationale and socio-economic justification of the tasks, as well as their propaganda as goals that are in the interests of the American people; preparation, selection and placement of own and foreign personnel for the practical implementation of US global policy.

The article also analyzes the significance of such instruments for US unofficial cultural diplomacy as Hollywood cinema, mass media, youth subcultures and the music industry.

Key words: cultural diplomacy; informal cultural diplomacy; philanthropic foundations; mass media; cinema; youth subcultures

Рецензенти: Іванов М. С., д-р політ. наук, професор, ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв;
Шевчук О. В., д-р політ. наук, професор, ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв.