

## ФІЛОСОФІЯ ТА ПОЛІТОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

ISSN 2663-0265 (print) ISSN 2663-0273 (online)

Journal home page: <https://fip.dp.ua/index.php/FIP>

## МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

### Володимир Олександрович Пермінов

Кандидат політичних наук,  
доцент кафедри міжнародних відносин,  
Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара,  
пр. Гагаріна, 72, Дніпро, 49010, Україна

E-mail: [finstruk@ukr.net](mailto:finstruk@ukr.net),

### Аріна Валеріївна Молочкова

Студентка спеціальності Міжнародні відносини,  
суспільні комунікації та регіональні студії,  
Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара,  
пр. Гагаріна, 72, Дніпро, 49010, Україна

E-mail: [arina.molochkova@gmail.com](mailto:arina.molochkova@gmail.com)

### Volodymyr Olexandrovich Perminov

PhD in Political Science, Associate Professor of  
the International Relations Department,  
Oles Honchar Dnipro National University  
Gagarina ave., 72, Dnipro,  
49010, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0897-1269>

### Arina Valeriivna Molochkova

Master's degree in International Relations, Public  
Communications and Regional Studies,  
Oles Honchar Dnipro National University,  
Gagarina ave., 72, Dnipro,  
49010, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5356-1579>

УДК 327

### ОФІЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У ПОШИРЕННІ АКСІОЛОГІЧНОЇ МОДЕЛІ США

Received 03 November 2021; revised 25 November 2021; accepted 10 December 2021

DOI: 10.15421/352130

#### Анотація

Розглядаються питання використання урядом Сполучених Штатів Америки інструментів публічної дипломатії, адекватних аксіологічній моделі держави. Досліджується основні риси зазначеної моделі ціннісних орієнтацій. Систематизовані та проаналізовані актуальні механізми та інструменти сучасної американської публічної дипломатії.

**Ключові слова:** цінності, євроатлантичний світ, пропаганда, інформаційна підтримка, м'яка сила.

### *Official instruments of Public Diplomacy in spreading the US Axiological model*

#### *Abstract*

*The article discusses the problems of the contemporary US public diplomacy. The history of mankind provides many examples when military power, modern weapons and millions of dead resulted in a military victory, but it could be called devalued from the beginning, the achievements of a conditional winner seemed questionable, the results – incomprehensible. Wars are waged with the help of a variety of weapons, but values will ultimately win them in historical perspective. Even a well-prepared military operation will not succeed without spreading the relevant values to certain territories, which should be carried out through a purposeful policy, first of all, the selection of adequate to a certain axiological model tools of public diplomacy.*

*The purpose of the article is to schematically outline the Euro-Atlantic value model and systematize the mechanisms of its dissemination (official instruments of public diplomacy).*

*The axiological model of the Euro-Atlantic world professed by the United States dates back to ancient Greece and Rome, enriched during the great migration of the peoples and the Middle Ages, went through the Reformation, withstood numerous wars. This model of value orientations (competitive economy, rule of law, personal freedoms, civil society, local self-government and liberal democracy) and the state formations built on it have demonstrated extreme resilience, developed and formulated a significant number of mechanisms and procedures to adapt to changing conditions.*

*The tools of public diplomacy actively promote positive features of the US axiological model. They divide into the following groups: analytical (public opinion polls in foreign countries, collecting information on*

*foreign audience opinion about the USA (listening)); informing foreign audiences, providing information support to foreign policy USA (advocacy); special programs of diplomatic signaling (diplomatic signaling); propaganda programs (psychological warfare) used during military actions; digital programs of public diplomacy (digital public diplomacy); educational programs, including military training programs; programs in the field of culture – exhibitions, exchanges and congresses of the creative intelligentsia, publishing and communication of diasporas.*

