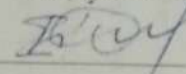


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА  
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

 Ніна РЖЕВСЬКА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

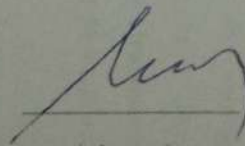
**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ,  
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ»

**Тема: «КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОГО  
ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 2 курсу, 208М групи, Рудніченко Андрій  
Владиславович

Керівник: д.і.н., проф., професор кафедри міжнародних відносин, інформації та  
регіональних студій Троян Сергій Станіславович

Нормоконтролер

  
(підпис)

Олексій МЕНДРІН

КИЇВ 2022

## ЗМІСТ

|  |    |
|--|----|
| ВСТУП.....   | 3  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ<br>ДИПЛОМАТІЇ.....                                      | 6  |
| 1.1. Історичні етапи становлення та розвитку дипломатії. Дипломатія як принцип<br>реалізації міжнародних відносин..... | 6  |
| 1.2 Різновиди дипломатії: причини появи та особливості прояву.....   | 16 |
| 1.3 Огляд джерел з вивчення питання публічної<br>дипломатії.....   | 25 |
| РОЗДІЛ 2. КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК РІЗНОВИД ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ:<br>НОВІ ПІДХОДИ ТА<br>КОНЦЕПЦІЇ.....                  | 32 |
| 2.1 Їжа як засіб спілкування та побудови<br>стосунків.....   | 32 |
| 2.2. Гастрономічна дипломатія та дипломатична гурманістика: їжа у політико-<br>дипломатичному діалозі культур.....     | 42 |
| РОЗДІЛ 3. КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ НА ПРИКЛАДІ ЯПОНІЇ.....   | 49 |
| 3.1 Гастродипломатія Японії як м’яка сила: глобальне васоку та національна<br>продовольча<br>безпека.....              | 49 |
| 3.2. Вплив кулінарної дипломатії на економіку<br>Японії.....   | 54 |
| ВИСНОВКИ.....  | 58 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....  | 61 |

## ВСТУП

**Актуальність цієї теми** обґрунтовується новими викликами та загрозами глобального поліцентричного світу XXI століття. У цих умовах дипломатичні служби держав світу повинні адаптуватися до нових умов та посилити свій дипломатичний потенціал, удосконалити відповідний дипломатичний інструментарій, досягти його високої ефективності та прагматизму, зокрема розвивати нові специфічні форми, галузі та галузі дипломатії.

Оскільки світ зазнає постійної глобалізації, уряди, корпорації та окремі люди намагаються знайти найкращий спосіб спілкування з людьми, які належать до чужих культур. За допомогою дипломатії уряди спілкуються один з одним, часто використовуючи традиційні засоби міжнародної влади, такі як економічна та військова могутність. Традиційні засоби влади дедалі більше стають недоступними для малих національних держав, що розвиваються. У результаті м'яка сила розвинулася як альтернативний метод нарощування міжнародного впливу. Голан і Янг стверджують, що сучасна публічна дипломатія перейшла до двосторонньої комунікації, орієнтованої на відносини, яка сприяє взаєморозумінню на основі м'якої сили держав. Вони стверджують, що хоча ці дві сфери розходяться з точки зору кінцевих цілей, вивчення публічної дипломатії з міжнародними зв'язками з громадськістю є корисним.

Використання стратегій і тактик зв'язків з громадськістю через єдине універсальне середовище є одним із багатьох можливих способів стратегічного спілкування між країнами в міру того, як наш світ рухається вперед. Що це за універсальне середовище харчування.

Фразу «їжа – найдавніша форма дипломатії» приписують Гіллари Клінтон. Кожен повинен їсти, щоб вижити, і те, як їжу розглядають, їдять, обробляють і культурно створюють як дії, так і слова, які ми використовуємо для її опису, є основою продовольчої дипломатії. Є багато історичних прикладів їжі, яка використовується в

міжкультурних взаємодіях, наприклад, для позначення миру між ворогуючими групами, об'єднання сім'ї через шлюб і навіть 2 досягнення згоди між королями.

Існує деформація сполучної тканини, яка з'єднує людей, які обідають разом; незалежно від того, чи годуєте ви когось, чи хтось годує вас, ви маєте нематеріальний зв'язок. Грін і Крамер відзначили збільшення за останні кілька десятиліть «споживання, орієнтованого на їжу, ЗМІ та культуру» [24]. Популярність і зростаючий інтерес до їжі проявляється в існуванні цілих телевізійних каналів, присвячених кулінарії реаліті-шоу, присвячених кулінарним викликам, гастрономічного туризму і жанру кулінарних книг, що постійно розширюється. Це також глобальне явище, яке виявляється в подібних телевізійних каналах і шоу в багатьох країнах світу. У сфері науки останні томи, такі як Їжа як комунікація «Комунікація як їжа» і «Їжа, національна ідентичність і націоналізм: від повсякденності до глобальної політики» демонструють, що зростаюча популярність їжі має не лише розважальне чи життєве значення. Хоча всі повинні їсти, їжа відіграє набагато більшу роль у культурі та міжкультурній комунікації.

Думка в Європі пізнього середньовіччя про те, що перші дипломати були ангелами або посланцями з небес на землю, можливо, є химерною, але деякі елементи дипломатії виникли ще до записів історії. Ранні суспільства мали деякі атрибути держав, а перше міжнародне право виникло на основі міжплемінних відносин. Племена домовилися про шлюби та правила торгівлі та полювання. Посланці та посланці були акредитованими, священними та недоторканими; зазвичай вони носили якусь емблему, наприклад листок із посланнями, і їх приймали з ретельно розробленими церемоніями. Жінок часто використовували як посланників через їх сприйняття таємничої святості та використання ними «сексуальних хитрощів»; Вважається, що в примітивних культурах жінкам завжди довіряли життєво важливе завдання досягти миру.

**Об'єкт дослідження:** публічна дипломатія.

**Предметом дослідження** є кулінарна дипломатія як інструмент міжкультурного взаєморозуміння.

**Мета дослідження:** аналіз становлення кулінарної дипломатії

Досягнення визначеної мети можливе завдяки реалізації наступних дослідницьких завдань:

- встановити та охарактеризувати історичні етапи становлення та розвитку дипломатії;
- охарактеризувати основні різновиди дипломатії та розкрити особливості публічної дипломатії;
- визначити особливості кулінарної дипломатії;
- розкрити суть поняття «кулінарна дипломатія»;
- проаналізувати на прикладі однієї із країн використання кулінарної дипломатії.

**Методи дослідження:** для вирішення окреслених завдань та досягнення мети в роботі були використані історико-генетичний метод для розкриття причинно-наслідкових зав'язків розвитку публічної дипломатії, порівняльний та метод періодизації стали інструментом для виявлення особливостей етапів розвитку публічної дипломатії.

**Практичні результати дослідження.** Результати дипломної роботи було апробовано під час виступів на наукових та науково-практичних конференціях, в двох осібних статтях і двох тезах міжнародних конференцій.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

## **1.1. Історичні етапи становлення та розвитку дипломатії. Дипломатія як принцип реалізації міжнародних відносин**

*Si vis pacem, para bellum*, сказав Публій Флавій Веґецій Ренат, письменник, який жив у Пізній Римській імперії (період з 4 століття нашої ери). Ці п'ять латинських слів означають просто «Якщо хочеш миру, готуйся до війни». Хоча цитата, здається, натякає на парадокс, це було доведено знову і знову. Війни часто велися, щоб зменшити напругу між державами. Але водночас стало зрозуміло, що війна не є життєздатним варіантом домовитися з іншою силою. Це пов'язано з надто великими втратами, щоб їх можна було переносити знову і знову. Тому багато хто вважав, що справді існують більш мирні способи вирішення питань із ворогуючими фракціями. Здавалося доречним провести дискусії з представником іншої сторони, який обговорював би умови від імені свого короля. Так виникла практика дипломатії, але з плином часу вона набула іншого значення. Найбільш поширеною дипломатичною практикою була переважно політична. Причину такого упередження легко зрозуміти, оскільки практика дипломатії виникла з потреби уникати ворожих ситуацій або воєн.

Дипломатія на початку свого існування не передбачала концепцій колективної безпеки чи колективної оборони. На додаток до цього, із включенням нових проблемних сфер, таких як технології, навколишнє середовище та кіберпростір, дипломатія була змушена виходити за межі політичних рамок. Таким чином, двостороння чи багатостороння дипломатія в нинішньому сценарії не обмежується політичними атрибутами, а поширюється на економічні та культурні партнери.

Національні держави об'єдналися, щоб сформувати інститути, які б служили їхнім економічним і регіональним інтересам. Таким чином, дипломатія більше не є інструментом лише для вирішення політичних чи територіальних суперечок, а й для

прискорення темпів розвитку. Громадська дипломатія безперечно й непомітно зайняла собі нішу серед гонки за визнання. У «Юлії Цезарі» Шекспіра, коли Брут виступає за кафедру, щоб пояснити обґрунтування своїх дій, це є майстерним проявом публічної дипломатії. Однак було б легше пояснити, як виникла нинішня форма дипломатії, простеживши коріння дипломатії з античності, особливо грецької.

Дипломатію можна простежити до грецьких міст-держав, які постійно ворогували через свої географічні бар'єри. Географія Греції має гірський характер і, отже, має розривний характер, що проклало шлях для невеликих міст-держав, а Греція – конгломерату малих міст-держав. Практика дипломатії справді була необхідною, але дуже відрізнялася від того, як ми її знаємо сьогодні. Були певні особи, які обіймали посаду емісара, але функція емісара має дуже обмежений характер. Під час війни зв'язок між двома королями відбувався переважно через емісарів. Функція емісарів включала повідомлення іншому правителю, що їм дозволено зібрати тіла солдатів, які загинули в битві, або також, що його король дотримуватиметься традиційних похоронних обрядів, щоб віддати шану за втрату важливого фігура в битві. Емісар був лише посланцем.

Функцію сучасного дипломата можна порівняти з грецьким проксеносом. Проксенос мав бути впливовою особою, яка мала теплі стосунки з обома сторонами, які ворогували. На відміну від дипломатів нинішнього світового порядку, проксенос не був навчений отримати дипломатичний досвід. Зазвичай вони були привілейованими членами суспільства, які певним чином були знайомі з обома сторонами. Як свідчить практика, проксенос проводив зібрання за свій рахунок. Мета цієї зустрічі полягала б у тому, щоб заохотити обидві сторони спілкуватися одна з одною та щиро спробувати вирішити свої розбіжності. Проксенос діяв би як посередник між двома сторонами. Однак, якщо йому не вдалося забезпечити мирні відносини між ними, він не звільнявся від участі у війні. Його лояльність, яка досі вважалася безсумнівною, буде під пильною увагою. Оскільки це було дуже індивідуально орієнтоване завдання, воно було спадковою справою. За дипломатичні заслуги перед державою проксенос був

удостоєний почесних титулів. Отже, бути нагородженим таким титулом було честю і переносилося поколіннями [1].

Візантіїці мали кілька способів досягти успіху у встановленні дипломатичних відносин. Першим засобом був страх і піднесеність [8]. Мета полягала в тому, щоб справити враження на прибулого посланника, який представляв сусідню державу, демонстрацією «абсолютної переваги, розкоші та багатства» [9]. Візантійська імперія покінчила з римською релігією та проголосила християнство бути державною релігією. Це саме по собі було дуже потужним проявом, оскільки воно протиставляло релігійні справи політичним. Вони видавали себе за представників Бога на землі. У такому випадку, якби якесь царство напало на Візантію, воно вело б війну проти самого Бога. Це можна розглядати як одну з найперших форм стримування. Візантія була оточена могутніми утвореннями, такими як османи, сельджуки, перси та араби, які в основному стали послідовниками ісламської релігії, а також існувала постійна загроза підйому західної держави, яка загрожувала б замінити порожнеча, утворена занепадом Західної Римської імперії. Тому вони шукали інших засобів заспокоєння. Практика хабарництва була максимально використана візантіїцями. Його також можна назвати мистецтвом, тому що він мав бути дуже ретельно виготовлений. Вони не могли дозволити собі, щоб це виглядало як хабар, що призвело б до втрати довіри до них. Отже, ці хабарі завжди надавалися у формі данини або значної частини торгових запасів [10].

Позиція королівства також відіграла важливу роль у забезпеченні Візантії достатніми багатствами для здійснення таких дорогих практик. Візантія була розташована в центрі фінансового центру, що створювало надзвичайно стратегічне розташування. Крім того, імператор не вважав це підкупом, оскільки ця інвестиція лише забезпечувала б безпеку імперії та її громадян.

