

Жоробеков Алманбет Жоробекович

И. Арабаев атындагы КМУнун Чыгыш таануу жана эл аралык мамилелер факультетинин
Аймак жана маданият таануу кафедрасынын магистранты

Жоробеков Алманбет Жоробекович

Магистрант кафедрасы Регионоведения и культурологии
факультета Востоковедения и международных отношений
КГУ им. И. Арабаева

Zhorobekov Almanbet Zhorobekovich

MA student of the Regional and Cultural Studies Department
of faculty of Oriental studies and international relations
of KSU named after I. Arabaev

АКШНЫН МАДАНИЙ ДИПЛОМАТИЯСЫНЫН ТАРЫХЫНА ЖАНА ИШКЕ АШЫРУУ МЕХАНИЗМИНИН СУРОСУНА КАРАТА

К ИСТОРИИ ВОПРОСА О КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ США И МЕХАНИЗМОВ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ

TO THE HISTORY OF US CULTURAL DIPLOMACY AND MECHANISMS OF ITS IMPLEMENTATION

Аннотация: Макалa АКШнын маданий дипломатиясын ишке ашыруунун негизги шаймандарын жана механизмдерин изилдөөгө арналган. З.Бжезинский туура белгилегендей, “маданий артыкчылык - Американын глобалдык күчүнүн бааланбай калган жагы. Эстетикалык баалуулуктар жөнүндө айрымдар кандай ойлошсо дагы, Американын популярдуу маданияты, айрыкча, дүйнө жүзү боюнча жаштар үчүн магниттик күч келтирет. ” Дал ушул массалык маданият Американын дүйнөдөгү жагымдуу имиджин түзүп, мамлекеттин тышкы саясий артыкчылыктарын жана америкалык корпорациялардын ишкердик кызыкчылыктарын ишке ашырууга көмөктөшкөн.

Аннотация: Статья посвящена изучению главных инструментов и механизмов реализации культурной дипломатии США. Как справедливо отмечал З. Бжезинский, «культурное превосходство является недооцененным аспектом американской глобальной мощи. Что бы ни думали некоторые о своих эстетических ценностях, американская массовая культура излучает магнитное притяжение, особенно для молодежи во всем мире». Именно массовая культура создала привлекательный образ Америки в мире, способствуя реализации внешнеполитических приоритетов государства и бизнес-интересов американских корпораций.

Annotation: The article is devoted to the study of the main tools and mechanisms for the implementation of US cultural diplomacy. As Z. Brzezinski rightly noted, “cultural superiority is an underestimated aspect of American global power. Whatever some may think of their aesthetic values, American popular culture radiates a magnetic pull, especially for young people around the world. ” It was mass culture that created an attractive image of America in the world, contributing to the implementation of the state's foreign policy priorities and the business interests of American corporations.

Түйүндүү сөздөр: маданий дипломатия, АКШ, улуттук институттар, тышкы саясат, маданий байланыштар, америкалыктар аралык байланыштар, тышкы саясий максаттар.

Ключевые слова: культурная дипломатия, США, национальные институты, внешняя политика, культурные связи, межамериканские связи, внешнеполитические цели.

Key words: cultural diplomacy, USA, national institutions, foreign policy, cultural ties, inter-American ties, foreign policy goals.

Как известно, культурная дипломатия - это область дипломатии, связанная с установлением, развитием и поддержанием отношений с иностранными государствами посредством культуры, искусства и образования. Это также активный процесс внешнего проектирования, при котором национальные институты, система ценностей и уникальная культурная личность продвигаются на двустороннем и многостороннем уровнях.

К основным формам культурной дипломатии США можно отнести:

- программы культурного обмена, спонсируемые Государственным департаментом, USAID, и другими ведомствами которые отправляли художников, режиссеров, писателей и музыкальных исполнителей за границу представлять образ Соединенных Штатов;
- американские библиотеки, музеи, центры, спонсируемые USAID, и предлагаемые широкий спектр литературы, экспонатов, фильмов, докладчиков и дискуссий, а также новости и уроки английского языка;
- радио- и телевидение, «Голос Америки», «Радио Свободная Европа», «Радио Свобода» и другие (все они размещены на территории США), которые транслируют культурный контент в разные части мира, в том числе где он недоступен или запрещен;
- обмен студентами, специалистами, учеными. Хотя в большинстве случаев эти обмены не были направлены непосредственно на культурные вопросы, они оказали глубокое влияние на распространение позитивного взгляда на американскую культуру в целом и на формирование.

Первоначально правительство Соединенных Штатов Америки не рассматривало свою культуру в качестве инструмента внешней политики, не было стимула для наращивания своих усилий в развитии внешней культурной политики. Однако в 1930-х годах этот стимул появился в связи с необходимостью противостояния культурному влиянию фашистской Германии в странах Латинской Америки. Также активизацию государственной политики в области культуры связывают с политикой «доброго соседа» Франклина Делано Рузвельта, тридцать второго президента Соединенных Штатов Америки.