**Key words:** *values, Euro-Atlantic world, propaganda, information support, soft power.*

### **Постановка проблеми.**

Сучасний світ з його неймовірним, як здавалося б ще якихось тридцять років тому, технологічним рівнем не зміг позбутися ризиковості та невизначеності, навпаки, їх ступінь лише зростає синхронно з досягненнями науки. Головний інструмент поширення ризику та знищення будь-якої визначеності – війна – вдосконалюється та масштабується. Проте історія людства надає чимало прикладів, коли військова міць, найсучасніша зброя та мільйони загиблих давали результат у вигляді військової перемоги, але її з самого початку можна було назвати знеціненою, досягнення умовного переможця виглядали сумнівними, результати – незрозумілими. І мова не про так звану «піррову перемогу»: варвари віками та все успішніше воювали з Римом лише для того, щоб урешті-решт самим ним стати, перейняти та певною мірою збагатити його цінності; монголи підкоряли Китай упродовж сімдесяти років лише для того, щоб розчинитися у ньому; Друга світова війна, яка багато в чому була зіткненням двох найжахливіших тоталітарних режимів у історії людства, закінчилася фактично розширенням сфери впливу цінностей, які не мали із сталінізмом та гітлеризмом нічого спільного. Війни ведуться за допомогою найрізноманітнішої зброї, втім остаточно виграють їх у історичній перспективі все ж цінності. Видатною перемогою цінностей є закінчення так званої «холодної війни» на початку 90-х років минулого століття. Важливим в цьому контексті є фактичне здобуття перемоги без застосування зброї та з уникненням чисельних жертв. Водночас тридцять років по тому найсильніша армія світу була змушена залишити Афганістан, незважаючи на абсолютну перевагу в суто військовому компоненті та трильйонні витрати. Вирішальним, безумовно, виявилось неприйняття біль-

шістю афганського населення євроатлантичної аксіологічної моделі, без чого всі зусилля виявилися марними. Таким чином, навіть добре підготовлена військова операція не матиме успіху без поширення на певні території відповідних цінностей, що має здійснюватися завдяки проведенню цілеспрямованої політики, в першу чергу, підбору адекватних певній аксіологічній моделі інструментів публічної дипломатії.

### **Аналіз досліджень і публікацій.**

Тим чи іншим аспектам розвитку публічної дипломатії США, зокрема, її інструментам, дослідники традиційно приділяють значну увагу. Слід згадати як праці, які фактично стали класичними (П.Бьюкенен, Г.Шиллер), так і низку робіт російських вчених (Є.Баталов, А.Борисов, Ю.Давидов, С.Рогов, Г.Филимонов). Серед вітчизняних науковців слід відзначити К.Балабанова, Д.Дубова, В.Дударчук, Я.Заваду, О.Тищенко-Тишковець, М.Трофименка. Втім питання обрання інструментів публічної дипломатії, виходячи з особливостей аксіологічної моделі США, залишається багато в чому відкритим.

**Мета статті** полягає у схематичному окресленні євроатлантичної ціннісної моделі та систематизації механізмів її поширення. Під механізмами для цілей даної роботи розуміємо офіційні інструменти публічної дипломатії, натомість дослідження неофіційних (американський кінематограф, засоби масової інформації, шоу-бізнес тощо), можливості «прищеплення» аксіологічних моделей на потенційно ворожих територіях можуть стати предметом подальших наукових розвідок.

### **Виклад основного матеріалу.**

Аксіологічна модель євроатлантичного світу, яку сповідують США, походить ще з Давньої Греції та Риму, збагачується за часів великого переселення народів і середньовіч-

ця, проходить крізь Реформацію, витримує чисельну кількість війн, зокрема, дві світові у минулому сторіччі. Якщо викладати схематично, то її стрижень – конкурентна економіка та верховенство права. Такий порядок є невід’ємним від особистих свобод людини і єднання таких вільних особистостей у громадянське суспільство. Навколо останнього терміну можна сперечатися, проте для цілей дослідження можна його визначити як феномен, який концептуалізує зміни у суспільстві в умовах усталеної конкурентної економіки та верховенства права. Громадянське суспільство важко визначити інакше, ніж «суспільство свідомих громадян», в якому кожен відчуває себе частиною єдиного цілого, розуміючи власні права і обов’язки [Пермінов 2021: 32-33]. Насправді, таке трактування громадянського суспільства є досить близьким до класичної концепції Дж.Локка. Важливими в даному контексті є висновки українського дослідника В.В.Мужа, що «громадянське суспільство, з одного боку, виступає осередком формування колективної правосвідомості, оскільки його інститути є колективними утвореннями, що містять елементи соціальної групи, а з іншого – інституції громадянського суспільства є джерелом становлення правосвідомості усього населення держави. Крім того, інститути громадянського суспільства, спираючись на право як основний інструмент реалізації покладених на них завдань, створюють сприятливу атмосферу для підвищення рівня громадянської правосвідомості в суспільстві» [Муж 2015: 173]. Своєрідним продовженням громадянського суспільства виступає потужне місцеве самоврядування, яке можна охарактеризувати як «одну з форм суто громадської активності, яка впливає з природного права громадян держави розв’язати на власний розсуд (але відповідно до законодавства) питання, що постають в процесі повсякденного управління територіальними справами без безпосереднього втручання органів державної влади» [Шевченко 2017: 335]. Місцеве самоврядування є формою локальною демократії, але поширення цього феномену не обмежується локальним рівнем. Демократичні процедури та механізми у якості виду