Якщо перші два методи не досягли поставлених цілей, то тепер це шукали за допомогою шлюбних союзів. Ця практика застосовувалася дуже обмежено, але вона зростає, коли скарбниця зменшувалася. Ця домовленість була ще більше зміцнена засобами приданого та подарунків, які були невід'ємною частиною весільних церемоній.



Остаточним методом дипломатії була політика роз'єднання сусідів і протиставлення їх один проти одного. Щоб ефективно служити цій меті, практика збору інформації була важливою частиною візантійської адміністрації. Отже, існує очевидна важливість розвідки на дипломатичній арені. Сановники Візантії мали не лише представляти свою імперію, а й збирати достатньо інформації, щоб її імператор міг використати її, коли будь-який інший спосіб не вдасться. У них було окреме крило під назвою Скриніон Барбарон, яке служило бюро зовнішніх зв'язків, яке відповідало за збір розвідданих [11]. Його можна вважати однією з перших розвідувальних служб у світі. Розпалювання ворожих відносин між іноземними державами було засобом гальмування, який мав би отримати у Візантії більше часу для стримування війни, якщо не повністю зняти її зі столу [3].

Таким чином, вищезазначені методи дипломатії сприяли довгому існуванню Візантійської імперії до падіння Константинополя в 1453 році під турками-османами. Отже, дипломатичні зусилля візантійців були домінуючою практикою. Він отримав подальший розвиток італійськими містами-державами в період Відродження в наступному столітті. Італійці зробили деякі помітні покращення у здійсненні державної дипломатії, що мало тривалий ефект.

Проте грецька дипломатія мала низку аномалій, що відрізняє її від сучасної дипломатичної практики. По-перше, довіра до дипломата значною мірою залежала від його ораторських здібностей, якими він мав виступати публічно. Отже, приватна дипломатія не була поширеною формою дипломатії. Оскільки дипломати не пройшли формальної підготовки, йому довелося покладатися на власні ораторські здібності, які включали мову й такт, щоб передати послання від свого короля. По-друге, обмін подарунками не був прийнятною практикою. Це було сприйнято як форма хабарництва. Нарешті, дипломати не користувалися недоторканністю. Тому вони часто піддавалися свавільному поводженню з боку правителя-одержувача, особливо під час війни. І Афіни, і Спарта втратили посланців, надісланих Дарієм I з Персії [29].

Сучасницею грецької цивілізації була Римська республіка, а пізніше імперія, яка зуміла пережити греків. Він мав статус гегемона протягом одного з найдовших відрізків історії. Однак римляни значною мірою поклалися на свою військову силу, а не на дипломатичний досвід. Пізніша Римська імперія або Візантійська імперія, з іншого боку, не мали такої схожості. Навпаки, вони зробили значний внесок у дипломатію.

Римська республіка була сучасницею грецької цивілізації. Однак їхня система не була схожа на грецьку. Вони не дотримувалися грецької системи демократії. Вони були радше республікою чи *res publica*. Спочатку Рим був республікою до призначення Юлія Цезаря, коли його почали називати імперією. Тому кожного монарха називали Цезарем, посилаючись на першого монарха Юлія Цезаря, який перетворив Рим із республіки на імперію. Дипломатія використовувалася переважно в юридичних і комерційних цілях. Торгові відносини в провінціях підтримувалися дипломатичними засобами. Римляни не дуже цінували практику дипломатії в адміністративних цілях. Натомість вони інвестували значні кошти у свій військовий потенціал і були відомі своїм військовим досвідом. Однак це не означає, що римляни взагалі не використовували дипломатію в управлінні. Роль сенату трансформувалася разом із природою Римської держави. Коли Рим був республікою, Сенат був органом прийняття рішень, але коли він став імперією, Сенат був зменшений до дорадчого органу. Легати, які були в основному дипломатичними представниками, призначалися сенатом з їх числа. Легат мав певні дискреційні повноваження, тому після повернення повинен був звітувати перед Сенатом про хід розгляду [26]. Також дивно, що, незважаючи на дипломатичні здібності, сенатори часто не розглядалися як дипломатичні представники. Спонтанну потребу в посланнику задовольняли здебільшого воєначальники та губернатори, які були присутні на місці. Але це зниження ролі сенату стало більш очевидним із заснуванням Римської імперії. Вона втратила свої колишні диктаторські повноваження і була зведена до символічного крила адміністрації. Тепер монарх отримав диктаторські повноваження та керував адміністрацією.

Вважається, що падіння Римської імперії відбулося в 476 р. н. е. Вчені припускають, що для цього падіння є багато причин. По-перше, переважна залежність римлян від своєї військової сили призвела до «колоніального» підходу до управління своїми провінціями. По-друге, зниження повноважень Сенату також централізувало владу в руках монарха. Таким чином, цей занепад військового потенціалу успадкував Східна Римська імперія, більш відома як Візантійська імперія після падіння Західної Римської імперії [5].

Стало очевидним, що римляни були відомі в регіоні своїми бойовими навичками та військовою силою. Вони брали участь у багатьох війнах і за допомогою них підтримували свою гегемонію. Це також відображено в словах грецького історика Полібія, який сказав, що «римляни покладаються на силу в усіх своїх починаннях і вважають, що, поставивши перед собою завдання, вони зобов'язані його виконати» [7]. Через свою сильну залежність щодо військової сили, дипломатія не вважалася римлянами сильним інструментом державного управління. Однак це не свідчить про абсолютну відсутність дипломатії. Але, як і грекам, римлянам також не вистачало інституційної структури дипломатичної практики. Зі становленням Візантійської імперії відбулася зміна цього спеціального характеру дипломатичної практики. Ця зміна є дуже помітною, оскільки довголіття Візантійської імперії не можна пояснити її військовою силою, на відміну від Західної Римської імперії. Це було щось набагато витонченіше, як нестримна практика дипломатичних зусиль. Східна Римська імперія або Візантійська імперія успадкувала слабкий військовий потенціал після занепаду Західної Римської імперії та була одночасно оточена кількома сусідами. Візантія не користувалася гегемоністським впливом у регіоні і, отже, була змушена підтримувати відносини зі своїми сусідами іншими засобами, окрім примусу. Отже, дипломатія була інституціоналізована Візантією [4].

Із занепадом Візантійської імперії зростала загроза з боку османських турків на заході. Італійські міста-держави, які досі воювали між собою, тепер шукали колективної безпеки в союзі одна з одною через зовнішню загрозу, з якою вони зазвичай стикалися.

З іншого боку була династія Валуа, яка зуміла об'єднати Францію і прагнула розширити свою територію, атакуючи Італію. Італійські міста-держави не були дуже обдарованими, коли справа доходила до військового потенціалу. Воно було набагато слабшим за свого османського колегу, який мав у своєму розпорядженні постійну армію. Отже, ці загрози змусили італійські міста-держави зміцнити зв'язки дипломатичними засобами.

Договір у Лоді був підписаний щодо цієї концепції ненападу один проти одного, і він виконав свою мету. У цей період Відродження майже стало рухом, який процвітав по всій Італії. Було запроваджено практику дипломатів-резидентів. Представники з різних міст-держав були розміщені в монаршому дворі в столиці.

Така практика виникла з двох основних причин. По-перше, італійським містам-державам не вистачало довіри, оскільки до укладення Лодійського договору між ними процвітала ворожнеча. Отже, спочатку виникла потреба встановити довіру для подальшої співпраці та координації [12]. По-друге, цей баланс сил був дуже крихким і значною мірою залежав від зібраних розвідувальних даних, щоб підготуватися до ризиків, пов'язаних у випадку, якщо будь-яке місто-держава відступить від договору [13].

Через це Шухей Курізаки в розділі «Природна історія дипломатії» своєї книги «Коли дипломатія працює» називає послів-резидентів «пожежними тривогами». Необхідність постійного посла полягала в тому, щоб стривожити монарха в його місті-державі, що монарх, у столиці якого він розміщений, відмовився від договору. Тож тепер існували постійні посольства та послы-резиденти, які інституціоналізували дипломатичну практику в північних частинах Італії [14].

До того моменту, як вибухнула Тридцятилітня війна, вся Європа прийняла систему постійних посольств і постійних послів. Але мир не був безперервним протягом цього періоду; відбулося порушення балансу сил із вторгненням Карла VIII у Францію в 1494 році [15]. Він належав до французької династії Валуа. Як і передбачали італійські міста-держави, Франція таки вторглася в Італію. Радше саме цей напад спонукав інші європейські держави прийняти шляхи італійської дипломатії. Навіть папи, які до цього

вторгнення лише приймали послів і жодного разу не посилали, позбулися свого консерватизму [16].

Відсутність мирних умов у західній частині Європи в XVI столітті в основному можна пояснити поділом цієї півкулі континенту на невеликі королівства. Ці королівства постійно шукали влади, щоб забезпечити збереження своїх позицій у регіональній політиці. Держава була значною мірою переплетена з релігією. З епохою Відродження та Реформації, що проклали шлях розуму над вірою, норми та звичаї, які до цього часу дотримувалися, тепер були піддані виклику. Протестантизм виник під опікою Мартіна Лютера як лютеранство. Лютер підняв свій голос проти продажу індульгенцій і звинуватив церкву у відвертій корупції. Це був драматичний поворот подій, оскільки Церква мала беззаперечний авторитет у юрисдикції кожної держави. У той час як у християнства тепер було кілька «брендів», які рекламували себе, ця напруга тепер проявлялася у формі війн. Однією з великих війн цього періоду був початок Тридцятилітньої війни, яка почалася в 1618 році і закінчилася в 1648 році. Ці постійні спалахи війни вимагали інтенсифікації дипломатичної практики. Таким чином, протягом 16-го і 17-го століть відбулося подальше вдосконалення в галузі дипломатії. Дедалі більше і більше держав ставали незалежними та суверенними і, слідуючи європейській системі, заснували постійні посольства та послів-резидентів. Тому виникла потреба встановити певний дипломатичний імунітет, щоб позбавити послів від свавільного поведіння з боку монархів-реципієнтів [17]. Також було твердо встановлено, що оскільки послы представляють самого монарха, до них слід ставитися рівноцінно [18].

Кардинал Рішельє, який був призначений державним секретарем у закордонних справах у 1616 році, пізніше обійняв посаду прем'єр-міністра Франції у 1624 році короля Людовика XIII. У 1626 році він заснував перше в історії Міністерство закордонних справ, яке централізувало всі закордонні справи під одним окремим департаментом [19]. Йому також приписують два головних нововведення в практиці дипломатії. Кіссінджер називає переговори практикою, яка передбачає «торговельні поступки» [20]. Цю

практику спочатку запровадив Рішельє, який вважав поступки та зустрічні поступки дуже важливою частиною переговорів.

Він також підкреслив, що цю торгівлю концесіями потрібно практикувати приватно, оскільки це стає громіздким, коли вони оприлюднюються. Отже, деталі щодо переговорів мають бути конфіденційними [21]. Інше нововведення є більш важливим і справді витримало перевірку часом. Рішельє наголошував на аспекті безперервності дипломатії, який призвів до появи дипломатії мирного часу. Він заявив, що дипломатичні зусилля були б більш плідними, якби вони не відбувалися уривчасто, а тривали безперервно, незалежно від воєнного чи мирного часу [22]. Тридцятилітня війна завершилася підписанням Вестфальського договору в 1648 році.

Вестфальський договір був підписаний у Мюнстері та Оснабрюку 24 жовтня 1648 року. Договір визнав протестантизм як законну форму християнства, і тепер він мав існувати поряд з католицизмом. Були також значні територіальні розподіли. Договір надавав Швейцарії незалежність від австрійських Габсбургів. В результаті Вісімдесятирічної війни Голландська Республіка здобула незалежність від Іспанії. Угода також надала Швеції, Бранденбургу та Баварії додаткові території. Крім того, Франція значною мірою придбала регіон Ельзас-Лотарингія [23].

