
РОЛЬ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ ИТАЛИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ ЗА РУБЕЖОМ

Т.Н. Клейменова

Кафедра теории и истории международных отношений
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена анализу роли культурной политики Италии в формировании имиджа страны. Автор изучает специфику культурной политики Италии, влияющую на восприятие этого государства в России и других странах Европы.

Ключевые слова: образ Италии, Россия, культурная политика, культурная дипломатия, российско-итальянское сотрудничество.

Культура и межкультурная коммуникация всегда являлись важными составляющими системы международных отношений. Европейские державы традиционно распространяют свою культуру, что играет важную роль в укреплении коммерческой деятельности, способствует росту политического влияния. Культурная политика и публичная дипломатия — категории, задающие тон и определяющие формирование соответствующего образа государства у мирового сообщества. Сфера деятельности культурной дипломатии обширна. Она включает в орбиту своего влияния как отдельных граждан, так и неправительственные организации, институты культуры, формирующие позицию и официальное мнение по ключевым вопросам мировой политики. Таким образом, в современном мире при определенных условиях, публичная дипломатия может быть более мощным средством оказания влияния, нежели экономические санкции, политические или военные акции [2].

Формирование позитивного имиджа Италии за рубежом является одним из приоритетных направлений внешней политики государства. Согласно 9 статье Конституции Италии, «Республика способствует развитию культурного и научно-технического сотрудничества с другими государствами. Защищает и укрепляет историческое и художественное достояние нации» [5]. Министерство иностранных дел Италии является главным органом, координирующим международное культурное сотрудничество с другими странами. Республика всячески способствует популяризации языка и культуры за рубежом с целью взаимного понимания и укрепления сотрудничества с иностранными государствами.

В силу отсутствия министерства культуры как такового в Италии реализация принятых законов в области культуры возлагается на различные министерства [4]. Главными среди них являются: Министерство иностранных дел, Министерство по охране культурного достояния и окружающей среды, Министерство туризма и искусства, Кабинет премьер министра, Министерство почтовой связи и коммуникаций, Министерство образования, Министерство общественных работ, Министерство государственного сотрудничества. Основным государственным органом, координирующим культурное взаимодействие с миром и являющимся неким ана-

логом Россотрудничества, выступает Главное управление по международному культурному сотрудничеству при МИД Италии. Здесь определяются основные направления в области международного культурного сотрудничества Италии, управление представляет официальное мнение по поводу культурных программ и инициатив, предложенных МИД Италии, государственными учреждениями, частными лицами, что способствует развитию инициатив по работе с соотечественниками за рубежом. Кроме того, оно поощряет работу представительств — культурных центров за рубежом, с целью установления контактов с учреждениями культуры и науки в иностранном государстве, а также содействует принятию проектов и предложений, направленных на укрепление культурного присутствия Италии и распространение языка и культуры в стране пребывания.

Осуществление внешней политики в области культуры происходит как на государственном, так и на общественном уровне. В настоящий момент во всем мире действует 90 Итальянских институтов культуры [11]. Они представлены в важнейших городах пяти континентов и являются местом встречи и диалога заинтересованных людей: интеллектуалов, деятелей искусства и культуры, простых граждан. Если мы говорим о России, — это место встречи тех, кто стремится установить или углубить сотрудничество с Италией, и итальянцев, стремящихся сохранить связь с исторической родиной. Итальянский институт культуры — это не только «визитная карточка» Италии, источник постоянно обновляющейся информации об Италии, но и центр продвижения инициатив в сфере культурного сотрудничества.

Помимо организации культурных мероприятий в различных областях (искусство, музыка, кино, театр, балет, танец, дизайн, фотография) Итальянские институты культуры предоставляют возможность всем желающим выучить итальянский язык и познакомиться с итальянской культурой. Выучить иностранный язык — значит заинтересоваться культурой и историей государства изучаемого языка. Будучи заинтересованным, иностранец проникается, как правило, атмосферой и духом этого государства, становится как бы сопричастным процессам политического или культурного характера в стране изучаемого языка. Так, любой желающий человек при прохождении специального отбора может поехать на курсы итальянского языка для иностранных граждан, как на краткосрочный, так и на более длительный период (до трех месяцев). В Италии существуют два специализированных университета для иностранцев. Университет Перуджи основан был еще в 1921 году, когда местный адвокат Асторре Лупаттелли создал курсы по изучению культуры, истории и природы родного края Умбрии. Целью курсов стало повышение уровня знаний как местных жителей, так и представителей других стран об истории и традициях региона. Другим университетом для иностранцев считается Университет Сиены. Это старейший и престижнейший вуз Италии, где занимаются не только обучением, исследовательской работой, но и пропагандой итальянского языка и культуры.