конкурентності, змагальності пронизують всі рівні буття євроатлантичного світу, мають вирішальне значення у формуванні державного апарату.

Євроатлантична аксіологічна модель є достатньо складною для розуміння тими, для кого вона не є звичним порядком речей, можливий простір для так званих «простих рішень» в її рамках є дуже вузьким. Більше того, на перший погляд вона може здатися крихкою, адже як спекулятивним шляхом, так і за допомогою екскурсів до історії можна зрозуміти її труднощі у моменти військового протистояння, або ж навіть швидкого та незвичного загострення внутрішніх проблем. Демократичні процедури та узгодження дій в рамках громадянського суспільства зазвичай потребують часу та й у такому разі не завжди гарантують успішне рішення. Але ж упродовж своєї історії ця модель ціннісних орієнтацій та побудовані на її ґрунті державні утворення продемонстрували надзвичайну стійкість, виробили та сформулювали у державному устрої значну кількість механізмів і процедур адаптації до умов, які змінюються [Пермінов 2021: 33-34]. Позитивні риси аксіологічної моделі США активно пропагуються за допомогою інструментів публічної дипломатії.

Поняття «методи та інструменти» має на увазі сукупність програм, які сьогодні є в арсеналі публічної дипломатії США. Всі програми можна розділити на наступні групи:

аналітичні – проведення опитувань громадської думки в зарубіжних країнах і такий новий напрям, як збір інформації про думку закордонної аудиторії про США (listening);

інформаційні (традиційні та цифрові) – здійснення інформування зарубіжної аудиторії за допомогою ЗМІ, мережі Інтернет, мобільних телефонів і т.п., а також забезпечення інформаційної підтримки зовнішньополітичних зусиль США (advocacy);

особливі програми дипломатичного сигналізування (diplomatic signaling), здійснювані через ЗМІ, також є складовою частиною інформаційних програм;

програми пропаганди (psychological warfare), використовувані в період військових дій;

мережа Інтернет – найефективніший інструмент для впливу на найбільш діяльну частину населення в зарубіжних країнах. Уряд США активно використовує віртуальний простір, і програми публічної дипломатії, що йдуть через Інтернет, отримали назву «цифрові програми публічної дипломатії» (digital public diplomacy);

освітні: обміни серед академічної спільноти; цільове навчання певних професійних груп, таких як політики, лідери партій, бізнесмени, лідери молоді та студенти; програми військового навчання; програми в галузі культури – виставки, обміни та конгреси творчої інтелігенції, видавнича діяльність і спілкування діаспор [Борисов 2000: 156].

Новітніми формами здійснення публічної дипломатії стали програми по збору інформації про те, що кажуть у тій чи іншій країні про США (listening), а також використання електронних технологій в інформаційних програмах. Традиційними ж програмами є освітні та культурні обміни, а також здійснення пропаганди.

Проведення опитувань громадської думки – традиційний інструмент публічної дипломатії США. Опитування стали активно проводитися в період «холодної війни», і основним відповідальним виконавцем виступало тоді Інформаційне агентство США. Саме в той період сформувався правило, згідно з яким основою всіх програм, які направляються в конкретну країну, має бути, в першу чергу, проведення опитувань громадської думки, оскільки саме вони виявляли категорії громадян, які найбільш негативно ставляться до політики США. Такі категорії громадян ставали основною мішенню програм публічної дипломатії.