Дипломатія спрямована на започаткування співпраці в мирний і воєнний час. Ідея співпраці сама по собі є дуже ліберальною та неоліберальною за своєю природою. Однак це також можна побачити через неореалістичну призму максимізації влади. Неоліберали вважають, що через відсутність централізованого глобального уряду світ перебуває у стані вічної анархії. Однак жодній державі небажано залишатися в цьому стані, і, отже, для деескалації напруги, спричиненої гонкою озброєнь і дилемою безпеки, держави об'єднуються. Вони збираються разом, щоб удавати, що співпрацюють і досягти порозуміння, яке було б вигідно обом до певного рівня. Але цей певний рівень вирішують усі зацікавлені сторони в дипломатії. Переговори повинні дійти до точки, коли буде достатньо для завершення всіма сторонами. У цьому неореалісти відрізняються від неолібералів. Неореалісти спочатку погоджуються, що глобальний

порядок перебуває в стані анархії. Гонка озброєнь між державами призводить до дилеми безпеки, яка, у свою чергу, посилює напруженість. Однак вони вважають, що, незважаючи на те, що для націй є природним заклик до глобальної співпраці, навіть ця співпраця базується на концепції Вальца про максимізацію влади. Переговори, які проводяться могутніми державами, такими як Сполучені Штати Америки, матимуть більшу вагу, ніж така держава, як Індія. Незважаючи на те, що встановлено, що всі національні держави рівні між собою, очевидно, що оруеллівська концепція деяких держав є більш рівними, ніж інші, вірна.

Рада Безпеки ООН – найкращий приклад. Право вето надається лише певним привілейованим країнам. Отже, це створює розкол у міжнародній системі. Позиція національної держави на шкалі влади завжди визначатиме її здатність до переговорів. Чим могутніша держава, тим менша ймовірність, що вона піде на компроміс із власними інтересами. Цікаво також відзначити, що це також не нова практика. У «Меліанському діалозі» Фукідіда наголошується на тому ж ключі, де Афіни заявляють Мелосу, що під час переговорів могутніша держава диктує умови, а менш могутня їх дотримується. Неоліберали та неореалісти розглядають два різні аспекти дипломатії. Тоді як неоліберали наголошують на закликах до співпраці, неореалісти дивляться на русійний фактор цих переговорів. Отже, згідно з неоліберальною школою, дипломатія – це співпраця та координація, які національні держави розпочинають для деескалації напруженості. Але згідно з неореалістичною школою, дипломатія є проекцією зовнішньої політики нації, і інтенсивність цієї проекції визначається владою, яку вона має в міжнародному співтоваристві.

З роками відбулася значна трансформація у значенні терміна «дипломатія», хоча одним з аспектів дипломатії, який витримав випробування часом, є концепція переговорів, яку Рішельє описує як торгівлю поступками. Основна ідея дипломатії полягає в тому, що всі зацікавлені сторони отримують щось від укладеної угоди, кажучи простою мовою, але ця угода може бути укладена на різних фронтах, будь то економічна, політична чи навіть культурна. Однак, цікаво відзначити, що ця практика не припинила

існування. Отже, можна з упевненістю припустити, що він може змінювати форми через появу нових елементів у міжнародних справах, але від цього не можна позбутися. Наприклад, з появою ядерних боєголовок дипломатія стримування почала здійснюватися у великих масштабах [31].

## **1.2. Різновиди дипломатії: причини появи та особливості прояву**

Світ, де кристалізується система міжнародних відносин, що кардинально пориває з раніше, що існувала, відкриває додаткові можливості для дипломатії, водночас пред'являючи в ній якісно нові вимоги. Необхідність процедурно-комунікаційного забезпечення нової моделі міжнародної взаємодії, темпи та інтенсивність процесів, що протікають на глобальному та регіональному рівнях, є такими стимулами, які спонукають сучасну дипломатію до максимального розкриття свого потенціалу. Чи не головною відповіддю на перелічені імперативи став бурхливий розвиток громадської дипломатії. Згідно з одним із визначень, публічна дипломатія – це «... комплекс заходів, які використовуються офіційною дипломатією, спрямованих на вивчення та інформування зарубіжної масової аудиторії, а також вплив на громадську думку за кордоном з урахуванням власних державних інтересів» [1].

Феномен публічної дипломатії виник порівняно недавно [2]. Проте темпи її інституційного становлення були такі, що на сьогодні вона є однією з домінуючих дипломатичних практик. Активний розвиток форм і методів публічної дипломатії, залучення до досягнення нею своїх цілей широкого спектра інститутів влади та громадянського суспільства дозволило ряду вчених говорити про виникнення поряд із традиційною дипломатією також «нову публічну дипломатію», що враховує особливості інформаційної революції та ери інтернету. Сьогодні майстерне здійснення публічної дипломатії, грамотне використання так званого гуманітарного ресурсу в усіх його проявах здатні дати державі набагато більше, на що вона, здавалося б, могла розраховувати за об'єктивними показниками своєї могутності. Це становище застосовується у тому числі і забезпечення військово-політичної безпеки, і підтримки



клімату, сприятливого для економічного співробітництва. Кваліфіковане звернення до засобів публічної дипломатії або, навпаки, нехтування ними в змозі відповідно підкріпити або послабити наявні тенденції до інтеграційного зближення; згладити або загострити конфронтацію, що намічається; допомогти вийти з міжнародної ізоляції чи закріпити маргіналізацію; покращити або погіршити результат переговорів; пом'якшити витрати фінансової та економічної залежності або зробити їх тягар ще важчим [3].

Від продуманості публічно-дипломатичного супроводу, від професіоналізму розробників та виконавців публічно-дипломатичних акцій багато в чому залежить перетворення військової сили, економічної могутності, вигідного геополітичного становища в фактори зовнішньополітичного впливу або, навпаки, їхнє «мікшування»

Однією з незаперечних переваг публічної дипломатії є надана їй набагато більша свобода маневру проти простором класичної дипломатії. У рамках публічної дипломатії можна не лише продовжувати обмін думками з тих чи інших злободенних питань, розпочатий у форматі класичної дипломатії – з виведенням обговорення (з урахуванням кількісного розширення та якісної зміни аудиторії) на принципово новий евристичний та аргументаційний рівень, – а й ініціювати дискусії, розгортання яких з тих чи інших причин у класичному форматі є непродуктивним. Ця властивість публічної дипломатії наділяє її якістю превентивної дипломатії. Маючи можливість випереджаючого формування порядку денного, публічна дипломатія, окрім виграшу ініціативи, полегшує подальше освоєння висунутих питань у рамках «класичної» дипломатії. Звичайно, існує коло питань, до яких додаються переважно традиційні дипломатичні техніки (наприклад, проблеми роззброєння чи кризового реагування), проте сьогодні переважає тенденція поступального просування публічно-дипломатичних технологій у всіх напрямках дипломатії. Так, вже сьогодні стає очевидною можливість впливати заходами громадської дипломатії на попередження та розблокування криз, на конструктивне вирішення питань нерозповсюдження зброї тощо [32].

Оскільки провідним інструментом дипломатії були, є і в найближчому майбутньому залишаться переговори, остільки в місію публічної дипломатії входить оптимізація позицій, які займає ця сторона переговорного процесу.

Звичайно, спираючись на кошти однієї лише публічної дипломатії, важко підготувати ґрунт для міцної та довготривалої міжнародної співпраці в окремій галузі, але запобігти або відстрочити формування недружніх альянсів, пом'якшити негативне сприйняття тієї чи іншої зовнішньополітичної акції цілком реально.

Крім того, наголосимо, кошти публічної дипломатії часто дозволяють якщо не повністю оминати, то тим чи іншим чином пом'якшувати обмеження, що накладаються на зовнішньополітичний курс членством у блоках чи інших міждержавних об'єднаннях. Водночас проведення тих чи інших зовнішньополітичних акцій у формах класичної дипломатії може бути здійснено лише під егідою або за умови схвалення відповідного об'єднання. Ця обставина додатково свідчить про «вікно» ексклюзивних можливостей, які надають механізми публічної дипломатії.

Діапазон ресурсів, які у рамках публічної дипломатії, досить великий. Ситуативно вони можуть поділятися на «гнучкі» та «жорсткі» (наприклад, звернення до лідерів громадської думки цієї країни, що має на меті спонукати їх протидіяти урядовому курсу). Однак за своєю природою публічна дипломатія, безумовно, належить до різновидів «м'якої сили» і в якості такої має всі її переваги [4].

Загалом держава, яка вміло спирається на ресурси публічної дипломатії, має більше шансів освоїтися в дедалі більш багатовимірному сучасному світопорядку. З появою публічної дипломатії існував раніше протиставлення «відкритої» і «закритої» дипломатії, дипломатії «народної» і дипломатії «елітної», було якщо не повністю знято те, принаймні, набуло іншого сенсу.

Місію публічної дипломатії можна інтерпретувати у канві різних парадигм, присутніх у теорії міжнародних відносин. Так, можливості, що надаються публічною дипломатією щодо відстоювання національних інтересів, її здатність покращити співвідношення сил на користь того учасника двосторонніх або багатосторонніх відносин, хто, усвідомивши

перспективність публічно-дипломатичних технологій в умовах масового суспільства та анархічного за своєю природою глобального світу, найбільшою мірою їх освоїв, дозволяє осмислити природу громадської дипломатії у категоріях теорії неореалізму. У той самий час погляд на публічну дипломатію як інваріант «м'якої сили»; апеляція, що здійснюється в її рамках, на думку не тільки владних інстанцій, а й широких верств населення; часте звернення до міжнародного права та гуманітарної (у тому числі правозахисної) тематики – все це сприяє тлумаченню публічної дипломатії в термінах теорії раціоналізму (лібералізму) [33]. Нарешті, конструювання за допомогою публічно-дипломатичних технік бажаного образу держави (або, що, втім, поки що буває набагато рідше – наднаціонального інституту), що супроводжується «винаходом» змістів, що впроваджуються потім у свідомість цільової аудиторії, робить застосовним до осмислення даної проблематики і конструктивістський (постмодерністський) підхід. Звичайно, слід зважати на ризик певної невідповідності парадигмальних рядів, однак, як нам здається, саме феномен публічної дипломатії чітко підтверджує кумулятивний ефект мультипарадигмальності у вивченні різних акторів міжнародних відносин та їх інтересів, а також нерівнозначність складових її методологічної еkleктики. Понад те, є плідним використання у створенні теорії громадської дипломатії методологічного багажу інших, неполітологічних дисциплін. Насамперед йдеться про соціальну та політичну психологію, а також маркетингологію та імажинологію.

У чому полягає специфічна сутність публічної дипломатії і що може бути покладено основою концептуалізації цього поняття? Сутнісні риси суспільної дипломатії можна поділити на родові (специфічні в цілому дипломатії) та видові (специфічні саме цьому виду дипломатичної активності).

Відповідно, методологічну базу сучасних досліджень, присвячених проблемам публічної дипломатії, утворюють праці як з теорії дипломатії загалом, і щодо безпосередньо публічної дипломатії. Втім, тут відразу слід зазначити, що дипломатія як така (на відміну зовнішньої політики чи міжнародних відносин) нечасто виявляється предметом ґрунтованого філософського і політологічного аналізу. З ще більшою

підставою це зауваження можна віднести до ступеня вивченості громадської дипломатії, її форм та методів. Те, що публічна дипломатія має родові риси, спільні для всіх напрямків дипломатії, дозволяє її охарактеризувати одночасно як технологію і мистецтво налагодження та підтримки контактів між суб'єктами міжнародних відносин. Ідеологічні інтенції, і навіть насущні політичні та економічні інтереси, як мотивують зовнішньополітичне дію, а й накладають свій відбиток на форми його здійснення, зокрема на дипломатію. Публічно-дипломатичні практики, подібно до дипломатичних практик загалом, відчувають відчутний вплив, що надається тими ідеологічними та політичними імпульсами, якими визначається поведінка даного суб'єкта міжнародних відносин. Водночас цим практикам притаманна й чимала автономність.

Міра відносної незалежності від зовнішніх політико-ідеологічних впливів обумовлюється для кожного конкретного випадку унікальною сукупністю історичних, культурних і навіть психологічних передумов. І якщо надмірна відособленість від таких впливів загрожує «рутинізацією», небезпечним відчуженням дипломатичних інститутів від первинних по відношенню до них величин – національної/наднаціональної влади, то недолік такої автономії негативно позначається на гнучкості дипломатичної тактики, збіднює арсенал використовуваних технік.

У зв'язку з чим методологічно важливо, по-перше, виявляти склад політико-ідеологічних впливів, що надаються на вироблення загальної лінії публічної дипломатії; по-друге, визначати динаміку та шляхи їх впливів; по-третє, оцінювати – крізь призму проміжних та кінцевих зовнішньополітичних цілей – результати таких впливів. Системний аналіз публічної дипломатії передбачає цілісне вивчення її функціональних (дипломатія двостороння та багатостороння) та предметних (дипломатія в галузі «жорсткої безпеки», комерційна дипломатія, енергетична дипломатія тощо) проєкцій.

