

ПУБЛИЧНА ДИПЛОМАЦИЯ И КОМУНИКИРАНЕ НА БАЛКАНСКИТЕ КУЛТУРИ

Мария Николова

Установяването на традиционни дипломатически отношения с други държави не е достатъчно, за да се осъществяват възможностите за диалог и разбирателство между народите. Нужно е опознаване и разбиране на ценностите, културните достижения и духовност на „другия“, за да не бъде възприеман като „чужд“ и враждебен. Във времена на конфликти постигането на това разбирателство е от изключителна важност.

Една от възможностите за осъществяване **на диалог с хората от други култури** е посредством публичната дипломация. За целите на настоящия доклад са разгледани някои добри практики на публичната дипломация, като например **българският проект “КЪЩА”**, реализиран в рамките на обявената от Европейския съюз Година на межкултурния диалог, примери от Македония, Сърбия, Турция и Франция, в която се организира първият панаир на балканската книга.

1. Същност и характеристики на публичната дипломация

Класическата дипломация включва начините, по които правителствените лидери комуникират помежду си на най-високо ниво – това е т.нар. елитна дипломация. Публичната дипломация се фокусира върху начините, по които отделна държава (или международна организация, като например ООН) **комуникира с гражданите на други общества**. Публичната дипломация трябва да се разглежда като двупосочен канал за комуникация. **Киното, телевизията, музиката, спортът, видеоигрите** и много други социални и културни дейности са сочени от застъпниците на публичната дипломация като пътища от изключително значение, за иначе различните граждани, да разберат другите като тях, както и като неделима част от международното културно разбирателство. Това са цели, залегнали като ключови в стратегията на съвременната публична дипло-

мация. Те включват не само изграждането на съобщението, което дадена страна иска да изпрати навън, но също и анализиране и разбиране на начините, по които това съобщение се интерпретира от различните общества, както и развитие на база от инструменти за изслушване и водене на диалог наравно с инструментите за убеждаване.

Тя се разграничава от традиционните дипломатически варианти по това, че достига до хората **директно**. Тя включва широк кръг от дейности, като например **културен и научен обмен, отпускане на различни стипендии и др.**

Публичната дипломация включва спонсорирани от правителството културни, образователни и информационни програми, обменът на хора, подготовката на различни публикации и предавания в медиите в подкрепа на националните интереси на дадена страна с цел разбиране и информиране за нейните културни специфики и изграждане на положителен имидж сред чуждестранните целеви публики.

Джошуа Фоутс, директор на Центъра по публична дипломация в Университета в Южна Каролина, определя за дейност на публичната дипломация „достигане на правителството до публиката и държавата, **обявявайки културата, ценностите, политиките, връванията си и чрез асоцииране да подобри връзките, имиджа и репутацията си пред другите страни**“. Ако традиционната дипломация често разчита на „*твърда сила*“, използването на военно или икономическо надмощие, за да постигне целите си, публичната дипломация по-често използва „*мека сила*“ – културна, политическа, образователна (Цит. по Taylor: 2007/2008: 53).

Първият научен опит за улавяне на връзката между националната култура и външната политика е базиран на т.нар. изследавия на националния характер, популярни между 1930 и 1950 г. Те определят националния характер като относително **устойчиви персонални характеристики и модели**, които се отнасят до начините на поведение на възрастните членове на обществото. „*Според Холсти социалните и културните характеристики засягат националната роля, концепцията за елитите и на свой ред определят поведението във външната политика. Следвайки изводите на Холсти, Ших (1988) изучава културното влияние и достига до извода,*

че китайските културни традиции, както и конфуцианството, даоизмът и будизмът са източници на концепция за националната роля, а по-късно (1993) установява, че влияят и върху стила на водене на преговори от правителството“ (Цит. по Seong-Hun Yun, 2008: 211).

Правителствата използват два основни метода на комуникация в зависимост от своите патрнъори за диалог: традиционна дипломация (при комуникация с други правителства) и публична дипломация (за комуникация с населението на други страни).