В 1936 году на Панамериканской (или Межамериканской) конференции в Буэнос-Айресе по сохранению мира, инициатором которой, между прочим, был Франклин Рузвельт, и, в которой он сам принимал участие, у США была цель: «выработать механизм проведения общей политики странами Западного полушария на случай возникновения войны в Европе»[1,с.286]. Кроме того, по завершении этой конференции была принята (по инициативе делегации США) Конвенция по активизации межамериканских культурных связей, которая, по мнению доктора политических наук Георгия Филимонова, подтвердила «намерение правительства США поддерживать и стимулировать программы по обмену для студентов и деятелей искусства»[2,с.89]. Затем, в 1938 году, создается Отдел культурных связей в структуре Государственного департамента США[2,с.90].

Так, было положено начало не только наращиванию США культурных связей с другими странами, но и их использованию в осуществлении, так называемой, культурной дипломатии.

Нельсон Рокфеллер, который в 1940-1944-е годы руководил управлением координации по межамериканским делам, был инициатором программы обмена с Латинской Америкой[3,Электронный ресурс] и предложил пригласить 130 латиноамериканских журналистов в Соединенные Штаты Америки. Так, в августе 1940-го года был основан Отдел по координации коммерческих и культурных связей между Американскими Республиками (Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the American Republics OCCCRBAR)[4,Электронный ресурс], который стал предшественником Отдела по координации межамериканских отношений (Office of the Coordinator of Inter-American Affairs), официально утвержденному уже в июле 1941 года. В функции отдела входило содействие усилению солидарности и межамериканскому сотрудничеству, особенно в коммерческой и экономической сферах, более того, распространение новостей, фильмов и рекламы, а также радио-трансляция в Латинской Америке, чтобы противостоять там итальянской и немецкой пропаганде[5,Электронный ресурс]. Нужно отметить, что этот отдел был переименован в Отдел межамериканских связей (Office of Inter-American Affairs) в марте 1945 года[6,Электронный ресурс]. Вторым примером является создание в 1942 году Управления военной информацией (Office of War Information)[5,Электронный ресурс], которое служило не только связующим звеном между фронтом и гражданскими общинами, а также объединило разрозненные агентства внутренней и зарубежной информации. Существовали зарубежные филиалы, которые в свою очередь проводили широкомасштабную информационно-пропагандистскую кампанию.

Период 1945-1970 гг. связан со временем, когда «холодная война» и накаляющиеся отношения между странами требовали укрепления трансатлантических связей, а также сопротивления довольно влиятельной коммунистической идеологии в западных странах.

В 1945 году информационные функции вышеуказанных ведомств были переданы Госдепартаменту США Президентом Гарри Трумэном[2,с.90], они вошли в компетенции Отдела культурных связей. Так, образовался Отдел международной информации и культурных связей, который имел сеть из 76 филиалов по всему миру, а также в 67 информационных центрах и библиотеках хранились книги, демонстрировались экспонаты и различные фильмы[3,Электронный ресурс]. Через год он был переименован в Отдел международной информации и образовательных обменов (Office of International Information and Educational Exchange). Данное ведомство еще много раз терпело изменения. Тем не менее, оно подчинялось помощнику госсекретаря по вопросам публичной дипломатии, что в свою очередь позволяет догадаться, какие именно изменения вносились.

В 1946 году Джеймс Уильям Фулбрайт, сенатор от Арканзаса, выдвинул предложение использовать доходы от продажи излишков военного имущества Второй мировой войны для финансирования «поощрения международной доброй воли путем обмена студентами в областях образования, культуры и науки». Был принят закон PL 79-584, который стал известен как Акт Фулбрайта[7,Электронный ресурс], он обеспечивал выполнение выдвинутых условий и, более того, Госдепартаменту давалось право на заключение договоров с правительствами других стран, при этом без их утверждения Сенатом. Уже 1 августа была создана Программа Фулбрайта, которая в будущем имела огромный успех, а первые студенты отправились за границу уже в 1948 году[8,Электронный ресурс]. Это был огромный шаг вперед.

Так, программа, созданная с целью укреплять культурно-академические связи между гражданами США и других стран, обрела колоссальную популярность. В настоящее время она действует в более чем 160 странах мира. Среди ее выпускников: 33 нынешних или бывших

глав государств и правительств, 54 Нобелевских лауреата, 82 победителя Пулитцеровской премии и много других выдающихся людей[8,Электронный ресурс].