З урахуванням неухильно підвищеної ролі, яку набувають у світі, що глобалізується, міжнародні урядові організації, значення публічно-дипломатичних заходів у рамках багатосторонньої дипломатії очевидно зростає. Більше того, саме в цій площині, як правило, відбувається розробка та шліфування найрезультативніших

публічно-дипломатичних технологій. Отже, компаративне дослідження публічної дипломатії передбачає з'ясування того, наскільки успішно порівнювані країни використовують публічно-дипломатичне супроводження на майданчиках субрегіональних, регіональних та світових міжнародних інститутів.

Збір та аналіз інформації і сьогодні виступає чи не головною складовою дипломатичної роботи, але покликання публічної дипломатії полягає у продукуванні та подальшому регулюванні інформаційних потоків. «Образ країни безпосередньо впливає на ступінь довіри міжнародної ділової спільноти до політики її уряду, і, отже, на її інвестиційний та кредитний рейтинг. При цьому для створення потрібного образу цілих держав та народів активно використовуються можливості сучасних інформаційних технологій» [5]. Громадська дипломатія не просто роз'яснює позиції держави, що представляється, по всьому спектру сюжетів, значущих для міжнародних відносин, а й здійснює залучення на ці позиції (або примирення з ними) впливових груп у національній та світовій спільноті. Звідси випливає потреба у ґрунтовному розгляді форм відповідної інформаційної політики та її результатів.

Успішність публічної дипломатії залежить поряд з іншими умовами від деяких організаційних обставин, зокрема від наявності профільованих підрозділів у надрах власне дипломатичної служби та їх справної роботи, а також від складного ланцюжка міжвідомчих взаємодій. До того ж, у порівнянні з іншими дипломатичними практиками, публічна дипломатія найбільше страждає від інституційної роздробленості: саме тут найбільш рельєфно і болісно проявляє себе розлагодженість і навіть конфліктність дій агентів зовнішньополітичної дії, саме тут з найбільшою очевидністю оголюється наявність політичної волі, сконцентрованої на певних результатах у міжнародній сфері. Відсутність такої волі, окрім іншого, означає відмову від конституювання суб'єктів публічної дипломатії або їх десуб'єктивацію. Тому дослідник публічної дипломатії неминуче стикається з необхідністю визначити структури, так чи інакше залучені до реалізації публічної дипломатії, та оцінити працездатність відповідного організаційного ланцюжка.

У силу самої своєї природи публічна дипломатія містить у собі аксіологічну складову. У принципі, процес публічної дипломатії протягом усіх своїх стадій може бути описаний як артикулювання/конструювання цінностей і поширення їх на об'єкт публічної дипломатії, представленій безліччю «реципієнтів». Тому аналіз публічної дипломатії окремих країн, у тому числі компаративні дослідження в цій галузі, неминуче передбачає увагу, що приділяється ціннісним характеристикам.

Крім вже названих аспектів досліджень, що висвітлюють публічно-дипломатичну проблематику, безперечною значимістю має вивчення семантичного ряду публічної дипломатії, складного взаємозв'язку лексем та ідеологем, що позначають ідеї та цілі зовнішньої політики. Особливого значення цей ракурс набуває у зв'язку з демонстрованою політичною культурою Китаю схильністю до гасла фіксації програмних і поточних, зокрема зовнішньополітичних, завдань.

На відміну від традиційної, публічна дипломатія передбачає діалог не лише з іншими державами або їх об'єднаннями, а й з недержавними утвореннями національного (громадянське суспільство загалом, окремі групи інтересів) та транснаціонального (міжнародні неурядові організації) рівнів. Разом з тим інтенсивний діалог з громадянським суспільством цієї країни іноді обертається тим, що інституції публічної дипломатії (а вірніше, особи, які їх представляють) настільки переймаються підходами «країни перебування», що починають відстоювати в пріоритетному порядку саме їх, часом у розріз з інтересами того, що представляється. держави. Дослідник публічної дипломатії не може пройти і повз питання про точність вибору «адресата», так само як і про змістовність призначених для цієї цільової аудиторії «послань» (заходи публічної дипломатії).

У різних політичних системах парламент, місцеві органи влади, підприємницькі кола і третій сектор мають неоднакові можливості впливати на вироблення та здійснення зовнішньополітичного курсу. Неувага до цих, специфічних для кожної країни сфер, виявлена на етапі планування публічно-дипломатичних заходів, може призвести до різкого зниження віддачі від них. Облік своєрідності політичних режимів і культур –

значний показник ефективності громадської дипломатії, й у ролі є предметом дослідницького аналізу.

Розмиті або не відповідні дійсності уявлення головного суб'єкта публічної дипломатії – держави/наднаціонального інституту – про свою питому вагу на світовій арені, а також про інтереси, що переслідуються, та їх ієрархії, явно знижують ефективність публічної дипломатії навіть при її широкому і різнобічному використанні. Тому дослідник публічної дипломатії відчуває потребу в оцінці адекватності цих вихідних установок, що багато в чому детермінують і наповнення зовнішньополітичної стратегії, та її успіх [34].

Активна публічна дипломатія полегшує національній дипломатії в цілому адаптацію до світових реалій, що безперервно змінюються. Справді, по суті публічна дипломатія виявляється чи не найбільш інноваційною з усіх відомих дипломатичних практик. Окрім іншого, її ефективність безпосередньо зумовлена засвоєнням та використанням новітніх соціокультурних технологій (передусім – комунікативних та інформаційних). Звідси випливає, що відповідність публічних дипломатій цих країн зазначеному вище критерію також підлягає аналізу та кінцевої оцінки.

Оскільки сучасна публічна дипломатія являє собою великий набір механізмів, що сукупно розкривають її потенціал, остільки слід з'ясувати, якою мірою в арсенал зіставних публічних дипломатій включені зазначені механізми, а також встановити причини, що перешкоджають використанню тих чи інших позитивно зарекомендували себе публічно-диплома.

До громадській дипломатії тісно примикає так звана народна дипломатія. Багато в чому мають спільні реципієнти – громадянське суспільство, бізнес і «третій сектор», засоби масової інформації. Але якщо провідниками громадської дипломатії виступають державні (чи афілійовані із нею) інститути, то провідниками народної дипломатії виступають інститути громадянського суспільства. Однак успішне вирішення завдань, що стоять перед публічною дипломатією, на тлі інтернаціоналізації, що відбувається в

наші дні, практично всіх видів людської діяльності немислимо при ігноруванні каналів дипломатії «народної».

У зв'язку з цим дослідник щодо дипломатичної практики конкретної держави має встановити, наскільки узгоджені прагнення і збалансовані зусилля громадської та народної дипломатії цієї країни. Застосування заходів публічної дипломатії – своєчасне та в належному масштабі – нерідко компенсує дисбаланс ресурсів, які мають учасники двосторонніх та багатосторонніх відносин. Тому в перелік питань, що стоять перед дослідником публічної дипломатії, входить оцінка того, наскільки повно зазначена функція, що компенсує, реалізується в зовнішньополітичних діях країн, що вивчаються. З одного боку, основне поле публічної дипломатії – регіональний/глобальний інформаційний та гуманітарний простір.

З іншого боку, слід уникати методологічного прорахунку: не можна забувати про багатозначність громадської дипломатії. В інтересах досягнення своїх цілей вона може набувати форм економічної дипломатії або так званої дипломатії розвитку (що проголошує своїм завданням сприяння вирішенню структурних політико-економічних проблем країн Півдня). Однак який би предмет потенційного міжнародного співробітництва не був формальним осередком дипломатичних зусиль – від інформатики до біоінженерії, – про присутність публічно-дипломатичного вектора в таких випадках сигналізує посилення привабливості іміджу цієї країни, що відбувається в кінцевому підсумку [35]. Сказане передбачає виявлення публічно-дипломатичного виміру і в, начебто, дуже віддалених від власне публічної дипломатії напрямів дипломатії – як у цілому, і у тих окремих заходів. Зрештою, істотним моментом, який слід враховувати як при здійсненні публічної дипломатії, так і при її вивченні, є усвідомлення її лімітів, межі можливостей.

Переоцінка публічно-дипломатичної активності, так само як і недооцінка, суттєво знижує віддачу від публічно-дипломатичних заходів, навіть бездоганно з технічної точки зору реалізованих, і, більше того, здатна завдати шкоди досягненню спільних цілей зовнішньої політики.



### 1.3. Огляд джерел з вивчення питання публічної дипломатії

Перша частина огляду літератури визначає міжнародні відносини, зв'язки з громадськістю, публічну дипломатію, а також пояснює, як вони перетинаються. У другій частині обговорюється діалогічна теорія публік релейшнз і конструктивістська теорія міжнародних відносин і те, як вони пов'язані з практикою харчової дипломатії. Третя частина присвячена поєднанню наведених вище теорій і термінів, щоб продемонструвати корисність розуміння їжі як інструменту спілкування та побудови стосунків. Четверта частина окреслює оригінальну типологію харчової дипломатії, визначаючи харчову дипломатію, кулінарну дипломатію, гастродипломатію, продовольчу безпеку та продовольчу допомогу. Нарешті, огляд літератури застосовує ці ідеї конкретно до того, як посольства США використовують їх в онлайн-контексті. Міжнародні відносини, зв'язки з громадськістю та публічна дипломатія перетинаються незалежно від того, було це навмисно чи просто випадково, міжнародні зв'язки з громадськістю та практики публічної дипломатії зростають разом подібним чином, а також відчують подібні труднощі зростання. Таким чином, має сенс вивчати їх разом і запозичувати з одного, щоб покращити інший. Це дослідження розглядає харчову дипломатію через призму теорій зв'язків з громадськістю. Однак важливо розуміти, що харчова дипломатія збігається з міжнародними відносинами та підходами публічної дипломатії. Крім збігу методів підключення та спілкування з аудиторією, сучасна зосередженість на побудові відносин і взаєморозумінні в міжнародних зв'язках з громадськістю, зв'язках з громадськістю та публічній дипломатії є місцем, де ці концепції справді перетинаються. Сучасну дипломатію часто поділяють на два типи: традиційну дипломатію та публічну дипломатію. Традиційна дипломатія зосереджена на засобах міжнародного примусу, таких як військова та економічна могутність, тоді як публічна дипломатія – це сучасна увага на ресурсах м'якої сили. Зосередження уваги на розбудові стосунків і комунікації в публічній дипломатії вимагає зміни традиційної

тактики дипломатичної влади, від «жорсткої сили» до «м'якої сили». Основною відмінністю між м'якою силою та традиційною жорсткою силою є ідея привабливості: за допомогою м'якої сили нації використовують будь-які ресурси, які їм доступні, щоб залучити підтримку іноземної громадськості. Наприклад, уряд Таїланду підвищив обізнаність про бренд через ресторани тайської кухні по всьому світу за допомогою своєї програми «Global Thai».

Зв'язки з громадськістю. За даними Товариства зі зв'язків з громадськістю Америки (PRSA), «зв'язки з громадськістю – це стратегічний процес комунікації, який будує взаємовигідні стосунки між організаціями та їх громадськістю». Цей широкий, функціональний підхід до зв'язків з громадськістю є лише одним із кількох. Відповідно до цієї тези, зв'язки з громадськістю розуміються як процес спільної творчості, у якому громадськість є «співтворцями сенсу та комунікації» [36]. Цей підхід до зв'язків з громадськістю «орієнтований на довгострокову перспективу та зосереджується на стосунках між громадськістю та організаціями». Для урядового використання тактики зв'язків з громадськістю довгостроковий підхід є найбільш прийнятним, оскільки багато цілей, які ставить перед собою нація, мають довгострокову спрямованість. Найстверджував, що цілі публічної дипломатії виходять за цілі зв'язків з громадськістю, але цей підхід і його розгляд для довгострокових цілей усуває розрив.

Паблік рилейшнз має багато спільних тактик із публічною дипломатією, насамперед через практику міжнародних відносин. Існує значне збігання аудиторій і цілей публічної дипломатії та міжнародних відносин. Хоча зв'язки з громадськістю та публічна дипломатія традиційно розглядалися як окремі дисципліни, зростаюча глобалізація зблизила їх із схожими цілями та фокусом. Громадська дипломатія. Найстверджував, що публічна дипломатія є непрямую формою дипломатії, в якій уряди «спілкуються з громадськістю інших країн, намагаючись опосередковано вплинути на інші уряди». Голан і Янг постулювали, що все ще існує деяка плутанина щодо того, що означає публічна дипломатія, незважаючи на значну науку в цій галузі з часу, коли Едмунд Галліон ввів цей термін у 1965 році. У цій дисертації публічна дипломатія

розглядається як «процес спілкування уряду з іноземною громадськістю з метою досягнення розуміння ідей та ідеалів своєї нації, її інституцій і культури, а також її національних цілей і поточної політики». Основною метою є «вплинути на поведінку іноземного уряду шляхом впливу на ставлення його громадян». Це визначення з двох частин є важливим, оскільки воно висвітлює три сфери комунікації в публічній дипломатії (культура, політичні цінності та зовнішня політика), а також кінцеву мету цієї комунікації, яка впливає на поведінку через зміну ставлення. Однією з концепцій, яка пов'язує публічну дипломатію та міжнародні відносини, є «м'яка сила». Спочатку введений Най у 1990 році, «м'яка сила» означає використання нетрадиційних засобів отримання влади в міжнародних взаємодіях.