Наявність різних соціальних мереж, форумів, конференцій тощо в Інтернеті робило можливим проведення аналізу думок і висловлювань про США користувачів мереж. Цим займаються спеціальні служби в Держдепартаменті, а також приватні аналітичні агентства в США. З іншого боку, наявність соціальних мереж зробила можливим втягування закордонної аудиторії в діалог про США через спеціально створені сайти, блоги або форуми, такі як America.gov та інші. Основна мета та-

ких сайтів – вплинути на думку певних верств населення за допомогою діалогу і проводити цей діалог у певному руслі [Давидов 2007: 5].

Найрозвиненіший і ефективний інструмент публічної дипломатії США для досягнення короткострокових цілей – це величезна кількість програм, спрямованих сьогодні на просування нового бренду США як вільної демократичної країни, що прагне працювати на глобальне благо. Традиційними інформаційними форматами вважаються радіо- і телепрограми. Новинний формат програм завжди розглядався урядом США як основна платформа, яка ефективно сприяла просуванню позиції США. Однак сьогодні з'явилися нові тенденції в передачі інформації через радіо і телебачення. По-перше, в публічній дипломатії США стала застосовуватися ідея про пріоритетність інформаційних зон. Після подій 11 вересня 2001 р. американські експерти усвідомили, що слід серйозно збільшити присутність на ключових ринках, або зонах, де необхідна інформаційна підтримка США (наприклад, війна з тероризмом на Близькому Сході) або де існує обмежена демократія чи свобода ЗМІ. Тому сьогодні є конкретний рейтинг країн, на які спрямовані інформаційні програми США. В основному це ісламські країни на Близькому Сході, де створена широка мережа радіостанцій і американського телебачення, наприклад, радіо «Сава» (Radio Sawa), радіо «Фарда» (Radio Farda), «Афганська мережа», телеканал «Аль Хурра» (TV Al Hurra) та ін. У порівнянні з періодом «холодної війни», коли США оперували всього лише кількома радіостанціями, що віщають на Європу і Латинську Америку, сьогоднішні проекти здаються грандіозними [Рогов 2001: 22]. По-друге, американськими експертами стала застосовуватися нова тактика захоплення зарубіжного інформаційного поля. В умовах, коли уряди деяких країн не дозволяють США створювати радіостанції і телеканали, американці налагодили співпрацю з компаніями-партнерами. Ця співпраця полягає в тому, що американське мовлення ведеться іноземними станціями. Однак дана практика має як позитивні, так і негативні боки. Наприклад, мінусом для американців є позиція партнерів, які в обмін

на договірні відносини вимагають розширення свого впливу на інформаційний зміст програм. По-третє, відбулася зміна стилю подачі і форматів інформаційних передач. Недостатня впізнаваність американського продукту, його унікальність, на думку американських експертів, суттєво перешкоджає його доступу до ключових аудиторій. Якщо раніше визнавалося, що зміст новин – основа для просування іміджу США, то тепер важливою складовою міжнародного мовлення стали не тільки новини, але й використання рекламних і маркетингових ходів з метою залучення аудиторії до новинного блоку. По-четверте, «формат» будь-якої інформаційної програми США підлаштовується під певний сегмент аудиторії. Наприклад, щодо найбільш пріоритетного регіону, Близького Сходу, був обраний сегмент молоді від 25 до 30 років, яка воліла, на думку американських фахівців, слухати не новини, а розважальні програми. Тому для залучення її уваги була визначена стратегія цільової групи: для неї подається та тематика, яку вона хоче почути, а потім новини, які потрібно розповісти. По-п'яте, стали застосовуватися нові методи оцінки ефективності інформаційних програм. Невдачі в агресивній комунікації, спрямованій на донесення повідомлень за ігнорування «зворотного» зв'язку від цільових аудиторій, змусили Сполучені Штати Америки переглянути свої підходи до «м'якої» сили та публічної дипломатії, зокрема, фокус було зміщено на розвиток стосунків при збереженні активної комунікативної складової [Тищенко-Тишкова 2009: 31].

Показник, який вимірюється американськими стратегами, – обізнаність аудиторії про існування американського мовлення в їхніх країнах. Поінформованість аудиторії перевіряється опитуваннями двох типів: перший передбачає вибір із списку ЗМІ, з якими знайомий респондент; а другий пропонує перерахувати улюблені радіостанції чи телеканали США. Якщо рівень обізнаності невисокий, існує об'єктивна необхідність рекламування каналів. Реклама каналів – це новий підхід уряду США, оскільки до початку XXI сторіччя США не вдавалися до методів реклами, а населення дізнавалося про канали мовлення

за допомогою «вірусної реклами», передаючи інформацію при спілкуванні один з одним.