Посредством проведения культурных мероприятий институт культуры привлекает иностранную аудиторию, заинтересовывая ее атмосферой итальянского

духа. Так, далеко не у каждого есть возможность поехать в Италию и увидеть воочию шедевры культуры и искусства. В связи с этим фестивали итальянского кино, фотовыставки или литературные вечера пользуются спросом у широкой российской аудитории. Среди недавних мероприятий в Москве, привлечших повышенное внимание публики, стоит отметить следующие выставки: «Антонелло да Мессина. Шедевры из Сицилийских музеев» (9 сентября — 20 ноября 2011 года), «Другая сторона России. Лицо и душа. Творчество Омара Галлиани» (29 сентября — 20 ноября 2011 года), «Язык и история полутора столетий объединенной Италии» (12 октября 2011 года). Это своего рода дискуссия специалистов, посвященная размышлению об эволюции итальянского языка в связи с историческими и социальными изменениями, произошедшими в стране, с участием итальянских профессоров Джулио Феррони, Пьеро Бьянуччи, Антонелло Вентури, Джорджио Петракки. Широко известными общественными организациями в России являются: «Общество Данте Алигьери», «Международное агентство культурно-социальной работы» (МАКСОРА) и др.

Основными направлениями итальянской культурной дипломатии являются культура, язык и наука. Первые две сферы неразрывно связаны между собой, поскольку в момент, когда стоит задача популяризации культуры, распространяется в первую очередь изучение иностранного языка, так как он является инструментом передачи ценностей и традиций, которые отображают специфику и колорит культуры. Научное сотрудничество, в свою очередь, связано с популяризацией языка и культуры, поскольку часто соглашения в области научного сотрудничества заключаются непосредственно с государствами, с которыми ведется плодотворное культурное сотрудничество. В связи с этим, хочется привести в пример отрывок из интервью с профессором Паскуале, 16 лет проживающим в Америке. Он выступает инициатором создания кафедры Федерика II с целью организации межуниверситетского обмена. Так, в рамках программы американцы приезжают в родную для него Кампанию, и, соответственно, жители Кампании имеют возможность приехать на стажировку в Америку. По словам профессора, необходимость создания этой кафедры обуславливается двумя причинами. Во-первых, в связи с малым количеством прибывающих в США студентов и докторантов из Италии и, во-вторых, скудные знания о достижениях итальянской культуры среди граждан США.

Несмотря на то, что Италия признана культурной сверхдержавой, она вынуждена позиционировать себя как часть глобального культурного интернационализирующегося пространства. В Италии открытость иностранным студентам достаточно нова и связана, в основном, с программой ЭРАЗМУС МУНДУС. По количеству уезжающих за рубеж на обучение Италия занимает четвертое место, а по количеству приезжающих в страну Италия находится на третьем месте в Европе. Из иностранных студентов, обучающихся в Итальянской Республике, 25% — граждане ЕС, 35% — не являются резидентами ЕС; 11% — представители стран Африки, 15% — представители стран Азии, преимущественно выходцы из Китая, и 7,2% — популяризация культуры какого-либо государства способствует достижению студентами из Латинской Америки. По высказыванию профессора Анны Марии Джаннини следующих целей: во-первых, государство-реципиент становится более привлекательным для иностранных студентов; во-вторых, закладываются основы для позитивного имиджа этого государства иностранной аудиторией.

После окончания Второй мировой войны США начали активно развивать направление культурной дипломатии, используя культуру как средство привлечения к образу жизни американцев через образование. Вспоминается история появления на свет программы стипендий Фулбрайта, призванная содействовать привлечению иностранных выпускников продолжать обучение в Америке. Очевидно различие предпосылок и мотивов организации подобных программ итальянскими властями и американскими представителями Белого дома послевоенного периода. В первом случае используются категории «мягкой силы», поскольку истоки культурной дипломатии США основаны по сути своей на факторе «медленного, но уверенного» навязывания образа жизни американцев как с точки зрения ведения внешней политики с применением силового фактора, так с точки зрения их культурных особенностей и быта.