В дальнейшем Отдел Государственного департамента был еще раз реорганизован, появились новые структуры, которые имели задачи, схожие с предыдущими ведомствами. Например, в 1948 году член Парламента Карл Мундт и сенатор Александр Смит предложили закон Смита-Мундта, регулирующий механизмы публичной дипломатии не только внутри США, но и за их пределами. Закон учреждал государственное Информационное агентство, которое способствовало лучшему пониманию Соединенных Штатов Америки в других странах и укреплению взаимопонимания между американцами и жителями других стран.

Закон был утвержден 27 января 1948 года и подписан президентом США Гарри Трумэном (Public Law 402) [9,Электронный ресурс]. Также была создана Консультативная комиссия США по публичной дипломатии (U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy). На официальном сайте Государственного департамента написано прямым текстом: «Президент, Государственный Секретарь, Конгресс и американская общественность заслуживают информированных, серьезных и своевременных оценок и рекомендаций о действиях правительства, которые намерены понимать, информировать и оказывать влияние на мировую аудиторию. Консультативная комиссия США по публичной дипломатии будет предоставлять частую и подробную информацию для лучшего обслуживания и расширения возможностей тех, кто формулирует, разрешает, финансирует и участвует в этих мероприятиях»[9,Электронный ресурс]. В 1953 году, в связи с обострением Холодной войны, правительство Соединенных Штатов, считая необходимым информирование мира о целях, содержании и приоритетах внутренней и внешней политики страны, решает создать Информационное Агентство США (ЮСИА) (United States Information Agency, USIA). Оно консолидировало информационные функции, входившие в компетенции Государственного департамента и других агентств, однако образовательные и культурные обмены остались в области деятельности Государственного департамента США. В задачи Агентства входило распространение информации о США в других странах, и, соответственно информирование правительства о том, что из себя представляют США в глазах людей за границей.

Как оказалось, Комиссары Консультативной комиссии США в Седьмом полугодовом Отчете 1952 года[10,Электронный ресурс] рекомендовали организовать более энергичные наступательные действия, осуществляемые Международным информационным Управлением (International Information Administration / ИА), а также отделить Управление от Государственного департамента и создать что-то иное, наподобие постоянного объединенного Комитета Конгресса по международной информации. Кроме того, Комиссары жаловались на то, что установленные процедуры и традиции для информационной программы, были разработаны для целей политической дипломатии, а не для пропаганды и информирования. Также они писали о том, что пока информационная программа остается в Государственном департаменте и подчиняется ему, а его развитие зависит от соответствия концепциям и политике департамента, то Конгресс не может надеяться на какие-либо реальные изменения в эффективности проведения программы. То есть, Комиссары Консультативной комиссии по информации видели несколько иной инструмент для осуществления культурной дипломатии. Так, в соответствии с законом от 1 августа 1953 года агентству были переданы: радиостанция «Голос Америки», зарубежные библиотеки Госдепартамента и подразделения, ведающие прессой, производством и распространением кинопродукции. Уже 22 октября 1953 года дополнительная директива президента США утвердила задачу ЮСИА так, что пропаганда за

границей стала одним из важных векторов внешней политики. Казалось бы, на вид обычный культурный обмен, за которым, в свою очередь, скрывается мощный план пропаганды, и который является частью внешней политики США.

В Восьмом полугодовом отчете Консультативной комиссии США по информированию Конгресса от 1953 года Комиссары писали об уже организованном отделении Международного информационного агентства и его успешном слиянии с информационными службами других агентств в одно Информационное Агентство США (USIA). Кроме того, они были рады тому, что 83-й Конгресс и Президент приняли их рекомендацию о создании нового агентства и что им представили еще одну возможность «продемонстрировать важность и необходимость продуманной и управляемой зарубежной информационной программы»[11,Электронный ресурс]. Так, они добились того, чего просили еще в Седьмом отчете, а целью было усиление программ и расширение структуры Информационного Агентства, а также его функций, чтобы осуществлять выполнение информационных программ еще эффективней. В 1961 году был принят Закон «О взаимных образовательных и культурных обменах», также программа Фулбрайта-Хейса[2,С.93], принятая Конгрессом, имела цель улучшить взаимопонимание между людьми Соединенных штатов и народами других стран. Благодаря программе Министерство образования США предоставляет американцам разнообразные возможности для участия в обучении и научных исследованиях за рубежом, также она призвана расширить международные аспекты образования в США[11,Электронный ресурс]. К концу того же года в Государственном департаменте США было создано Бюро по вопросам образования и культуры[3,Электронный ресурс].