2. Румънската публична дипломация

Румънският изследовател от Академията за икономически изследвания в Румъния – Маковей Июстина, анализира действията на румънската публична дипломация, като проучва имиджа на страната в десет европейски страни – Франция, Италия, Германия, Великобритания, Унгария, Испания, Дания, Финландия, Швеция и Норвегия. Проучването е извършено през периода от края на 2006 до началото на 2007 година. Проучването е на базата на десет спонтанни асоциации, които поражда името Румъния (като държава или туристическа дестинация). Смята се, че асоциациите са следствие от практикуваната публична дипломация.

Усилията на румънската публична дипломация в десетте европейски страни се фокусират основно върху следния набор от действия: Изложби (най-вече рисунки и фотографии, но също така и скулптури, ръчни изделия и т.н.); Концерти за пиано, концерти за виолончело; Поетични предствания; Прожекции на румънски филми; Участие на представители от посолството в различни събития (семинари, конференции, кръгли маси).

Спред автора на изследването Маковей Июстина моделът на публична дипломация, които би могъл да се прилага, може да комбинира практики от американския и френския модел за публична дипломация.

В американския модел са застъпени стратегическите цели, стратегическите публики, приоритети, необходимите ресурси, а също така и план за действие за достигане на стратегическите цели. Сред приоритетите на хората, занимаващи се с публична дипломация са:

интервюта и поява в чужди медии, използване на нови технологии, творческо използване на Интернет, за да се разпространяват американските политики и програми.

От френския модел може да се взаимства промотиране на различни активности чрез радиата и телевизиите с международно разпространение (за Франция – TV5, радио RFI).

„Резултатите от изследването сочат, че 17 години след 1989 г. и една година преди страната да стане член на Европейския съюз, тя все още е възприемана като бедна и престъпна, а също така се свързва с личностите на граф Дракула и Чаушеску. Най-известният регион от страната е Трансилвания“ (Цит. по Iustina, 2007: 936)

Създаването на кино и телевизионни продукции от една държава, които да се излъчват в други страни, е един от най-лесните начини за достигане и оказване на влияние сред местните общности. Формулираните от киноиндустрията послания са лесни за възприемане, а разказването на различни истории и презентирането на увлекателни сюжети се оказва най-прекият път за емоционално влияние върху нагласи на аудиторията. **Съпреживяването** на случващото се на екрана е основен фактор за оказване на ефективно въздействие.

3. Турция и практикуването на публична дипломация

От две години в телевизионния ни ефир се излъчват турски сериали, чийто успех сред българската аудитория е много голям. През 2009 година БТВ започна да излъчва турския сериал „Перла“, който беше посрещнат с изключителен интерес сред българските зрители. *„Според данните от анкета, проведена сред 20 български граждани на средна възраст 22 години, на въпроса: „Ако следите турския сериал „Перла“, в каква посока оценявате ефекта върху българската общественост?“ 85% от анкетиранияте отговарят, че той “променя традиционни нагласи и отношения”, и също 85% смятат, че той „променя стереотипи”. Ако ефектът от излъчваните турски сериали се измерваше дори само с тези промени в масовото съзнание, можем да заключим, че за кратко време те са свършили повече работа в културно-психологически план, отколкото образователните и политичес-*

ките институции в своята мисия да внушават ценностите на добросъседството и толерантността“ (Коев, 2009: 54).

Именно заради достъпността, по която са разказвани историята в турските сериали и сравнителната еднаквост в семейните и родовите взаимоотношения в българските и турските семейства, аудиторията е толкова благоприятно разположена към тях. Вчитаните за различни от нас, „други“ турски общности, всъщност са разпознати много общи ценности, нагласи и модели на поведение както в семейството, така и в обществото.

„Показателен е примерът с промяната на отношението към Турция в арабския свят именно поради излъчването на сериала “Перла” по тези географски ширини. В броя си от 14.08.2009г. в. “Хюриет” пише: “Преди арабите знаеха малко за Турция. Смятаха я за заден двор, за мръсна и не толкова напреднала в сравнение с Арабския свят. Но гледките от Босфора, показани в “Перла” промениха имиджа на страната на 180 градуса, всички искат да дойдат тук. Бумът на арабски интерес към Турция е обясним от гледна точка на културните и религиозните прилики между мюсюлманския изток и една ислямска държава, която иска да е част от Европейския съюз” (Коев, 2009: 54).

