

внутриполитических задач. Лезвие может оказаться обоюдоострым: как успехи, так и неудачи будут общими для Италии и ЕС в период её председательства.

*К.М. Табаринцева-Романова**

«ITALSIMPATIA» КАК ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКО- ИТАЛЬЯНСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Одной из основных тенденций развития современного международного сообщества является смена и выработка новых концептов и детерминант для описания действительности, наполненной феноменами и явлениями симбиотического характера: происходящие метаморфозы неразделимы на данном этапе с прошлыми константами, но уже не встраиваются в парадигму принятой терминологии. Таким «новообразованием» стала культурная дипломатия. Анализируя доклады и статьи, посвящённые ей, можно сделать следующие выводы: культурная дипломатия неразрывно связана с «мягкой силой», она объединяет всевозможных акторов внешней политики – от государственных до отдельных семейных предприятий, занимающихся международной деятельностью (феномен ярко иллюстрирует «размывание» терминологии); и, наконец, это тот перспективный вектор развития международной политики, который сменит в дальнейшем традиционную дипломатию (в силу возможностей) и приведёт государства к мирному сосуществованию. Таким объединяющим и гармонизирующим международные отношения фактором, по мнению специалистов, является культура. С этого момента, когда вводится концепт «культура», возникают дискуссии и разногласия. Прежде всего, что именно понимать под термином? Понятие «культура» трактуется очень широко, и это, по мнению итальянских культурологов, влечёт некую эфемерность толкования самого концепта «культурная

* Табаринцева-Романова Ксения Михайловна, к.фил.н., доцент кафедры теории и истории международных отношений УрФУ им. первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург).

дипломатия», её структуры: так появляются такие элементы, как «искусство – дипломатический акт»¹¹⁶.

Спорными моментами при детерминации культурной дипломатии становятся:

✓ «возраст» феномена: в данном вопросе исследователи расходятся во мнениях: ряд учёных полагает, что культурная дипломатия – это относительно молодое явление, возникшее в начале XX в.¹¹⁷; с другой точки зрения, оно существует с момента расцвета культуры, т.е. с эпохи Возрождения или же непосредственно с зарождения великих цивилизаций;

✓ вопрос о том, насколько культурная дипломатия может быть «мирным» инструментом регулирования международных отношений, если всё чаще встаёт вопрос о необходимости специального международного подразделения для охраны памятников культурного достояния?

Таким образом, культурная дипломатия – некий инструмент для сближения народов, а культура становится определяющим вектором развития. Она нацелена на взаимный обмен идеями, информацией, ценностями, традициями. Как говорил сенатор США У. Фулбрайт: люди, которые понимают наш образ жизни, представляют собой более надёжное обеспечение безопасности, чем новая субмарина. Культурная дипломатия неразрывно связана с образом, имиджем, репутацией той или иной страны. Она не решает сиюминутные задачи, а создаёт некую «оболочку» положительных образов вокруг государства. Государства, имеющие долгую историю сотрудничества на основе близости и интереса культур, охотнее выступают в поддержку друг друга на мировой арене.

История итало-российских отношений стала тому примером. Образ Италии всегда притягивал нас, как магнит: русского человека необъяснимым образом влекло и манило, и продолжает манить всё итальянское: стиль, дизайн, кухня, природа.

¹¹⁶ La diplomazia culturale. Forza del dialogo, potere della cultura. Le opportunità per l'Italia. Roma, 2013. P. 203.

¹¹⁷ См. подробнее: Шишкин Д.П., Журавлёва Н.Н. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства. URL: <http://pravo33.wordpress.com/2010/02/14/д-п-шишкин-н-н-журавлёва-основны-е-подх.>

Атмосфера Италии притягивала наших писателей, поэтов, художников, музыкантов. Как указывает Е.В. Василенко, «важным фактором привлекательности бренда Италии является его эмоциональный капитал: способность воздействовать на иррациональном уровне, оставить след в памяти, вызвать яркие эмоции и сильные чувства»¹¹⁸.