Распространение языка и культуры Италии, напротив, сводится к тому, чтобы заинтересовать мировую общественность национальным культурным достоянием и достижениями в исторической ретроспективе. По мнению итальянцев, это является залогом плодотворного, всестороннего сотрудничества с государствами. Так, развивая культурные связи, в начале 90-х гг. итальянцы пришли к интересному выводу: с государствами, с которыми ведется активное сотрудничество в области культуры, более успешно развивается экономическое партнерство. Понятие «Made in Italy» активно используется в наши дни как в торгово-производственной сфере, так и в культурной среде. Прошедшая выставка под названием «Made in Italy» в Москве в середине октября 2011 года, посвященная искусству и архитектуре Италии, органично вписалась в формат культурных мероприятий перекрестного года. Глава Института культуры Италии в Будапеште говорит, что индустрия и культура должны действовать в синергии, так, чтобы торговые палаты и отдельные предприниматели вызвали интерес у иностранцев к собственной культуре.

Огромную роль в продвижении итальянской культуры играет Национальное агентство по туризму Италии (ЭНИТ), созданное в 1919 г. Наделенное конституционной и организационной независимостью, находящееся в ведомстве Министерства производственной деятельности и под контролем Государственной счетной палаты, Национальное агентство по туризму ответственно за продвижение на туристических рынках зарубежных государств маркетинговых стратегий. Оно призвано способствовать формированию общественного мнения, направленного на увеличение туристического спроса [7]. В настоящее время открыто около 25 представительств ЭНИТ в 20 странах мира, в том числе и в России (после аккредитации агентства в 2001 г. в рамках Соглашения о сотрудничестве в области туризма, подписанного министрами иностранных дел России и Италии в 2000 г. в Риме). ЭНИТ эффективно выполняет возложенную на него миссию. Так, 5 июля 2011 г. было объявлено об открытии тендера на подготовку и проведение информационной кампании в России в рамках мероприятия «Италия рядом». Агентство организует также различные выставки и презентации, раскрывающие исторические и культурные особенности Италии.

Джованни Кастеллани, президент специальной комиссии по делам культуры, отмечает, что Италия в последние годы занимает передовые позиции в области

туризма. По результатам опроса, проведенного в 2011 г., 75% россиян заявляют, что Италия — самая привлекательная страна для туристов. Вместе с тем, когда мы говорим о деятельности ответственных за популяризацию культуры и языка учреждений, как государственных, так и общественных, нельзя абстрагироваться от ситуации в самом государстве. На данном этапе Италия переживает в своей политико-экономической жизни непростые времена. Манифестации, произошедшие в середине октября 2011 г. в Риме, — подтверждение обострения экономического кризиса в стране. Недовольство экономическими реформами и политическими интригами итальянского истеблишмента — все это результат внутренних проблем государства, появившихся не в один момент. По словам швейцарского корреспондента Нины Мерли, «огромный резонанс в Европе вызвало событие прихода Берлускони на пост премьер-министра в 1994 году в силу того, что Кавальере был известен как крупный предприниматель и миллиардер. Затем нестандартное для премьера поведение, затрагивающее приватную жизнь господина Берлускони, вызывало улыбку у мировой общественности, в конце концов политические решения, принимаемые председателем совета министров стали подвергаться критике. В последнее время общественное мнение европейцев обеспокоено негативным влиянием так называемой „эры“ Берлускони. Ущерб, нанесенный премьером внешней политике Италии, подтверждается упрямством, которое имеют ряд государств, поддерживая международные отношения с Италией. Появление Берлускони — повод к смущению высокопоставленных чиновников и политиков в правительстве, которые избегают случаев фотографироваться вместе с премьером» [6]. Таков взгляд на политическую картину современной Италии из Европы. Российская оценка политических процессов в Итальянской Республике и личности главы кабинета министров является более взвешенной.

Несмотря на противоречивые комментарии итальянских СМИ Чеченской войны в 90-х гг. XX в., терактов в начале 2000-х гг., оптимизм Берлускони по поводу вступления России в Евросоюз был подхвачен политической элитой Италии [4], что не могло остаться не оцененным официальной Москвой. Многие исследователи отмечают, что позиции глав государств России и Италии по ключевым вопросам международной жизни часто схожи, что является благоприятствующим фактором в формировании позитивного образа Италии в России. Таким образом, несмотря на экономический кризис, назревший в Италии, и политические перемены, Россия придерживается нейтральной позиции относительно личности премьера и составления каких-либо прогнозов о грядущих изменениях в регионе. Историческая и культурная заинтересованность друг в друге на самых ранних этапах сотрудничества, основанная на взаимном уважении к культурному наследию и культурным особенностям двух государств, является следствием многовековой дружбы народов России и Италии.