Новими інструментами здійснення інформаційних програм вважаються сьогодні інформаційний і психологічний вплив на зарубіжну аудиторію через мережу Інтернет, який можна визначити як цифрову дипломатію США. Важливою рисою мовлення США в інших країнах стала інтерактивність. Сайти радіостанцій і телеканалів публікують новини і просувають імідж США через зручні і барвисті розділи на сайтах, що в значній мірі підвищує їх привабливість. Участь публічної дипломатії США в соціальних мережах або інших сучасних інформаційних платформах стала ще одним важливим інструментом реалізації концепції «розумної сили». Сайти на кшталт America.gov є основними платформами для розвитку блогів, відеоконференцій, поширення політологічних статей, які представляють світові нову Америку – країну різноманітності, динамізму і життєвої енергії. Широко використовуються такі сайти, як Facebook, Twitter, YouTube, інші ресурси Web 2.0, що сприяють взаємодії між творцями сайтів та їх споживачами. Ця важлива і перспективна риса публічної дипломатії стала застосовуватися тільки з 2008 року завдяки зусиллям заступника держсекретаря США з публічної дипломатії Джеймса Глассмана, який ініціював нову стратегію дипломатії під назвою «публічна дипломатія 2.0» [Филимонов 2007: 75].

Здійснення кампаній для просування конкретної зовнішньополітичної ідеї або дії (advocacy) – ефективний інструмент публічної дипломатії. Він має на увазі забезпечення інформаційної підтримки певної зовнішньополітичної дії США, наприклад, просування ідеї необхідності розміщення ПРО в Східній Європі, створення консенсусу в Західній Європі щодо війни в Іраку 2003 року тощо. Вперше таку форму публічної дипломатії став використовувати ще В.Вільсон у 1917-1919рр. для поширення ідеї про створення системи гарантій колективної безпеки в країнах Європи. Оскільки телебачення як інформаційного ресурсу в той час не існувало, адміністрація В.Вільсона активно працювала з європейськими журналістами, спонукаючи їх до пу-

блікації серії статей в ЗМІ про необхідність створення Ліги Націй. У підсумку під впливом цієї інформаційної кампанії багато європейських політиків погодилися з пропозицією В.Вільсона [Шиллер 1980: 220]. Основна мета подібних кампаній в даний час – донести до широкої публіки інтереси США, пояснити, чому уряд чинить саме так, продемонструвати, що негативна позиція щодо вирішення проблеми (відмова, наприклад, від розміщення ПРО) може загрозувати безпеці та життю закордонної аудиторії.

Дипломатичне сигналізування (diplomatic signaling) – це одна з форм неформального інформування урядом США зарубіжного уряду про можливі зміни зовнішньої політики. Інформування (напрямок сигналу) здійснюється за допомогою телевізійних каналів і використання журналістів як посередників [Баталов 2001: 8]. Вербальне інформування здійснюється за допомогою повідомлення про якісь, здавалося б, другорядні дії уряду. Наприклад, перед війною між Ізраїлем та Єгиптом і Сирією в 1973 році СРСР «інформував» уряд США про свою неучасть у війні за допомогою розповсюдження інформації про виведення своїх радників з арабських держав. Візуальне інформування – це щоденна демонстрація якогось сюжету («картинки») на телевізійних каналах протягом певного періоду (від одного тижня до одного місяця). Один з найбільш класичних прикладів – поширення сюжету про технологічну перевагу американської військової машини під час першої іракської війни (операція «Буря в пустелі») 1991 року. Відомими американськими і міжнародними телевізійними каналами демонструвався завершальний етап кампанії, пов'язаний з бомбардуваннями Багдада, який був проведений з використанням останнього покоління засобів наведення і атаки. Сюжет показав перевагу армії країни демократії над озброєнням тоталітарної держави, зміцнив імідж США як захисника демократії у світі [Бьюкенен 2004: 239]. Використання журналістів як посередників (brokers) між ворогуючими сторонами також є інструментом дипломатичного сигналізування. Зазвичай журналісти обираються урядом для передачі якоїсь інформації протилежній

стороні. Такий вид сигналізування часто використовувався, наприклад, урядом США для стимулювання переговорного процесу між Ізраїлем і Палестиною. Даний тип публічної дипломатії дозволяє урядам: дізнатися реакцію закордонних офіційних осіб; мати можливість відступити, тобто заявити в офіційних джерелах, що «ми цього не говорили»; використовувати інформацію як один з інструментів дипломатії тиску (coercive diplomacy).