Действительно, говоря об Италии, нам трудно вычленишь то «почему», ради которого мы стремимся ко всему итальянскому. Это бердяевское «чувство» Италии – эмоциональная и культурная составляющая образа – впитывается нами на подсознательном уровне и воспитывается бессознательно с детства: на уроках литературы и музыки мы узнаём, что наши классики творили свои знаменитые произведения в Италии или под впечатлением от неё; на уроках истории – нам ставят в пример великих римских полководцев, в оперных театрах мы слушаем оперы на итальянском языке; эпоха песен Челентано и *Ricchi e Poveri* повлияла на несколько поколений нашего общества. Эта малая череда примеров демонстрирует, что итальянская культура воздействует на нас, прежде всего, на эмоциональном уровне, минуя логику и точные науки. Даже в научном дискурсе мы описываем Италию, используя слово «симпатия»¹¹⁹. Во многом наше «культурное» развитие и образование выстраивается на итальянских образах. Естественно, что, повзрослев, мы стремимся увидеть сами «те самые великие итальянские места», так впечатлившие наших соотечественников, «перенять» привычки и обычаи итальянцев, чтобы быть «лучше, образованнее, в моде или тренде». Надо обратить внимание, что на формирование любви к Италии со школьной скамьи сами итальянцы до последнего времени не прилагали особых усилий: это был самовоспроизводимый продукт итальянской культурной экспансии. Только в последние годы стал подниматься вопрос о развитии итало-российского сотрудничества на уровне школ (ПРИЯ).

Термин «*italsimpatia*»¹²⁰ ввёл Марио Джиро, помощник сек-

¹¹⁸ Василенко Е.В. Мягкая сила имиджевой политики Италии. Мир и политика. 2013. № 10. С. 222.

¹¹⁹ См.: Зонова Т.В. Россия и Италия: история дипломатических отношений. М., МГИМО (У) МИД РФ, 1999.

¹²⁰ La diplomazia culturale. P. 70-71; Audizione del Sottosegretario Giro sulla pro-

ретаря Министерства иностранных дел Италии. Он предлагает использовать термин как отправную точку итальянской культурной дипломатии для формирования эмпатии, чтобы преодолеть конфликты идентичности и столкновения цивилизаций. Он пишет, что развитие «*italsimpatia*» влечёт за и экономическую выгоду для итальянского государства: так после года культуры Италия-Россия спрос на итальянские визы со стороны российских граждан вырос на 40%. Открываются итальянские центры языка и культуры, где работают преподаватели – носители языка, которые, в свою очередь, проводят занятия на лингвострановедческом материале. Занимательный факт – основная цель изучающих итальянский язык в таких центрах – туризм, личная симпатия к Италии и желание выйти замуж «в Италию». Феномен «русских невест» интересен сам по себе: образ итальянского мужчины привлекателен для русского сознания, что объясняется такими элементами культурной дипломатии, как кино, реклама, мода. Образ ухоженного, галантного, страстного ценителя вина и живописи транслируется на всех уровнях визуальной системы подачи информации.

Культурная дипломатия обращена к «душе» страны. Культурные межгосударственные отношения развиваются органически и практически независимо от правительств: правительство не может полностью контролировать образ государства, производимый на международном уровне. В культурную дипломатию вовлечены все слои населения: молодёжь, различные коллективы, СМИ, творческие персоналии – каждый художник становится «культурным посланцем» своей страны.

Вполне естественно и очевидно, что целевая аудитория такой дипломатии – молодёжь. В последнее время итальянское правительство реализует проекты, направленные на расширение студенческих программ, на сотрудничество со школами, даже детскими садами (например, в Екатеринбурге был организован обмен делегациями сотрудников специализированных детских садов и детских домов). Возвращаясь со стажировок, сту-

mozione della cultura e della lingua italiana. URL: http://www.esteri.it/MAE/IT/Sala_Stampa/ArchivioNotizie/Audizioni/2013/12/20140213_Giropromozione cultura.htm.

денты мечтают о том, чтобы поехать в Италию снова, перенимают итальянский образ жизни, отсюда в городах увеличивается спрос на итальянские кафе, продукты питания, одежду и мебель, всё чаще организуются разговорные клубы, музыкальные и творческие вечера, различные выставки. Повзрослев, дети воплощают свои детские мечты, открывая совместный бизнес или покупая недвижимость в Италии. Мягкая итальянская экспансия происходит как следствие культурной дипломатии. Этот пример ещё раз подчёркивает, что культурная дипломатия не приносит сиюминутных результатов, а нацелена на долгосрочные процессы и приносит реальные плоды, зачастую, спустя десятилетия.

Концепт «*italsimpatia*» неразрывен с таким эффективным элементом итальянской культурной дипломатии, как «*italianità*» – комплекс ассоциативных понятий, возникающих при упоминании об Италии¹²¹:

- ✓ сенсорные – искусство, культура, мода, автомобили;
- ✓ эмоциональные – отдых, прекрасная погода, вкусная еда, красота, дружба;
- ✓ рациональные – язык, история.

Эти характеристики имплицитно реализуются в семантике концептов: симпатия, дружба, удовольствие, развлечения. Образ «*italianità*», согласно представленному исследованию, сочетает одновременно образ продукта и культурологические, природные или антропологические единицы, например: Феррари, Венеция, Версаче, Сикстинская капелла.