Различна е религиозността на българите и турците, но това в никакъв случай не е фактор, който оказва съществено влияние върху интереса и възприемчивостта от страна на българската аудитория на сюжетите, интерпретирани в сериалите. Още повече че липсва показната религиозност в телевизионните продукции. Не се показват молитви, обреди или засилено почитане на Аллах. Единствено, в трудни моменти героите се обръщат с „Бог да ни помага“ или „Бог да е с теб“, което съществува и при другите балкански народи.

През есента на 2010 г., отново в ефира на БиТиВи, се излъчва с огромна популярност друг турски сериал – „Листопад“. Телевизионната продукция има не по-малък успех и в Турция. Сериалът проследява живота на едно семейство от средната класа. Проблемите, които се интерпретират в сюжета на сериала са общовалидни за голяма част от семействата на Балканите. Презентиран е патриархален модел на семейни отношения, в който бащата взема важните решения, негова е крайната дума при обсъждане на семейни въпроси.

Сериалът показва сплотеността на семейството, респектът към по-възрастните, съществуващите строги патриархали ценности – изисква се благословията на бащата, за да може дъщерята да се омъжи. Внушава се запазването на ценности като честност, почитеност и добросърдечност, дори и в моменти на трудности и несправедливости, които застигат фамилията. Точно в тези ситуации най-силно е демонстрирана сплотеността на семейството.

Освен запознаване с ценностите и принципите не само в турското семейство, но и в обществото, сериалите имат и друга цел – да се представят културните богатства на страната. Това е постигнато чрез панорамни снимки на природни забележителности, между отделните действия във филмите.

Посланията, които са отправени чрез тези сериали са, че Турция е **светска страна**, в която религията в живота на обикновените хора не е силно застъпена. Страната **има богато културно-историческо наследство** и е много привлекателна туристическа дестинация. Не на последно място изпъква и това, че **хората от балканските страни имат сходен менталитет и трябва взаимно да се подкрепят**.

4. България през европейската година на Междукултурен диалог

Разбирателството и толерантността са заложени в **българския проект „КЪЩА“**, реализиран през 2008 г., обявена от Европейския съюз за година на Междукултурния диалог. Нейна цел е да насърчава гражданите на Европа към **общуване и опознаване на богатството на културното многообразие**. Идеята на националния ни проект „КЪЩА“ е да служи като **символ на обединението**, стреми се към диалог и **толерантност в мултиетническото общество**. В рамките на проекта бяха реализирани множество инициативи, в една от които беше включен и Британският съвет. От 24 до 30 ноември 2008 г. Британски съвет взе участие във Фотоизложбата „**КЪЩИТЕ – архитектурни знаци на културното многообразие**“, организирана от Министерството на културата. В рамките на изложбата Британският съвет представи снимки на фотографката Харджийт Каур, представящи серия от типични къщи, тематично свързана с името на проекта, от английския крайбрежен град Фолкстоун.

Във фокуса на проекта е межкултурният диалог, осъществен със средствата на театъра, танца, музиката, изображението, творческата дискусия и други форми на културно изразяване. В този аспект Британският съвет участва в проекта „Къща” също и с фотографска изложба **“Близо до дома”** (Close to home), която е част от проекта на Британски съвет “Съвместно съжителство” (Living Together).

Младите хора също се включиха в националния проект. Министерството на културата съвместно с Oikumen.info (културно-информационен електронен бюлетин) и Общински институт „Старинен Пловдив” организираха в гр. Пловдив, студентски уъркшоп под наслов „Межкултурният диалог и младите хора”. *„Отчитайки факта, че културното многообразие представлява ресурс на общото европейско семейство, целта на проявата е да предизвика дебат върху неговото ефективно използване, да повиши осведомеността на цялата общественост и да насърчи творческото въображение на младите хора, чрез участието им в конкурси, фестивали, изложби, интернет форуми, изработването на мултимедийни продукти и пр.”* (http://www.oikumen.info/2008/11/blog-post_5506.html)

Други събития реализирани в рамките на проекта бяха Концерт на етносите в България под мотото „Усмихни се на съседа“. Под знака на своя 60-ти юбилей НАТФИЗ беше домакин на 11-тото издание на фестивала на средиземноморските театрални училища. В Гранд хотел “София” Министерството на културата, Представителството на Европейската комисия в България, Сдружението на готвачите в Европа “Евро-ток”, в сътрудничество с посолствата и културните институти на различни държави организираха **Вечерта на националната кулинария**, която успешно показва многообразието и пъстротата на националните кухни не само в Европа, но в Индонезия, Корея и т.н.