Освітні програми передбачають: сукупність урядових програм навчання інтелігенції та молоді (академічні програми), державних чиновників, політиків, бізнесменів і фахівців різних областей (програми навчання фахівців), представників збройних сил (програми навчання військових) зарубіжних держав; дії, спрямовані на створення або реформування систем освіти в цих державах. Перша політична мета урядових програм обміну або освіти – формування еліт в інших країнах, які проводитимуть дружню по відношенню до США політику. Використання цього інструменту публічної дипломатії США призводить, безсумнівно, до досягнення ефективних результатів з «вирощування лояльних політиків». Друга політична мета освітніх програм – це підготовка лідерів і активістів опозиції в недемократичних, за оцінкою США, країнах, членів неурядових організацій, які ведуть боротьбу за права людини, членів демократичних партій. Третя політична мета освітніх програм – пошук взаєморозуміння між певними групами суспільства США та інших держав. Навчання іноземних студентів у США та їх повернення на батьківщину, за рідкісними винятками, сприяє поширенню американської культури і суспільних цінностей у певному закордонному суспільстві.

Крім навчання студентів, політиків, лідерів громадських організацій тощо, освітні програми спрямовані і на навчання представників іноземних збройних сил. Такі програми носять назву програм військового навчання (International Military and Training Program). Вперше законодавчо оформлена програма військового навчання з'явилася в документі 1946 року про допомогу Філіппінам. Вона передбачала п'ятирічне навчання військових студен-

тів і фахівців у вишах США і мала конкретну мету – протидіяти виникненню соціальних вибухів на Філіппінах за допомогою зміцнення внутрішніх збройних сил. У березні 1947 року Греції та Туреччині було надано можливість направляти на навчання до США курсантів військових закладів. За оцінками західних дослідників, військове навчання протягом багатьох десятиліть займало і займає далеко не останнє місце в програмах допомоги державам, які розвиваються [Feigenbaum 2001]. Програмами військового навчання займається Міністерство оборони США. Як і у випадку з Держдепартаментом, де для реалізації освітніх програм був утворений особливий відділ, у Міністерстві оборони було створено Агентство взаємної безпеки для координації програм військового навчання. У зарубіжних країнах службовці Держдепартаменту здійснювали планування програм військового навчання. У кожній конкретній державі посол США, представники Агентства з міжнародного розвитку та Інформаційного агентства склали план навчання зарубіжних курсантів і фахівців. Після цього складена програма прямувала на затвердження держсекретареві й міністру оборони, які, в свою чергу, представляли її в Конгрес США для затвердження бюджетних витрат. Такі держави, як Ліван, Оман, Йорданія, Ємен, ставали учасниками програм військового навчання США. Американський уряд створив американо-йорданський стипендіальний фонд для навчання військових фахівців Йорданії в університетах США та для посилення позицій США в цій державі. Американські радники, які знаходяться в регіоні, здійснювали відбір представників старшого офіцерського складу або солдатів, що мають лідерські якості. Основна умова участі – наявність елементарного знання англійської мови. Військові Йорданії, Саудівської Аравії та інших країн прямували на військову базу «Локленд» (штат Техас) (Lackland Air Force Base), де знаходилася спеціальна мовна школа. Протягом декількох тижнів військові з арабських країн вивчали англійську мову в обсязі, необхідному для управління американськими літаками і вертольотами. Крім того, навчання представників армії включало викладання

курсів з політичної системи США і міжнародних відносин.

Програми військового навчання фінансуються Законом про іноземну допомогу (розділ 541 «Програми міжнародного військового навчання»), який вперше був прийнятий у 1961 році. Щорічно в даному законі вказується список країн, які мають право брати участь у програмах військового навчання в США [Gienow-Hecht 2000].