Интересно само по себе явление «*italianità*». Толковый словарь даёт следующее определение: комплекс исторических и культурных характеристик, которые определяют обычаи и психологию итальянцев; чувство принадлежности к Италии. Понятие широко используется при описании итальянского характера (как собирательное), а также в аутентичных учебниках итальянского языка для того, чтобы сформировать представления о самой стране. В любом случае использование концепта «*italianità*» предполагает некую целостность образа, суммарность черт характера, один язык, один набор атрибутов, присущих итальянцам.

¹²¹ Che cosa si intende nel mondo per italianità // URL: <http://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2012-03-10/cosa-intende-mondo-italianita-131435.shtml>.

янской культуре. Однако, как показывает практика, сами итальянцы не «рекламируют» нам всю Италию, а, наоборот, каждый регион предлагает свои продукты, культуру, обычаи в противовес итальянскому государству и остальным регионам. Так, например, на туристических выставках, в отличие от стендов Франции и Германии, нет единого стенда, несущего концепцию «*bell'Italia*», а в разных уголках экспоцентра представлены различные регионы Италии, предлагающие, скажем так, своё видение национальной итальянской идеи. Такое предположение подтверждают различные рассуждения итальянских блогеров об этом термине¹²²: общим является непонимание самого концепта и его необходимости, поскольку Италия – «молодое» государство, и в нём ещё не сформировалось объединяющее национальное самосознание. Так, для иностранцев Италия – это пицца, спагетти, мороженое, кофе, но это всё заимствованные вещи¹²³.

В данном случае мы опять встречаемся с понятием «симпатия», т.е., анализируя механизмы реализации культурной дипломатии и учитывая специфику её элементов, можно сделать вывод, что развитие итало-российских отношений строится осознанно или подсознательно на акцентировании внимания и формировании понятия «симпатия, дружба». Усиление этой тенденции ярко прослеживается на развитии отношений между Италией и Свердловской областью. Не вдаваясь в детали, можно отметить следующую «дорожную карту» сотрудничества: первыми «пришли» представители индустрии моды и красоты – это очевидно, т.к. Италия – эталон стиля, затем появилась энергетика, производство в целом (итальянские технологии и оборудование); и на данном этапе можно выделить набирающую мощь новую ветку развития – туризм, культура (возрастающее сотрудничество с театрами, музеями) и образование.

Ещё более тесные отношения выстраиваются благодаря механизму городов-побратимов. У Екатеринбурга среди побратимов есть два итальянских города¹²⁴, аналогичные отношения

¹²² URL: <http://www.riflessioni.it/forum/cultura-e-societa/11345-litalianita.html>.

¹²³ Ontologia dell'italianità. URL: <http://incomameglio.blogspot.com/2010/06/ontologia-dellitalianita.html>.

¹²⁴ Генуя и Ферентино – *Прим. ред.*

есть у десятков российских городов, что позволяет развивать российско-итальянские отношения не «вообще», а целенаправленно. Именно такие «братские» отношения способствуют сотрудничеству в муниципальной сфере и партнёрству не на уровне рядовых граждан, а на уровне муниципальных и региональных властей, т.е., отчасти, даже на политическом уровне. Неизбежно крепнут экономические связи, что ещё теснее «привязывает» итальянцев и россиян друг к другу, делает их более «симпатичными» друг другу.

В целом, говоря о культурной дипломатии в отношениях между Россией и Италией, стоит признать этот механизм весьма успешным. Даже если обратиться к актуальной ситуации, можно легко заметить, что при политическом «похолодании» после отставки Берлускони, имевшего дружеские отношения с Владимиром Путиным, на уровне культурных отношений и личностном восприятии смена премьер-министра не отразилась – россияне продолжают относиться к Италии как к позитивному бренду.

*В.Е. Язькова**

КАТОЛИЧЕСКИЙ ФАКТОР В СОВРЕМЕННОЙ ИТАЛИИ: В ПОИСКАХ ХАРИЗМЫ

Принято считать, что в качестве фактора мировой политики религия выступает преимущественно в двух ипостасях: как совокупность институтов и как система убеждений, включающая мировоззрение, культ, личный опыт переживания сверхъестественного и т.д.¹²⁵. Это побуждает исследователей проводить грань между «фактором католической церкви» (т.е. фактором взаимодействия институциональных структур) и «католическим фактором», который часто реализуется вне церкви и имеет глобальный характер, т.к. как проявляется в виде надцерковных

* Язькова Вероника Евгеньевна, к.и.н., старший научный сотрудник Центра по изучению проблем религии и общества ИЕ РАН.

¹²⁵ Подробнее см.: Митрофанова А.В. Религиозный фактор в мировой политике и проблема «цивилизаций». URL: www.socionauki.ru/journal/articles/129831.