5. Македония и межкултурното сътрудничество

Въпреки политическите, икономическите и социалните си проблеми, Македония се стреми да изгради връзки с другите държави посредством установяването на културно сътрудничество. Между

Франция и Македония през май 2010 г. беше подписано двустранно споразумение, предвиждащо организирането на културни прояви в двете страни. През 2011 г. в Париж се предвижда организирането на голяма изложба на македонското културно наследство. Икони и артефакти, открити на различни места в Македония ще бъдат представени с финансова помощ и логистична подкрепа от Франция. В Македония се намира втората по големина в света колекция на византийски икони. Френският министър на културата Фредерик Митеран обещава, че ще съдейства и за реализирането на документален филм за Македония, като препоръча за тази цел някои френски режисьори.

Друго сътрудничество, което се реализира, е между Македония и френската област Долна Нормандия. Култура, културно наследство, медиите, образование и младежи, нови технологии, устойчиво селско стопанство: това са сфери на сътрудничество, включващи над 70 партньори в двете страни. Това сътрудничество е инициентирано от *Courrier des Balkans* – френски портал, специализиран в публикуването на новини от Балканите, които са отразени в пресата на всяка от държавите от полуострова. Жан-Ив Лавоа, който е съветник по сътрудничеството и културната дейност при посолството на Франция в Скопие оценява съществуващата от три години инициатива като много ползотворна и за двете страни. *“Ролята на посолство е именно да насърчи всяка инициатива, която ще включва и двете страни, и то във всички области. Осъществяват връзки допринасят за взаимното сътрудничество”*, смята Лавоа. (<http://balkans.courriers.info/article16160.html>)

Като конкретна инициатива на това сътрудничество е помощта, която Долна Нормандия ще окаже за изграждането на бюро за регионално развитие в Македония. Според Жан-Ив Лавоа ползи ще има и за Долна Нормандия в областите на селското стопанство, туризма, културно наследство. Институционалните връзки, които се осъществяват могат да имат като посвена последица отварянето на икономическите и културните пазари.

Друг аспект от проекта е грижата за съхраняване на културното наследство, като за тази цел е организирано посещение на френски младежи в македонското село Новачи. За успешното реализиране

на всички инициативи, сътрудничеството се опира на една основна част: **комуникацията**. От македонска страна Елена Костовска, отговаряща за частта „медии“ от македонска страна, главната редакторка на *Македонски Куриер/ Гласникот*, иска да насърчи сътрудничеството в „сближаване на журналистите от двете страни“, наблягайки на младите колеги, които учат френски, да участват в начинанието. „Това бяха и целите, с които Македонски Куриер организира на 29-ти септември конференция, на която се събраха, партньори и сътрудници, както и ученици франкофони, заедно с преподавателите си“ (<http://balkans.courriers.info/article16160.html>). На края на конференцията множество области бяха конкретно определени: „Някои предложиха да се организират официални срещи, както и неофициални“, обясни Елена Костовска (Пак там). На годишните срещи могат да се разискват теми, които са свързани с превеждането и интерпретирането на текстове от френски, вторите, които ще имат по-спонтанен характер, могат да имат за цел да се осъществят връзки между франкофоните в Македония, а също така и с французите, които работят и живеят в Македония.

6. Сърбия като европейски културен център през 2020 г.