В связи с этим весьма точно подметил господин Сальваторе Чиленто, сотрудник МИД Италии, что «для нас, итальянцев, должен быть предметом гордости тот факт, что в Италии культура успешно служит благоприятному имиджу государства, что никогда не используется в грубой или шовинистской манере. Она все-

гда обращена к различным системам ценностей и традиций, выполняя неизменно роль моста между собственным культурным достоянием и культурами и образом жизни других обществ». Россия, обладающая богатым историческим опытом, принимает и разделяет позицию сотрудника итальянского МИД, и перекрестный год культур России и Италии лишней раз тому подтверждение. Если не было бы такого доверия к итальянским партнерам, глубокого уважения к достоянию культуры Италии, трудно было бы представить организацию столь масштабных мероприятий в рамках года культуры.

Будучи европейской средиземноморской державой, Итальянская Республика имеет интересы глобального масштаба. Обладая богатым культурным наследием, Италия может предложить свою собственную модель развития мировому сообществу [12]. Современную итальянскую культуру принято рассматривать через призму достижений в области искусства и науки прошлых веков. Для современного итальянца — это источник престижа и величия современной истории государства. Таким образом, стратегия внешней культурной политики Италии основывается на укреплении позитивного образа государства за рубежом, так, чтобы она воспринималась мировым сообществом передовой страной, способной вместить в себя богатство традиционного культурного наследия и способность предложить миру новейшие технологии.

Культурная открытость может являться эффективным инструментом внешней политики, но не может улучшить ее в случае, если внешняя политика плохо сформирована. Итальянское государство считает необходимым выработать свою стратегию внешней культурной политики, которая отражала бы высокие достижения страны в экономике и культуре [9]. Целью культурной программы Итальянской Республики является следующее: «способствовать тому, чтобы было больше Италии в мире», показать свое культурное наследие другим странам, что важно не только с точки зрения престижа или соответствующего имиджа страны за рубежом, но и с точки зрения экономического развития [10]. Поощряя культурное взаимодействие между странами, Италия предлагает свою собственную культурную модель развития мировому сообществу, ничуть не уступающую «американскому» либо «общеевропейскому» стилю жизни.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Галумов Э.А.* Имидж против имиджа. — М., 2005.
- [2] *Глинская И.Ю.* Роль публичной дипломатии в формировании имиджа России в странах Азии и Латинской Америки. — М.: РУДН, 2010.
- [3] Закон о культурных центрах и деятельности по распространению итальянского языка и культуры Италии № 401. Принят 22 декабря 1990 г. URL: www.italgiure.giustizia.it
- [4] *Князева С.* Россия глазами итальянцев: вчера, сегодня. URL: <http://ricolor.org/europe/italia/ir/today/2/>
- [5] Конституция Италии. URL: www.quirinale.it
- [6] *Мерли Н.* В Италии уже несколько лет диктатура. 2011. URL: <http://italiadallestero.info/archives/12562>
- [7] Официальный сайт агентства ЭНИТ. URL: <http://www.enit-russia.ru>

- [8] Официальный сайт Института итальянской культуры в Москве. URL: http://www.iicosca.esteri.it/ПС_Mosca/Menu/Istituto
- [9] *Torcutti Э.* Культурная дипломатия и культурная политика. 2005. URL: www.ilsegnalibro.com/normativa/tesi_torcutti.pdf
- [10] *Ragionpolitica*, № 308, 21.03.2009. URL: www.ragionpolitica.it/
- [11] *Trimarchi M.* Regulation, Integration and Sustainability in the Cultural Sector // *The International Journal of Heritage Studies*. — 2004. — № 5.
- [12] *Trimarchi M., Pennella G.* Stato e mercato nel settore culturale. — Bologna: Il Mulino, 1993.

THE ROLE OF ITALIAN CULTURAL POLICY IN IMAGE FORMATION ABROAD

T.N. Kleimenova

Theory and History of International Relations Chair
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198

The article focuses on analyses of the Italian cultural policy and its influence on country's image abroad. The author examines the peculiarities of Italian cultural policy, which determine the image of the country in Russia and other European states.

Key words: image of Italy, Russia, cultural policy, cultural diplomacy, Russian-Italian cooperation.