Зокрема, «м'яка сила» використовує підхід залучення підтримки з боку іноземної громадськості, а не примусу до неї. Після двох світових та холодної війни більшість державних акторів усвідомили, що загроза та примус не обов'язково є найефективнішими можливими способами взаємодії з глобальними сусідами. Хоча загрози та примус все ще актуальні для великих країн, м'яка сила є найкращим доступним варіантом для менших країн для посилення міжнародного впливу [37]. На жаль, Най також зазначив, що інтеграція м'якої сили в урядовий підхід може бути складною з кількох причин: результати та інструменти м'якої дипломатії не повністю контролюються урядом, а результати часто чекають довго. Най посилався на дипломатичні альтернативи, доступні для менших і новоутворених країн, коли він дав визначення «м'якої сили». Нещодавно він включив усі держави до можливих бенефіціарів стратегій м'якої сили.

Є три джерела м'якої сили для країни: культура, політичні цінності та зовнішня політика. Харчова дипломатія стосується всіх трьох. Хоча Най стверджував, що цілі публічної дипломатії виходять за межі цілей зв'язків з громадськістю за часом і аудиторією, ця теза стверджує, що збіги є значними. Він пояснив діапазон цілей публічної дипломатії в термінах часу як три концентричні кола. Перший зосереджений на щоденному спілкуванні та короткому часовому проміжку, який вимірюється

годинами або, можливо, днями. Друге коло він назвав стратегічною комунікацією, яка зосереджена на розробці тем, схожих на політичні чи рекламні кампанії, і вимірюється тижнями, місяцями та роками. Третє коло зосереджено на довгостроковій побудові стосунків, що відбувається протягом років або десятиліть. Зв'язки з громадськістю також можна розуміти в подібних термінах. стверджували, що цілі зв'язків з громадськістю та публічної дипломатії перетинають подібні часові рамки та стратегії, а кінцеві цілі є точкою поділу.

Національний брендинг є відносно новою галуззю дослідження, інтерес до якого в академічній спільноті значно зріс після того, як у 2002 році спеціальний номер *Journal of Brand Management* було присвячено національному брендингу [38]. Дінні визначив національний бренд як «унікальне, багатовимірне поєднання елементів, які забезпечують націю культурно обґрунтованою диференціацією та актуальністю для всіх її цільових аудиторій» Кінець холодної війни дав багато можливостей новим країнам і країнам, що розвиваються, вивести все, що вони могли, на світову арену. Термін «розбудова нації», згідно з Тейлором і Кентом, загалом пов'язаний із розбудовою політичних інституцій у новоутворених/трансформованих державах, що має включати нематеріальні умови, такі як створення національної ідентичності та єдності. Нематеріальне, звичайно, майже неможливо визначити. ЮНЕСКО визначає нематеріальну культурну спадщину як таку, що включає «традиції або образи життя, успадковані від наших предків і передані нашим нащадкам... Важливість нематеріальної культурної спадщини полягає не в самому культурному прояві, а радше в багатстві знань і навичок, які передаються через нього від одного від покоління до наступного ... Нематеріальна культурна спадщина є: традиційною, сучасною та живою водночас ... Інклюзивною ... Репрезентативною ... заснованою на громаді» [12].

Він змінюється для кожної країни, і все ж є багато асоціацій з певними країнами, які більшість визнає. Для цілей цієї дисертації гастрономічні приклади проілюструють деякі популярні асоціації з країнами: суші з Японії, піца та паста з Італії, тайська кухня, мексиканська кухня, «американська, як яблучний пиріг». Багато країн проводили

кампанії за визнання їхньої унікальної культури харчування як нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО. Ці рекламні кампанії є чудовим прикладом брендингу нації з кулінарною культурою. Результатом є (сподіваємося, для країни, яка проводить кампанію) позитивна, постійна асоціація з країною через предмет чи ідею. Ідеї чи предмети, які загально визнані громадянами держави, а також іноземною аудиторією, стають частиною бренду держави та можуть бути використані в майбутніх міжнародних комунікаційних зусиллях [38].

Публічна дипломатія зосереджена на іноземній громадськості та зусиллях змінити її думку, тоді як національний брендинг зосереджений як на внутрішніх (громадянах держави), так і на зовнішніх (усіх інших) громадянах. Незважаючи на те, що американський бренд добре зарекомендував себе, є ще чомусь навчитися в національному брендингу, особливо в спробах комунікації з іноземною громадськістю.

Крім того, державна ідентичність може змінюватися з часом . Тільки з цієї причини важливо розглянути, як, особливо в епоху високого посередництва, США повинні керувати своїм брендом і репутацією. Брендинг нації та публічна дипломатія мають значне тактичне збігання через практику культурної дипломатії.

Незважаючи на те, що визначення культурної дипломатії суперечить , одне широке визначення – «обмін ідеями, інформацією, мистецтвом та іншими аспектами культури між націями та їх народами з метою сприяння взаєморозумінню»

1) Гофф стверджував, що хоча культурна дипломатія «не може змінити результати політики чи компенсувати їхні шкідливі чи негативні наслідки», вона «може забезпечити контекст для політичних рішень або офіційних дій». Харчова дипломатія підпадає під цю парасольку брендингу нації та культурної дипломатії як способу обміну культурою [39].

2) Ічіджо та Ранга підходили до їжі через призму національної ідентичності та націоналізму. Щодо брендингу нації, вони вважали їжу та національну ідентичність ключовими аспектами тактики та підходів до брендингу нації. Націоналізм – це побудова та узгодженість ідей, які визначають нації, таких як географічні кордони,

політичні системи та культурні традиції. Національна ідентичність – це виступ нації особами, які вважають себе частиною нації. Цей «перформанс» передбачає дотримання таких традицій, як прийняття клятви вірності, участь у національних святах і відвідування барбекю 4 липня. Термін «гастроціоналізм» охоплює цю ідею невід’ємного зв’язку їжі з національною ідентичністю. Кожен народ має свою унікальну історію харчування та традиції. Громадяни нації, а також громадяни інших націй розуміють це як частину своєї національної ідентичності. Деякі добре відомі приклади: використання тортильї в мексиканській кухні, сирих морепродуктів в японських суші або оливкової олії в італійських стравах [40].

Глобалізація та взаємозалежність спричинили дедалі мінливіше розуміння того, хто є міжнародними акторами. Фрешетт сказав, що «кожен час від часу змушений бути свого роду дипломатом». Як наслідок, багато вчених об’єднали теорії з багатьох галузей, щоб просувати наукові знання як у зв’язках з громадськістю, так і в публічній дипломатії, як це робить ця теза.

У публічній дипломатії традиційно зосереджено увагу на односторонньому спілкуванні. Цей автор разом з іншими вченими стверджує, що настав час розглянути обидві сторони комунікаційних відносин між державою та громадськістю. Посилення глобалізації вимагає оновленого розуміння того, як найкраще спілкуватися та будувати відносини на міжнародному рівні.

Держава повинна не тільки зосереджуватися на тому, як себе представити, вона також повинна бути стурбована тим, як її презентація насправді сприймається. З цієї причини ця дисертація розглядає ландшафт продовольчої дипломатії США в рамках діалогічної теорії зв’язків з громадськістю, як описано Кентом і Тейлором.

Практики зв’язків з громадськістю часто розуміють діалог як свого роду етичний і практичний підхід до комунікації зі зв’язків з громадськістю Кент і Тейлор описали п’ять особливостей діалогу: взаємність, або визнання відносин організації та громадськості; близькість, або тимчасовість і спонтанність взаємодії з громадськістю; емпатія, або підтримка і підтвердження суспільних цілей та інтересів; ризик або

готовність взаємодіяти з окремими особами та громадськістю на власних умовах; і, нарешті, відданість, або ступінь, до якого організація віддає себе діалогу, інтерпретації та розумінню у своїй взаємодії з громадськістю.

Кожну з п'яти характеристик, описаних вище, можна розбити на кілька частин, як це буде обговорено далі. Першою з п'яти діалогічних особливостей, описаних Кентом і Тейлором є взаємність. Взаємність можна розділити на дві частини: співробітництво та дух взаємної рівності. Співпраця вимагає, щоб усі учасники мали власні позиції, які вони відстоюють. Крім того, має бути присутнім елемент інтерсуб'єктивності, у якому кожен учасник намагається зрозуміти позиції інших і способи, якими вони досягли цих позицій

Усі сторони повинні визнати, що «реальність» є «соціально сконструйованим і перспективним процесом»). Дух взаємної рівності – це уникнення застосування влади чи переваги . Учасникам має бути комфортно обговорювати будь-яку тему. По суті, взаємність вимагає від усіх учасників намагатися зрозуміти один одного і вільно обговорювати будь-яку тему, яку вони хочуть. Другою з п'яти діалогічних особливостей є близькість

Близькість розбивається на три частини: безпосередність присутності, тимчасовий потік і залучення. Безпосередність присутності свідчить про те, що учасники обговорюють поточні проблеми, а не рішення, які вже прийняті в спільному просторі . Кент і Тейлор стверджували, що часовий потік вимагає діалогу для «побудови майбутнього для учасників, яке є справедливим і прийнятним для всіх учасників» .

Взаємодія, у своїй основі, полягає в ідеї, що всі учасники повинні поважати один одного і «ризикувати прихильністю та прихильністю, а не підтримувати позиції нейтралітету чи статусу спостерігача» . Коротше кажучи, близькість вимагає, щоб діалог був сучасним і спонтанним.

## **РОЗДІЛ 2. КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК РІЗНОВИД ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ: НОВІ ПІДХОДИ ТА КОНЦЕПЦІЇ**

### **2.1. Їжа як засіб спілкування та побудови стосунків**

Паблік рілейшнз, публічна дипломатія та міжнародні відносини мають спільну основу у побудові відносин. Їжа є, мабуть, найдавнішим інструментом побудови



стосунків, який також відповідає основним людським потребам. Крамер заявив, що «їжа переповнена соціальними та культурними цінностями та ідеалами та має потужну комунікаційну силу». Їжу, як буде показано в цій дипломній роботі, можна використовувати в спілкуванні на багатьох рівнях від держави до держави до людини між людиною. Для цілей цієї дисертації важливо пам'ятати, що риторика про їжу, те, як ми говоримо про їжу та формуємо її, так само важлива для процесу харчової дипломатії, як існування унікальної кулінарної спадщини чи політики.

Конструктивістська теорія міжнародних відносин також цікавиться риторикою міжнародних відносин, яка може бути застосована до харчової дипломатії. Існує систематичний спосіб, у який їжа подається іноземній аудиторії, і цей метод презентації є значною частиною того, що практики та вчені у сфері зв'язків з громадськістю та публічної дипломатії повинні прийняти в звичайну практику.

Розуміння того, як культура представляє свою їжу, може бути важливим показником того, як вони бачать себе, сприяючи процесу орієнтації. Погляд на міжнародні відносини та публічну дипломатію як на безперервний процес може створити для спеціаліста з міжнародних зв'язків з громадськістю кращі позиції для досягнення успіху в їхніх зусиллях із побудови міжнародних відносин. Багато країн досягли успіху в охопленні іноземної громадськості завдяки використанню кулінарної дипломатії та гастродипломатії

Визнавши їжу необхідною для всього життя, ці уряди знайшли спосіб достукатися до іноземної аудиторії через їжу. Тактика гастродипломатії звертається до іноземної громадськості через ресторани та через туристичні кампанії, тоді як кулінарна дипломатія звертається безпосередньо до високопоставлених державних представників і лідерів.

Проте гастродипломатія та кулінарна дипломатія – не єдині засоби комунікації про їжу, в яких беруть участь США. Такі теми, як продовольча безпека та допомога, також на столі. Держава залежить від програм співпраці з іншими державами, а також місцевими організаціями, виробниками та громадянами, щоб зробити програми

продовольчої безпеки та допомоги ефективними. Однак безпека та допомога йдуть далі, оскільки основним принципом продовольчої безпеки та допомоги в США є краще харчування та способи виробництва.