Сърбия, от своя страна, желае Белград да бъде **европейска културна столица** през 2020 година. Осъществяването на тази цел ще премине през няколко етапа, като подготовката ще започне през 2011 година. Ако Белград стане европейска културна столица, Сърбия ще може да подобри имиджа си, да **презентира мултикултурността на сръбското общество, богатството на сръбския характер, както и артистичния си потенциал**. Александър Пекович е заместник-секретар по културата в Белград и председател на организационния комитет по кандидатурата на сръбската столица. Според него, ако страната осъществи начинанието си за Белград може да има отлични резултати както в културно, така и в социално и икономическо отношение. „Това е уникален шанс да се развие нашият град, да подобри имиджа си, да изрази на преден план своята уникалност както в рамките на Европейския културен кръг, така и в международен план“ (<http://balkans.courriers.info/article15865.html>).

Чрез доброто отразяване от медиите на това събитие би могло да се помогне за географско позициониране на града като **европейски културен център**. Събитието също така има като дългосрочен ефект за развитие на културата, развитие на пазара на изкуство и на броя на потребителите, привличането на туристи, изграждането на чувство на гордост и самочувствие. По този начин се насърчава европейското културно сътрудничество, стимулират се творчеството и иновациите, както и талантът и професионалното развитие на местни художници.

Идеята е всяка година от 2011 до 2020 да се разработва програма в някои от секторите, като с приоритет са: културата, науката, технологиите, опазване на околната среда, грижа за културното наследство, подобряване архитектурния облик на града, социално подпомагане на групи в неравностойно положение. Набляга се на проекта: „Белград отвъд Белград“, който поставя за основна задача обединяване на всички хора на изкуството, които живеят извън пределите на страната и са познати по света със своята дейност, но са относително непознати на сръбската общественост. Те ще вземат активно участие в проекта и ще бъдат културните посланници на града.

7. Франция организира първия панаир на балканската книга в Париж

През 2010 година за първи път в Париж се организира и балкански панаир на книгата. Той се осъществи със сътрудничество на Courrier des Balkans и на асоциация „Албания“, която съществува от 1997 г. със седалище в Париж. Тя си поставя за цел да осъществява културно сътрудничество между Франция и Албания в областта на литературата, пластичните изкуства, киното, театъра и образованието. Паскал Ханом е основател и президент (<http://association-albania.com/spip.php?article6>).

По време на събитието се провеждат литературни четения, изложби, кръгли маси. Кръглите маси събират заедно писатели франкофони от Балканите, френски автори, изследователи, преводачи, като им дава възможност да обсъждат четири теми: “Литературата на пътуването: Балканите през очите на пътешествениците от XIX в. до днес “;” Балкански автори, които пишат на френски: Защо пишете

на езика на другия?” Преводи: “Как се прави едни превод от френски език на Балканите?”

8. Общоевропейски инициативи

В рамките на годината на Межкултурния диалог (2008г.) другите европейски държави реализираха на следните проекти: „Радиодialogи – гласове на различностите“, „Живите книги“, „Кафе Меланж“ (Австрия), „Да празнуваме заедно“ (Кипър), „Заедно в мултикултурността“ (Чехия), „Културите в диалог“ (Дания), „Извън ограниченията“ (Естония), „Музикални разговори“ (Гърция), „Младешта и културите в диалог“ (Унгария), „Да направим различието разбираемо“ (Латвия), „В музея виждам моя снимка“ (Португалия), „Пъзел“ (Румъния), „Свят от любов“ (Холандия), „Межкултурният град“ (Англия) и т.н. От направения кратък преглед дори само от наименованията на инициативите в другите страни ясно се откроява тенденцията за стремеж към културния диалог, за даване на гласност на различните етнически общности в страните, така че да се направи разбираемо различието. Това е и едно своеобразно послание на Европа – различните култури осъществяват диалог помежду си и конструират една мултикултурна Европа. България от своя страна сътвори своята „КЪЩА“ като символ на обединението, добросъседството и разбирателството и я превърна в ДОМ на различните култури.

В Европа се наблюдава все по-голямо културно многообразие. Разширяването на Европейския съюз, промените в законите за трудова заетост и глобализацията допринесоха за по-силно изявения мултикултурен облик на много страни, увеличавайки по този начин разнообразието от езици, религии, етнически и културни аспекти в границите на Европа. В резултат на това, межкултурният диалог се налага като все по-важен фактор в утвърждаването на идеята за общоевропейска идентичност и гражданство.