Програми в галузі культури несуть у собі як культурологічний компонент, так і політичний ефект. Дипломатія в галузі культури – найстаріший інструмент зовнішньої політики США. Американські програми в галузі культури можна віднести до інструментів зовнішньої політики США: вони використовуються, зокрема, в тих країнах, де неможливе застосування інших інструментів публічної дипломатії США. Наприклад, величезне політичне і психологічне значення для поліпшення іміджу США мала «Американська національна виставка в Москві», організована урядом США в Москві та Ленінграді в 1959 році, її відвідали десятки тисяч радянських громадян. За виставкою пішли й інші пропагандистські проекти (поширення в СРСР журналу «Америка», підписання угоди про наукові культурні обміни тощо) [Баталов 2002: 21]. Однак найефективнішою формою дипломатії в галузі культури навіть у епоху Web 2.0 визнається неформальне спілкування представників діаспор, які живуть у США, зі своїми родичами і знайомими з рідної країни. Здійснення впливу на цих людей – одне з основних завдань США в області публічної дипломатії. Цікавий прецедент стимулювання такого впливу стався у 1948 році, коли італійська діаспора в США була задіяна адміністрацією Г.Трумена для вирішення проблеми можливої перемоги комуністів на парламентських виборах в Італії [Feigenbaum 2001]. Уряд США і італійська преса в США спонукали американців італійського походження направляти листи до Італії про те, що якість життя при капіталізмі значно вище, ніж при комунізмі, тому італійцям не має сенсу голосувати за комуністів. Мільйони листів подібного роду було відправлено за рахунок Держдепартаменту. Вони, звісно, у по-

єднанні з іншими зовнішньополітичними заходами США (зокрема, надання економічної допомоги за планом Маршалла з політичними умовами), серйозно відбилися на підсумках виборів: комуністи зазнали поразки.

### Висновки.

Ідеологічний компонент був і залишається невід'ємною складовою внутрішньої та зовнішньої політики США, наразі його основою є євроатлантична аксіологічна модель (конкурентна економіка, верховенство права, особисті свободи людини, громадянське суспіль-

ство, місцеве самоврядування та ліберальна демократія). Водночас уряд США звів культурно-ідеологічну пропаганду за кордоном в ранг ефективної державної політики. Відповідно потреби Америки в арсеналі для ведення ідеологічної боротьби вкупі з орієнтацією на використання «м'якої» сили дали імпульс розвитку і зміцненню публічної дипломатії. Її офіційні інструменти є надзвичайно ефективними у просуванні національних інтересів на міжнародній арені, впливі на політичні, економічні та соціальні процеси у світі.

### Бібліографічні посилання

- Feigenbaum, Harvey B. (2001). *Globalization and Cultural Diplomacy*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.issuelab.org/resources/9467/9467.pdf> (дата звернення 01.11.2021)
- Gienow-Hecht, Jessica C.E. (2000). Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – a Critical Review. *Diplomatic History*, 3, 465-494.
- Баталов, Э.Я. (2001). Новая эпоха – новый мир. *Свободная мысль*, 1, 4-13.
- Баталов, Э.Я. (2002). Любим ли мы Америку? *США и Канада: экономика, политика, культура*, 2, 18-33.
- Борисов, А.А. (2000). *Идеология американского мультикультурализма: столкновение этносоциальных теорий*, в: *Americana (вып. 4)* – 2000. Волгоград, 154-169.
- Бьюкенен, П.Дж. (2004). *Смерть Запада*. М.: АСТ.
- Давыдов, Ю.П. (2007). «Жесткая» и «мягкая» сила в международных отношениях. *США и Канада: экономика, политика, культура*, 1, 3-25.
- Муж, В.В. (2015). Громадянське суспільство як форма вираження колективної правосвідомості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки*, 827, 169-173.
- Пермінов, В.О. (2021). *Технології керування міжнародними конфліктами: аксіологічний вимір*, в: *Технології сучасних міжнародних відносин: колективна монографія*. Дніпро: Акцент ПП, 29-47.
- Рогов, С.М. (2001). *11 сентября 2001г.: реакция США и последствия для российско-американских отношений*. М.: Институт США и Канады РАН.
- Тищенко-Тишковець, О. М. (2009). Трансформація публічної дипломатії Сполучених Штатів Америки: від легітимізації «жорсткої сили» до побудови діалогу зі світом. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право: збірник наукових праць*, 4, 28-32.
- Филимонов, Г.Ю. (2007). Неофициальная внешняя культурная политика как компонент «мягкой силы» США. *США и Канада: экономика, политика, культура*, 4, 69-82.
- Шевченко, А.О. (2017). Правова природа і статус територіальної громади: доктринальний аспект. *Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ*, 3, 332-343.
- Шиллер, Г. (1980). *Манипуляторы сознанием*. М.: Мысль.