Спілкуючись із зарубіжною громадськістю на ці теми – щоб покращити глобальне харчування та продовольчу безпеку – США поширюють свій національний бренд. Існує двосторонній обмін інформацією, щоб переконатися, що США також поважають культуру іноземної держави та громадськості, з якою вони спілкуються з цими темами. Хоча ця теза зосереджена на позитивних перевагах харчової дипломатії, можливі й негативні результати. Хоча їжа може служити інструментом спілкування та побудови стосунків, вона також може служити точкою тиску через свою культурну цінність.

Будь-який національний символ може стати джерелом конфлікту з іншими державами та іноземними громадянами, і їжа не є винятком. Наприклад, між ізраїльтянами та палестинцями виник конфлікт щодо того, хто має право на хумус, страву, яка є досить поширеною в багатьох культурах. Іншим прикладом є страва «кешкек», внесена до списку «Нематеріальна спадщина» Туреччини. У вірмен є така ж страва, яку вони називають «хариса». Вони були розлючені, коли було зроблено оголошення про «кешкек», і з того часу борються за його скасування.

Останнім прикладом є проблема, яка виникла, коли президент Ірану відвідав Італію та Францію під час ділової поїздки. Тоді як Італія погодилася накрити оголені статуї та виключити вино з меню під час візиту президента Ірану, Франція відмовилася вносити подібні корективи в меню (вилучити вино). Це змусило президента Ірану скасувати обід під час візиту до Франції для підписання ділових угод після років економічних санкцій. Хоча вино за обідом може здатися другорядною частиною зустрічі між державами, цього було достатньо, щоб викликати розбрат між Францією та Іраном.

Хоча їжа була природною частиною дипломатичних розмов під час державних обідів, дослідження того, як держави використовують свою унікальну кулінарну культуру як інструмент і актив для міжнародних відносин, є порівняно новим. Томпсон сказав, що «їжа перетинається з ідентичністю», і для країн, які мають можливість

брендувати чи ребрендингувати, їжа є невід'ємною частиною цього процесу. Але масштаб продовольчої дипломатії з точки зору побудови відносин і інструментів підтримки в США набагато ширший, ніж стверджували попередні дослідження. США також беруть участь у програмах, які сприяють продовольчій безпеці та продовольчій допомозі, не лише з місцевими органами влади, але й з університетами, дослідниками та НУО. Це унікальні програми, в яких уряд має шанс безпосередньо впливати на життя іноземних громадян. Таким чином, вони повинні бути включені в карту продовольчої дипломатії США. Щоб зрозуміти продовольчу дипломатію, важливо розуміти, що вона передбачає як жорстку, так і м'яку силу. Як зазначив Най, м'яка сила походить із трьох джерел: культури, політичних цінностей і зовнішньої політики. З точки зору харчової дипломатії, кулінарна дипломатія та гастродипломатія міцно знаходяться під егідою м'якої сили, зокрема в сфері культури та зовнішньої політики. Продовольча безпека та допомога, з іншого боку, є більш складними, з деякими елементами м'якої та жорсткої сили. Ця складність змусила попередніх дослідників відкинути продовольчу допомогу та безпеку, обговорюючи кулінарну дипломатію та гастродипломатію, крім того, щоб проілюструвати, чим не є кулінарна дипломатія та гастродипломатія.

Кулінарна дипломатія. Чаппл-Сокол визначив кулінарну дипломатію як «використання їжі та кухні як інструменту для створення міжкультурного взаєморозуміння в надії на покращення взаємодії та співпраці». Хоча він використовував цей термін як взаємозамінний з гастродипломатією, ці два терміни представляють різні аспекти продовольчої дипломатії. Кулінарна дипломатія охоплює такі терміни, як гастрономічна дипломатія і дипломатична гастрономія. Константіну був одним із перших авторів, які обговорювали гастрономічну дипломатію. Він пояснив довгу історію харчових продуктів у контексті суспільних відносин і комунікації всередині та між державами. Він стверджував, що спільний прийом їжі (коменсальність) дозволяє громаді сформувати найвищий можливий зв'язок, уможливлуючи об'єднаний фронт на теми загального блага та суспільних інтересів.

Зовнішня політика. Гастродипломатія. лідерів держав, коли вони їдять разом. Constantinou також ввів термін гастрономічна дипломатія, де під час офіційних державних обідів хтось має взяти на себе відповідальність за вибір їжі та напоїв, а також відповідну схему розсадження та поведінку за столом. З точки зору брендингу нації, спільність у національних гастрономічних практиках створює спільний зв'язок у державі. Ті самі спільні риси дають можливість підвищити національний бренд і побудувати спільну мову між державами та іноземною громадськістю, якщо їх належним чином враховувати.

Гастродипломатія – це спеціальний дипломатичний інструмент, який використовує унікальну кулінарну спадщину держави, який «особливо передбачає взаємодію уряду з іноземною громадськістю. ... Його можна вважати підкомпонентом публічної дипломатії. Його цілі полягають у розбудові м'якої сили нації, сприянні торгівлі та туризму та заохоченні культурного обміну» .

Гастродипломатія – це термін, який вперше використав The Economist у 2002 році і популяризував Рокаур. Він використовується для позначення комунікаційних зусиль, спрямованих на іноземну громадськість через використання унікальної кулінарної культури країни.

Гастродипломатія вимагає культурного розуміння їжі та використання її як культурної переваги в сфері м'якої сили. Програми гастродипломатії використовуються як засіб покращення національного іміджу шляхом використання національної їжі для зміни суспільного сприйняття та просування менших національних держав на світовій арені. Гастронаціоналізм, як обговорювалося вище, підпадає під цей тип харчової дипломатії. Пігман писав, що культурна дипломатія є особливо корисним засобом для держави, щоб повідомити іншим про себе, щоб збільшити знайомство, розуміння та позитивні почуття/думки.

Новим інституційно-дипломатичним орієнтиром, в умовах багатополюсного (поліцентричного) світоустрою XXI століття, для посилення ефективності сучасної дипломатії є гастрономічне просування інтересів своєї держави. Цей вид дипломатії

інституційно пов'язаний із глобальними історичними подіями минулого, взаємодією світових цивілізацій та різних культурних традицій. Процес культурної взаємодії у стилі ділового мислення результативно здійснюється саме через синтез національної кухні та кулінарних традицій як одного з факторів взаєморозуміння та співробітництва у дипломатичній практиці.

Гастрономічна дипломатія (і у вузькому практичному значенні – кулінарна дипломатія) нині є ефективним дипломатичним інструментарієм для реалізації завдань держави у сфері сучасної дипломатії та зовнішньої політики, міждержавної торгівлі та міжнародної економіки, а також інноваційної складової «м'якої сили» держави (soft power): публічної та культурної дипломатії в умовах глобалізованого світу. Гастрономічна дипломатія сприяє налагодженню міжнародних комунікацій, допомагає знайти порозуміння між державами, завдяки їх культурним цінностям та ставленням до національної кухні. Національній кухні притаманний інтегруючий, репрезентативний характер, будь-яка кухня – це сукупність страв та напоїв, які представляють цю культуру в ситуації міжкультурної взаємодії та ідентифікують особистість як представника певної культури, як важливого напрямку просування країни у соціокультурному середовищі, як фактор культурної та іміджевої політики.

У зовнішньополітичній діяльності все більшого значення набуває публічна (культурна) дипломатія, в якій беруть активну участь не тільки професійні дипломати, а й представники громадських організацій, бізнес-ділових кіл, науки та освіти, культури та мистецтва, діаспори, засобів масової інформації, студентства тощо. Як специфічна галузь дипломатії, у XXI столітті інституційно розвивається і її новий напрямок – кулінарна дипломатія чи «gastrodiplomacy», яка стала інструментом міжкультурних відносин та комунікацій, спираючись на ресурси та потенціал традицій національних кухонь народів світу. Вона використовується за обіднім столом з метою впливу на думки та настрої політиків та світових лідерів, а також пересічних громадян при формуванні позитивного іміджу держави у світі, оскільки за допомогою просування національної кухні можна домогтися стимулювання зовнішньої торгівлі та туризму, а

також можна досягти покращення інвестиційного клімату. , залучення більшої кількості інвесторів, підвищення економічної конкурентоспроможності Багато держав світу використовують кулінарну спадщину як інституційний елемент, який може посилити їхні міжнародно-політичні позиції на регіональних та світових ринках. Тому питання реалізації національнодержавних геополітичних та економічних інтересів через національну кухню та напої залишається важливим та обґрунтованим для наукових досліджень.

Глобалізаційні соціетальні процеси, розвиток засобів масової комунікації, інтернаціоналізація культури стали каталізаторами виникнення потреби в новому ефективному дипломатичному інструментарії та в нових засобах політикодипломатичного переконання з використанням не тільки логіки аргументації, а й застосуванням свідомого психологічного та емоційного впливу на споживача [4]. З погляду сучасних практик їжа служить як засобом передачі, а й впливає співрозмовника, регулюючи цим особистісні відносини, ментальний стан і поведінка.

Саме тому питання гастрономічного/кулінарного впливу стало міждисциплінарним об'єктом досліджень у науковому світі [5]. Історична гастрономіка, як новий напрямок в історичній науці, досліджує їжу, традиції харчування та пиття як фактор розвитку людства. Саме їжа та особливості харчування історично створювали емоційний трансцендентний зв'язок між людьми всупереч мовним бар'єрам. Ідіоматичний вислів «Переламати хліб із кимось...» (фраза прозвучала ще в Біблії для позначення Євхаристії) передбачає зближення людей, націй, державних утворень, або метафорично може трактуватися як «завоювання сердець і умів». Їжа та прийом їжі, вживання національних напоїв також сприяли виникненню прийнятних моментів для проголошення тих чи інших слів, допомагали темпорально «перетравити угоди» між племенами, кланами, державними утвореннями. Їжа складає базис міжнародної інтеграції та глобалізації, до яких активно залучені транснаціональні компанії. Сьогодні продукти харчування використовуються як потужна економічна зброя у боротьбі з

суперниками (заборона на певні види їжі; заборона на постачання окремих видів продуктів тощо) [6].

Багато народів і державних інституцій цілком усвідомлено та цілеспрямовано, на державному рівні, використовують свої гастрономічні (кулінарні) традиції для створення позитивного уявлення про свою країну. Гастрономія як основний компонент ідентичності – етнічної, релігійної, соціально-політичної – підтримує та розповсюджує національні традиції у всесвітньому масштабі. Колонізатори в Новий час, так само, як і мігранти ХХ–ХХІ століть, завжди несли з собою свою традицію гастрономів як символічний шматочок рідної землі, який зберігається довше і адаптується важче, ніж інші культурні складові. Охоронцями гастрономічних традицій є такі інституції, як діаспори в усіх країнах світу.

Влучно охарактеризував політику, дипломатію та кулінарію відомий французький філософ, кулінар, шеф-кухар, політичний діяч першої чверті ХІХ століття та автор трактату «Фізіологія смаку» Жан-Антельм Брійя-Саварен: «Доля націй залежить від того, як вони харчуються» [7]. Твердження про те, що національна кухня є візитною картою будь-якої держави, є усталеною константою, яка не вимагає додаткових аргументів для переконання. На сьогоднішній день гастродипломатія (культурно-гастрономічна дипломатія, гастрономічна дипломатія, кулінарна дипломатія) – це мирна зброя (засіб, інструментарій, форма) м'якого впливу в дипломатії, зброя сучасної зовнішньої політики, дипломатії та економіки. Фактично це наука про мистецтво вести дипломатичні переговори та бізнес-переговори під час офіційних обідів. У світі політики зазначають: «Шлях до консенсусу та досягнення мети пролягає через вишукане частування».

Алессандра Роверсі в інтерв'ю газеті *Le Temps* підкреслила, що «гастрономічна дипломатія визначає використання страв у контексті міжурядових відносин з метою передачі невербальних повідомлень...». Важливо, що таке визначення не обмежується добрими стравами та вишуканими винами для полегшення процесу переговорів. Їжа та напої фактично сприяють виникненню підходящих моментів для винесення тостів чи

промов, тих чи інших слів, допомагають вербально та візуально інституціоналізувати умови угоди, договору чи контракту, що підписується.