Тук са разгледани само малка част от възможностите на публичната дипломация за осъществяване на сътрудничество между различни общности и култури. Несъмнено нейният потенциал за **установяване на разбирателство** е много е по-голям. Осъзнаването на важноста на публичната дипломация като инструмент за опозна-

ване и разбиране на „другия“ е първостепенна важност за страните не само от балканския регион, но и за страните от останалата част от Европа.

Етническата и националната идентичност постепенно отстъпват място на изграждането на **културната идентичност**, която има много по-широки граници, надхвърлящи тези на конкретната държава. При нейното конструиране все по-важна роля ще имат инструментите от арсенала на публичната дипломация. Тяхното правилно селектиране, в зависимост от аудиторията, която трябва да се достигне, е много важно за ефективността на публичната дипломация, практикувана от конкретната държава. Посредством филмовите и телевизионните продукции Турция успешно достига до българската аудитория и успява да наложи образа си на светска и модерна държава, макар и все още зачитаща патриархалните ценности. Те са представени по-скоро като положителни и съхраняващи семейната традиция, отколкото като архаични и ограничаващи личността модели. Толерантността, разбирателството и **взаимното културно обогатяване** са търсените ефекти при комуникирането на националните култури посредством публичната дипломация. Различните проекти както българският „КЪЩА“, така и тези в другите европейски страни са отлични възможности за сътрудничеството и опознаването не само на съседните държави, но и възможности за укрепване на **мултикултурализма**. Различността в културно отношение вече не се разглежда като заплаха, а като предпоставка за собственото обогатяване и разширяване на културния хоризонт.

Въпреки множеството политически, икономически, социални проблеми, които съществуват във всяка една от балканските страни, на преден план проличава желанието за комуникиране на националните им култури и затвърждаване преди всичко на **културната идентичност**. Успешната реализация на различните проекти важна предпоставка за утвърждаване на привлекателен културен имидж не само на всяка отделна балканска страна, но и на региона като цяло.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. **Коев, К.** Културна дипломация или за евентуалните ефекти от турските сериали върху международните отношения и външната политика. – В: Научни трудове на Русенския университет, том 48, серия 5.2, 2009, 53–57.

2. **Iustina, M.** Public Diplomacy and Its Role in Building a Nation's competitive Identity – Annals of the University of Oradea. – In: Economics Science Series, 2007, pp. 935–941.

3. **Leclercq, A.** Coopération Basse-Normandie / Macédoine : trois ans, trois acteurs, trois regards (mardi 26 octobre 2010), (Online: <http://balkans.courriers.info/article16160.html>)

4. **Rizovska, S.** Macédoine : rencontre des ministres de la Culture français et macédonien (20 mai 2010), (Online: <http://balkans.courriers.info/article15270.html>)

5. **Taylor, H.** The Not-So-Black Art of Public Diplomacy In: World Policy Journal (Winter 2007/2008), 2008, pp. 51–59.

6. **Vukovic, Z.** Serbie : Belgrade, capitale européenne de la culture en 2020 ? (24 septembre 2010), (Online: <http://balkans.courriers.info/article15865.html>)

7. **Quetier, J.** Succès du premier Salon du livre des Balkans de Paris (18 juin 2010) (Online: <http://balkans.courriers.info/article15434.html>)

8. **Yun, Seong-H.** Cultural consequences on Excellence in Public Diplomacy, In: Journal of Public Relations Research, 20, 2008, pp. 207–230.

Използвана е информация от сайтовете:

<http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki>

[Public_diplomacy#What_is_Public_Diplomacy.3F](http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Public_diplomacy#What_is_Public_Diplomacy.3F)

<http://mc.government.bg>

[page.php?p=46&s=48&sp=243&t=249&z=0](http://mc.government.bg/page.php?p=46&s=48&sp=243&t=249&z=0)

http://www.oikumen.info/2008/11/blog-post_5506.html

<http://association-albania.com/spip.php?article6>

http://culture.actualno.com/news_207768.html