Г.Ю.Филимонов отмечает: «Эти законодательные инициативы, по мнению американских историков, вернули международным культурно-образовательным и обменным программам американского правительства признание в качестве самостоятельного официального направления внешней политики США»[2,С.93]. Действительно, благодаря новому закону и программе Фулбрайта-Хейса, появилась новая возможность для того, чтобы Соединенным Штатам Америки обрести больше связей с другими странами и укрепить их, а также развивать еще глубже сотрудничество и взаимодействие между американцами и народами других стран. Тем не менее, такой подход был встречен критикой. Например, в 1968 году один из докладов подготовил координационный комитет республиканской партии США, назывался он – «Образ Америки за рубежом». В докладе осуждались те формы и методы, с помощью которых в зарубежных странах преподносят информацию о США, а именно то, как это делают при администрациях демократической партии. Республиканцы апеллировали к тому, чтобы реструктурировать ЮСИА и привлечь к его деятельности «частный сектор».

Так, с 70-х годов ЮСИА уступило ряд своих полномочий информационным службам США (ЮСИС), и больше внимания стало уделяться задействованию средств массовой информации, в частности, также и радиосети «Голос Америки» (это официальная радиовещательная служба Соединенных Штатов Америки и, как часть Информационного агентства США, она отвечает за программирование, которое отражает официальную политику правительства Соединенных Штатов и отображает различные аспекты американского общества и культуры[12,С.129]).

Затем, был создан центр по вопросам политики в области средств массовой информации, который функционировал в рамках нового агентства. Правительство в свою очередь щедро вкладывалось в эту сферу и это было небезуспешно. Например, «Радио Свобода» и «Голос Америки» достигли своей цели в СССР в распространении демократических идей,

американского образа жизни, свободы личности и прав человека. Уже в 1998 году ЮСИА интегрировало в Государственный департамент США.

История деятельности Информационного Агентства (ЮСИА), а также поэтапного создания различных ведомств, которые в итоге привели к созданию Бюро по делам образования и культуры, безусловно показывает, что все перечисленные ведомства использовались для осуществления целей внешней культурной политики страны и действительно являлись частями официального механизма по реализации культурной дипломатии США. Кондолиза Райс подчеркивает: «На протяжении всей Холодной войны Соединенные Штаты проводили политику, которая поощряла политическую свободу, используя все инструменты «Голоса Америки» для направления президентского вмешательства от имени (или для интересов) диссидентов»[13,С.50]. Здесь стоит отметить, что культурная дипломатия действительно осуществлялась официально и на самом деле оказывала влияние.

На официальном сайте Государственного департамента США написано: «Дипломатия – это инструмент власти. Он необходим для поддержания эффективных международных отношений и является основным средством, с помощью которого Соединенные Штаты защищают свои интересы, реагируют на кризисы и достигают своих внешнеполитических целей». Как уже стало известно, одной из таких внешнеполитических целей было информирование людей о том, что происходит во всем мире, о позиции США, их ценностях и идеологии, конечно, «для лучшего понимания» их действий на мировой арене.

Список использованной литературы:

1. Севостьянов Г. Н. История США, т. 3. 1918-1945. М.: Наука, 1985.
2. Филимонов Г. Ю. К вопросу об истории внешней культурной политики США // Вестник РУДН. Международные отношения. – 2011 – № 4
3. Bureau of Educational and Cultural Affairs [Электронный ресурс] : Official site. – URL: <https://eca.state.gov/>
4. Records of the office of Inter-American Affairs [Электронный ресурс] : National Archives, - 1937-1951. – URL: <https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/229.html>
5. Franklin D. Roosevelt, Executive Order 8840 Establishing the Office of Coordinator of Inter-American Affairs [Электронный ресурс] : The American Presidency Project. – URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/209811>.
6. Records of the office of Inter-American Affairs [Электронный ресурс] : National Archives, - 1937-1951. – URL: <https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/229.html>
7. Тимошенко И. И. Американская модель культурной дипломатии на примере «soft power». [Электронный ресурс]: Научно-методический электронный журнал «Концепт»: И. И. Тимошенко – Электрон. журн. – Киров, 2017. – Т. 37. – С. 162. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/771262.htm>
8. The Fulbright Program [Электронный ресурс]: Bureau of Educational and Cultural Affairs. – URL: <https://eca.state.gov/>
9. U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy: Reports [Электронный ресурс] : U. S. Department of State. – URL: <https://2009-2017.state.gov/>
10. February 1953 - Seventh Semiannual Report by the United States Advisory Commission on Information to the Congress [Электронный ресурс] : U. S. Department of State. – URL: <https://2009-2017.state.gov/>

11. Bureau of European and Eurasian Affairs [Электронный ресурс] : U. S. Department of State. – URL: <https://2009-2017.state.gov>
12. Mickelson S. America's Other Voice: The Story of Radio Free Europe and Radio Liberty. N. Y. : Praeger Publishers, 1983.
13. Rice C. Promoting National Interest // Foreign Affairs. – Vol. 79. – № 1 (January/February 2000). – P. 50.

Рецензент: к.и.н., профессор Джоробекова А.Э.