Сама собою гастрономічна дипломатія (кулінарна дипломатія) – це порівняно інституційно нова форма політико-дипломатичних відносин [7, с. 23-32; 8, с. 1-12; 9]. Перші програми гастродипломатії як складової дипломатії м'якої сили (soft power) було розпочато у 2000-х роках ХХІ століття. Термін «гастродипломатія» (англ. Gastrodiplomacy) вперше опублікував у 2002 році журнал «The Economist» у науковій статті про Королівство Таїланд. Багато держав мають спеціальні урядові програми гастрономічної та кулінарної дипломатії, наприклад – Індонезія (Урядова програма просування національної кухні). Україна також у своїй дипломатичній роботі використовує кулінарні дипломатичні практики для посилення українських позицій на світових ринках. У будь-якій країні є потужні кулінарні символи, які й виділяють цю державу у соціокультурному та гастрономічному світовому просторі. В українській культурі такими кулінарними шедеврами є: борщ, сало, вареники та голубці [10, с. 168-172].

Кулінарна дипломатія (мистецтво приготування страв та подачі напоїв для державних службовців чи сановників, чи загальних свят різного інституційного рівня) – це така ж важлива леді, як і сама Дипломатія, і відповідні приклади можна знайти ще у Стародавньому Китаї чи Стародавній Греції. Цікаво, що Шарлю-Морису Талейрану приписують сакраментальну фразу: «Найкращий помічник дипломата» - його особистий кухар.

Таким чином, гастрономічна дипломатія та кулінарна дипломатія є важливими інструментами та рушійними джерелами зовнішньої політики, що сприяють позитивним тенденціям та підходам до взаєморозуміння та співпраці між народами. Концепт «гастрономія» та концепт «кулінарія» у дипломатії спрямовані на інституційне сприяння у використанні продуктів та напоїв, що відповідають популяризації національної кухні в офіційних дипломатичних процедурах. Гастрономічна дипломатія та кулінарна



дипломатія в умовах глобалізації включені до сфери державно-суспільної комунікації та збільшують ефективність міждержавних відносин.

У XXI столітті актуалізувалася проблема створення інноваційної, ефективної дипломатичної системи з урахуванням традицій і тенденцій цивілізаційного розвитку, стратегічних напрямів розвитку і світового політико-дипломатичного досвіду. Цілком заслуговує на подальші дослідження питання ефективності дипломатичного інструментарію в поліцентричному світі XXI століття та вдосконалення дипломатичних систем, моделей дипломатії держав в умовах глобалізації: через призму сучасності до історичних витоків інституційної дипломатії.

## **2.2. Гастрономічна дипломатія та дипломатична гурманістика: їжа у політико-дипломатичному діалозі культур**

Моргентау представив престиж у «Політиці між націями» як метод ілюстрації стороннім спостерігачам відносної влади акторів. Престиж також є засобом влади, у межах якого можуть взаємодіяти політичні еліти. Моргентау перераховує дипломатичну церемонію як форму престижу, яка може посилити та проілюструвати відносини влади між націями, елітами та іншими акторами. У рамках влади престижу дипломатична церемонія служить і «барометром» політичних відносин, і двостороннім «дзеркалом» у політичній сфері; з діями, що відображають боротьбу за владу в політичній сфері. Якщо під час дипломатичної церемонії з нацією ставляться краще чи гірше, ніж вона вважає за потрібне, це призведе до зміни владних відносин. Після публікації в 1985 році дипломатична церемоніальна версія престижу не повністю поєднувалася з частинами реалістичного тексту Моргентау, присвяченого жорсткій силі. Проте я припускаю, що, оглядаючись назад, тепер ми можемо помітити, що Моргентау намагався передати у своїх творах дипломатичну церемоніальну силу престижу, частини того, що ми зараз визнаємо як «м'яка сила» та культурна дипломатія. Аспекти престижу «м'якої сили» можна побачити через невійськовий/несиловий характер дипломатичного церемоніалу.

Класична мета м'якої сили – зміна поведінки через сприйняття, символіку та культуру – адекватно описує оперативні результати дипломатичного церемоніалу.

У більшості досліджень влади актора успішність застосування та відносний розмір оцінюється пост-хок за спостережуваними результатами в ситуаціях, коли була використана політична влада. Як правило, політична влада продовольства нічим не відрізняється від інших видів влади, з її здатністю використовуватися як форма жорсткої влади шляхом застосування ембарго та надання продовольства (у торгівлі чи як допомога); і як м'яка сила, через культурну та соціальну значимість їжі. Проте є випадки, коли їжа діє як відчутний індикатор як поточного, так і бажаного рівня влади актора.

Сила престижу не схожа на інші втілення влади їжі. Сучасні концептуалізації м'якої та жорсткої харчової влади використовують їжу як проблему, щоб залучити або змусити акторів змінити свої дії через культурно-символічну та політико-економічну концептуалізацію їжі. Сила престижу використовує їжу (і акт обіду) як засіб, у якому взаємодії можуть спілкуватися та демонструвати силу. У цьому документі розуміння престижу зосереджено на використанні дипломатичної церемонії для спостереження та ілюстрації владних відносин у політичній сфері. Харчування та дипломатична церемонія мають багато спільного з дипломатичним і святковим актом офіційних обідів і вечірок, демонструючи роботу та результати престижу та культурної дипломатії в унікальний спосіб.

Дипломатична церемонія – особливо її пишність і обставини – є корисним дипломатичним інструментом. Як двосторонні, так і багатосторонні дипломатичні церемонії забезпечують засіб передачі ідей та інформації, ситуацію для підтвердження влади господаря та метод, який дозволяє дипломатам отримати доступ до суспільства та бюрократії за межами звичайних політичних каналів. У рамках влади престижу дипломатична церемонія також служить як «барометром» для політичних відносин і як двостороннє «дзеркало» для політичної сфери; з діями, що відображають боротьбу за владу в політичній сфері.

Таке представлення політичної сфери за допомогою дипломатичної церемонії стало можливим завдяки давній нормі, що дипломати є «втіленням суверенної влади», яку вони представляють, завдяки чому церемоніальні акти (які надають політичне та соціальне визнання) стають політичними актами через саме їх існування.

Це дає науковцям можливість спостерігати за тим, як «господарі» бачать владні відносини своїх гостей (і як гості бачать владний статус один одного), за тим, як і якого роду проводиться дипломатична церемонія.

Одне з обґрунтувань зустрічі агентів і використання дипломатичної церемонії надається через їжу. Коли глави держав збираються у двосторонньому чи багатосторонньому контексті, основною особливістю більшості дипломатичних заходів є дипломатичний банкет. На цих заходах глави держав і дипломати повинні дотримуватися суворих протоколів пріоритету, з відступами, що сигналізують про зміну влади.

Морган у своїй дисертації «Дипломатична гастрономія: стиль і влада за столом» дослідила символіку влади дипломатичних обідів, створивши термін «дипломатична гастрономія», щоб описати взаємодію влади, засновану на престижі, яка використовує їжу як засіб для взаємодії. Крім того, я пропоную, щоб сила престижу тепер могла розглядатися як практична демонстрація м'якої сили та культурної дипломатії в роботі, а також як метод оцінки того, як нації оцінюють і розглядають силу інших націй та організацій.

Акт офіційних обідів здавна асоціювався з політичною аристократією та владою. Морган проаналізував чотири двосторонні дипломатичні зустрічі адміністрації Кеннеді в 1960-х роках і виявив низку визначальних факторів влади. Кожна з цих детермінант транслює учасникам події та зовнішнім спостерігачам (наприклад, незапрошеним) повідомлення сили та символізму. Тепер у цій статті буде досліджено, як дипломатичні трапези-події відображають політичну сферу, яка показана через гонитву за престижем.

Хто є, а хто ні на обіді – важливий показник сили. Хто був запрошений, вказує на те, кого господар вважав гідним бути присутнім, а також тих, кого господар хоче

применшити, не запросивши. Відсутність також може означати, що гість бажає зневажити господаря, надаючи чіткий політичний сигнал: якщо агенти акторів не можуть разом ламати хліб, то їхні стосунки, безперечно, є стислими. Сучасні приклади відвідуваності, що відображає сигнали влади, включають відсутність Китаю на вечері G8 у 2008 році, що демонструє відсутність прогресу, досягнутого G8 у відносинах з Китаєм. Тоді як відкрите запрошення адміністрації Обами іранським дипломатам взяти участь у святкуванні Дня незалежності Сполучених Штатів 4 липня відображало програму Сполучених Штатів щодо мирної взаємодії з Іраном. Однак відмова Ірану взяти участь збентежила адміністрацію США та продемонструвала напружені відносини та ситуацію між двома країнами. Кількість присутніх агентів також може вказувати на те, як приймаючий актор дивиться на відносини влади під час дипломатичних обідів. Двосторонні та багатосторонні трапези символізують різні відносини влади між присутніми та тими, хто спостерігає поза трапезою. Морган ілюструє цей символізм, посилаючись на окремі двосторонні вечері між США, президентом Кеннеді, прем'єр-міністром Індії Неру та президентом Пакистану Ханом. Ці обіди були створені частково, щоб символізувати тісні відносини, які Індія та Пакистан хотіли мати зі США в 1960-х роках.

Те, що (і скільки) з'їдено, також є ще одним символом, який має велике значення з точки зору престижу. Їжа, яку подають під час обіду, може пропагувати національну програму чи повідомлення. Гольдштейн, красномовно описуючи, як «президенту Франції ... під час державного візиту до Великобританії подали шотландську яловичину ... після заборони Європейського Союзу на британську яловичину, викликану кризою BSE». Бажання вразити або домінувати також може бути виражене поданою їжею, коли приймаючі країни подають або місцеву, або гостьову кухню, щоб проілюструвати як рівень привітності, так і співвідношення влади під час обіду. На нещодавній зустрічі G20 включення «британської» кухні в меню продемонструвало мету Сполученого Королівства сприймати як «горду» культурну та економічну державу.

Відмова від їжі також може викликати тривогу, у 2009 році на самітах G8 та НАТО рішення дружини тодішнього британського прем'єр-міністра Сари Браун не їсти італійські чи французькі національні страви стало подією в ЗМІ. Нарешті, кількість поданої їжі може свідчити про те, наскільки нації віддані та розуміють певні питання. Обід із 18 страв під час саміту G8 у 2008 році щодо бідності в Африці вказував на явне роз'єднання з боку G8.

На дипломатичних банкетах помилка може призвести до зміни влади та небажаної символіки. Ілюстрацією цього може бути інцидент під час візиту США до Японії в 1992 році, коли президент Буш (старший) вирвав на коліна тодішнього прем'єр-міністра Японії Кіічі Міядзаву, що створило дипломатичну напругу між Японією та США (а також глузування). зі світових ЗМІ). Розсадження відвідувачів (як за столом, так і за місцем) є ще одним довготривалим сигнальним пристроєм. З феодальних часів розміщення закусочних було спірним питанням, коли господарі та гості завжди думали про ранг і перевагу. Сама таблиця може бути предметом суперечок, оскільки певні форми таблиці не відповідають певним обставинам. Моргентау обговорював, як мирні переговори та обіди між В'єтконгом і США не можуть продовжуватися, доки не буде вирішено взаємоприйнятну форму та розміщення столу. Розташування столиків і місця для сидіння все ще мають великий політичний символізм, назва статті Едділі Guardian *The G20 seating plan: Never mind the stimulus, who sit next to the President?* ілюструє наскільки важливим і символічним є місце для сидіння. план того, де агенти сидять під час прийому їжі. Стаття Адділі продовжує наголошувати на цьому, розголошуючи, що прем'єр-міністри Великої Британії та Італії погрожували покинути обід G20, якщо їм не призначать місця ближче до щойно вступленого на посаду президента Обама . Вибір місця також символізує уявлення країни-господаря про владу гостей. Морган ілюструє це на прикладі президента Пакистану Хана, який обідав із президентом США Кеннеді не в Білому домі, а в «дому Джорджа Вашингтона у вісімнадцятому столітті, Маунт-Вернон». Ця зміна місця проведення була безпрецедентною, оскільки вона надала

важливості та честі президенту Хану, оскільки символізувала його як сучасну версію Вашингтона.