### References

- V`yukenen, P. Dzh. (2004). *Smert` Zapada [Death of the West]*. М.: AST. (in Russian)
- Batalov, E`.Ya. (2001). Novaya epokha – novy`j mir [New epoch – new world]. *Svobodnaya my`sl`*, 1, 4-13. (in Russian)
- Batalov, E`.Ya. (2002). Lyubim li my` Ameriku? [Do we love America?] *SShA i Kanada: e`konomika, politika, kul`tura*, 2, 18-33. (in Russian)
- Borisov, A.A. (2000). *Ideologiya amerikanskogo mul`tikul`turalizma: stolknovenie e`tnosoczial`ny`kh teorig* [The Ideology of American Multiculturalism: A Clash of Ethnosocial Theories], in: *Americana (vy`p. 4)* – 2000. Volgograd, 154-169. (in Russian)
- Davy`dov, Yu.P. (2007). «Zhestkaya» i «myagkaya» sila v mezhdunarodny`kh otnosheniyakh [«Hard» and «soft» power in international relations]. *SShA i Kanada: e`konomika, politika, kul`tura*, 1, 3-25. (in



Russian)

- Feigenbaum, Harvey B. (2001). *Globalization and Cultural Diplomacy*. Retrieved November 01, 2021 from <https://www.issuelab.org/resources/9467/9467.pdf>
- Filimonov, G.Yu. (2007). Neoficzial'naya vneshnyaya kul'turnaya politika kak komponent «myagkoj sily» SShA [Unofficial foreign cultural policy as a component of US «soft power»]. *SShA i Kanada: e'konomika, politika, kul'tura*, 4, 69-82. (in Russian)
- Gienow-Hecht, Jessica C.E. (2000). Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – a Critical Review. *Diplomatic History*, 3, 465-494.
- Muzh, V.V. (2015). Hromadianske suspilstvo yak forma vyrazhennia kolektyvnoi pravosvidomosti [Civil society as a form of expression of collective legal consciousness]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*. *Yurydychni nauky*, 827, 169-173. (in Ukrainian)
- Perminov, V.O. (2021). *Tekhnologii keruvannia mizhnarodnyimi konfliktamy: aksiolohichni vymiry* [Technologies of international conflict management: axiological dimension], in: *Tekhnologii suchasnykh mizhnarodnykh vidnosyn: kolektyvna monohrafiya*. Dnipro: Aktsent PP, 29-47. (in Ukrainian)
- Rogov, S.M. (2001). *11 sentyabrya 2001g.: reakciya SShA i posledstviya dlya rossijsko-amerikanskikh otnoshenij* [September 11, 2001: US Response and Implications for Russian-American Relations]. M.: Institut SShA i Kanady` RAN. (in Russian)
- Shevchenko, A.O. (2017). Pravova pryroda i status terytorialnoi hromady: doktrynalnyi aspekt [Legal nature and status of the territorial community: doctrinal aspect]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii vnutrishnikh sprav*, 3, 332-343. (in Ukrainian)
- Shiller, G. (1980). *Manipulyatory` soznaniem* [Consciousness manipulators]. M.: My`sl`. (in Russian)
- Tyshchenko-Tyshkovets, O. M. (2009). Transformatsiia publichnoi dyplomatii Spoluchenykh Shtativ Ameriky: vid lehitymizatsii «zhorstkoi syly» do pobudovy dialohu zi svitom [Transforming United States Public Diplomacy: From Legitimizing «Hard Power» to Building Dialogue with the World]. *Visnyk NTUU «KPI»*. *Politohiia. Sotsiologiia. Pravo: zbirnyk naukovykh prats*, 4, 28-32. (in Ukrainian)