Нарешті, формальність, яка присутня під час обіду, ілюструє владні відносини між агентами. Відсутність формальності може виглядати так, що деякі учасники означають рівність серед відвідувачів, але не означають нічого подібного для господаря. В інших ситуаціях відсутність формальності може означати більш тісні дипломатичні зв'язки або зміну влади та контролю. Візит прем'єр-міністра Індії Неру до США в 1961 році відбувся із застереженням, що він бажав «простоти» та відсутності церемоній. Морган пояснює, що це прохання змінило відносини влади: Неру взяв символ влади, який зазвичай зустрічається в церемоніальній структурі офіційної вечері, і трансформував його своїм проханням про простоту. Роблячи це, він перевернув динаміку влади з ніг на голову та створив абсолютно нову платформу, якою керував. ... Неру, а не його господар, зберігав контроль. Ця зміна дипломатичної церемонії змінила не лише дипломатичну трапезу, але й баланс сил та решту політичних переговорів під час поїздки Неру. Таким чином, прості зміни можуть змінити як співвідношення влади за вечерею, так і політичну сферу. Такі фактори, як хто обідає, що їдять, де сидять відвідувачі (як за столом, так і за місцем) і навіть формальність заходу – усе це пов'язано із символічно-культурним визначенням їжі, випромінюючи повідомлення про владні відносини між дійовими особами, які можна спостерігати поза подією їжі.

У світі після 11 вересня напружена ситуація в політичній сфері призвела до дипломатичної церемонії, яка сповнена непорозумінь і символічних образ (як реальних, так і уявних) породжує зміни в політичній сфері. Компетентний контроль за детермінантами дипломатичної гастрономії необхідний для того, щоб актори могли використовувати престиж як форму влади та забезпечити довгострокову стабільність у політичній сфері. Модель престижу Моргентау вказує на те, що існує два погляди на ефективне використання престижу та дипломатичної церемонії.

Використання престижу для збереження статус-кво – забезпечення того, щоб дипломатична церемонія була точним відображенням влади в політичній сфері – або

використання престижу та дипломатичної церемонії для просування власної влади суб'єкта та його політичного плану.

Ефективна дипломатична гастрономія за допомогою варіанту статус-кво прагне підтримувати стабільний рівень влади, вносячи точне представлення політичних позицій у страви. Це досягається шляхом контролю над детермінантами престижу (хто, що, де тощо), щоб не провокувати агентів. Багатосторонні обідні заходи, такі як вечері G8 і G20, є чудовими прикладами цього варіанту статус-кво, і зазвичай вони досить вправні в тому, щоб усі агенти були задоволені та правильно представлені – хоча, як показано вище, навіть на них можуть бути грубі помилки.

Щоб ефективно використовувати трапезу для піднесення власного престижу господаря, господарі повинні використовувати детермінанти престижу на свою користь, принижуючи інших агентів через символічні вчинки та образи – ставлячи їх «нижче солі» – але не для того, щоб викликати реальне протистояння. Дипломатичні гастрономічні звичаї дореволюційного Китаю ілюструють це приниження інших, вражаючи їх могутністю господаря через використання ковтау та імперського бенкету.

Звичайно, ці два розуміння того, як ефективно використовувати дипломатичну гастрономію як престиж, є двома кінцями терезів, а не справжньою дихотомією. Оскільки подія прийому їжі використовується як метод вираження (поток) владних відносин у політичній сфері, тоді ця стаття дотримується переконання, що владний престиж правильно використовується як метод спілкування та як інструмент спостереження як для практики агентів, дипломатів і науковців.

Ця нова концепція престижної влади Моргентау в рамках «м'якої сили» та культурної дипломатії є захоплюючою перспективою. Їжа є ідеальним джерелом енергії для подальшого вивчення наслідків цієї пропозиції.

Використовуючи вроджену природу їжі для об'єднання людей, а також для вираження ідеології, культури та символіки, у цьому документі наведено різні приклади, коли харчова сила престижу через дипломатичні церемонії дозволяла оцінити політичну владу або прийняти політичні рішення.

Сподіваюся, подальші дослідження висвітлять більше випадків і методів, за допомогою яких і престиж, і їжа можуть використовуватися для оцінки влади. Однак наразі точно відомо, що від обідніх столів адміністрації Кеннеді до сучасних зустрічей G8 чи G20 їжа та престиж відіграють певну роль. Престиж із додаванням культурної дипломатії та м'якої сили дає нам різноманітні лінзи, за допомогою яких можна аналізувати ці впливи та події, що дає нам змогу краще зрозуміти силу, що діє за обіднім столом.

## **РОЗДІЛ 3. КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ НА ПРИКЛАДІ ЯПОНІЇ**

### **3.1. Гастродипломатія Японії як м'яка сила: глобальне васоку та національна продовольча безпека**

Всесвітня виставка, що відбулася в Мілані в 2015 році під назвою «Нагода планети, енергія для життя», побачила великий успіх Японського павільйону, який прийняв загалом 2,28 мільйона гостей і був нагороджений золотою нагородою за



найкращу виставку в історії. У павільйоні була представлена японська кулінарна культура, від її інгредієнтів і страв до технологій виробництва та звичок харчування. Успіху на Всесвітній виставці передувало ще одне важливе міжнародне визнання в грудні 2013 року, коли ЮНЕСКО внесло васоку (традиційна японська кухня, літ. їжа Японії) до списку нематеріальної культурної спадщини [30]. Збільшення кількості японських ресторанів у всьому світі та нещодавнє зростання експорту японської їжі також є вагомим доказом популярності васоку. За словами міністра сільського, лісового та рибного господарства Японії, кількість японських ресторанів у світі різко зросла з 24000 у 2006 році до понад 117000 у 2017 році; Експорт продовольства та сільськогосподарської продукції зріс з 445 мільярдів ієн у 2009 році до понад 750 мільярдів у 2016, а в 2013 японська кухня була визнана найпопулярнішою «іноземною» кухня» в опитуванні, проведеному в семи країнах.

Публічна дипломатія є однією з найбільш обговорюваних тем у сфері міжнародних відносин. Термін «публічна дипломатія» вперше був введений у 1965 році для позначення «процесу, за допомогою якого прагнуть досягти цілей своєї зовнішньої політики шляхом взаємодії з іноземною громадськістю». Туч визначив це як «урядовий процес спілкування з іноземною громадськістю з метою досягнення розуміння ідей та ідеалів своєї нації, її інститутів і культури, а також її національних цілей і політики», і в більш стислій формі Шарп, як «процес, за допомогою якого прями відносини з людьми в країні здійснюються для просування інтересів і розширення цінностей тих, кого представляють». Одним із елементів публічної дипломатії є «культурна дипломатія» 1. Існує багато визначень культурної дипломатії, і її найкраще можна описати як обмін ідеями, цінностями, традиціями та іншими аспектами культури та ідентичності між націями та їхніми людьми в для зміцнення відносин, розширення співпраці чи просування національних інтересів. Однак ці два терміни часто використовуються як синоніми міністерствами закордонних справ кількох країн, як, наприклад, у випадку з Міністерством закордонних справ Японії, який використовує вираз «публічна культурна дипломатія». Значення публічної та культурної дипломатії знаходиться в рамках ширшої

дискусії про «м'яку силу». Концепцію «м'якої сили» ввів Джозеф Най на початку 1990-х років, але вона набула всесвітньої популярності після публікації його надзвичайно впливова книга «М'яка сила: Засоби успіху у світовій політиці». За словами Найя, «м'яка сила» – це здатність впливати на інших, щоб досягти результатів. бажання без відчутних загроз чи виплат, але через залучення та спонукання. Порівняно з жорсткою силою, вона «кооптує людей, а не примушує їх» . М'яка сила однієї країни може походити здебільшого з трьох джерел: політичних цінностей, культури та зовнішньої політики, але частіше вона виникає як комбінація цих елементів [29].

М'яка сила також отримала багато критики. Найл Фергюсон критикував, що м'яка сила є «занадто м'якою», щоб отримати інтереси країни. Інші автори піднімали питання про природу культури та привабливості однієї країни. Незважаючи на це, концепція м'якої сили була центральною для багатьох концептуалізацій публічної дипломатії, однак зв'язок між цими двома концепціями часто розпливчастий. У широкому сенсі можна сказати, що «м'яка сила» та публічна дипломатія – це різні сторони однієї медалі: якщо перша – це загальне позитивне уявлення людей про націю, то друга – це інструмент, який використовують уряди для просування м'якої політики країни. потужність. Тим не менш, публічна дипломатія також може дати деякі результати жорсткої сили, такі як управління альянсом, запобігання конфліктам або військове втручання . У цьому сенсі публічну дипломатію слід розглядати як важливу конструкцію для збереження національної безпеки шляхом зміцнення цілей національної політики [27].

Кулінарна м'яка сила визначається як «визнана привабливість і привабливість культури харчування, яка притаманна нації, регіону чи місцевості. У застосуванні до публічної дипломатії вчені використовують вирази «гастродипломатія» або «кулінарна дипломатія». Хоча ці два вирази іноді використовуються як взаємозамінні, вчені зазвичай розрізняють їх, стверджуючи, що вони включають два різні рівні дипломатії. За словами Пола Рокауера, кулінарну дипломатію можна визначити як використання їжі та кухні як «засобу для посилення офіційної дипломатії в офіційних дипломатичних

функціях». У цьому сенсі кулінарна дипломатія прагне розширити двосторонні зв'язки шляхом зміцнення стосунків за допомогою використання їжі та ресторанного досвіду як засобу залучення високопоставлених гостей. Для порівняння, гастродипломатія має ширший вимір і може бути визначена як «спроба публічної дипломатії донести кулінарну культуру до іноземної громадськості більш дифузним способом». У порівнянні з кулінарною дипломатією, гастродипломатія прагне впливати на ширшу аудиторію, а не лише на еліти високого рівня [2].

Гастродипломатія – це не лише просування кухні однієї країни за кордоном, але й дозволяє державам використовувати свою національну кухню як ресурс м'якої сили, щоб підвищити привабливість і бажаність своєї культури, людей, цінностей та ідеалів, зміцнюючи зв'язок деяких продуктів із цим. країні, а також отримати економічні результати, такі як експорт продовольства або збільшення туризму. Для того, щоб країна продемонструвала силу своєї їжі, їй потрібен процес стандартизації національних харчових звичок, який отримав назву «гастроціоналізм» або «кулінарний націоналізм», іноді також через зовнішнє визнання, як-от кухні, визнані ЮНЕСКО. Японія стала однією з найбільш обговорюваних країн м'якої сили протягом 2000-х років; деякі вчені стали називати Японію «наддержавою м'якої сили». Література про м'яку силу Японії варіюється від критичного обговорення японської культури до досліджень рецепції японського культурного продукту та широкого аналізу культурної дипломатії Японії. Як ми вже зазначали у вступі, останніми роками деякі вчені обговорювали використання Японією їжі як інструменту м'якої сили, однак ці дослідження завжди пов'язували японську гастродипломатію з домінуючими дискурсами щодо національної ідентичності та брендингу нації. Мета цієї статті полягає в тому, щоб зосередити увагу на мотивах і цілях політики гастродипломатії Японії, а також на засобах, які використовуються для їх досягнення. У наступному розділі ми будемо використовувати слово «гастродипломатія», щоб позначити стратегію японського уряду щодо просування васоку в усьому світі з метою збільшення експорту сільськогосподарської продукції та підвищення національної продовольчої безпеки.

Рівень продовольчої самозабезпеченості Японії становив 73% у 1960 році, але він постійно знижувався, досягнувши 38% у 2016 році, що є найнижчим показником серед основних промислово розвинених країн (MAFF, 2017). Показник, який базується на споживанні калорій, означає відношення калорій, які надходять із їжі домашнього виробництва, до загальної кількості калорій, споживаних кожною людиною щодня. Це означає, що понад 60% калорій, які японець споживає щодня, надходить з імпортою їжі.

І уряд, і вчені пояснюють це різке падіння як ослабленням внутрішнього виробництва, так і радикальною зміною харчових звичок у післявоєнні роки. З одного боку, невеликі розміри ферм, старіння фермерського населення, зниження доходів фермерів і скорочення придатних для обробки земель зменшили здатність Японії виробляти продовольство, достатньо для задоволення потреб населення. З іншого боку, спосіб життя японських споживачів змінився з традиційної дієти на західну, зі збільшенням споживання м'яса, пшениці, олії, молочних продуктів і зменшенням споживання «традиційної» їжі, такої як рису, що призвело до значного споживання імпортою їжі та до падіння національного виробництва. Інші причини були визначені в післявоєнній сільськогосподарській протекціоністській політиці, яка перешкоджала зростанню продуктивності сільського господарства; у міжнародній системі торгівлі продовольством, створеній США, чие зерно та інші сільськогосподарські продукти наводнили японський ринок під час окупації та в наступні роки; або в цілях економічної дипломатії уряду, більш зосереджені серйозні занепокоєння щодо національної продовольчої безпеки Японії. За даними Міністерства сільського господарства, лісового господарства та рибальства (MAFF), низький рівень продовольчої самозабезпеченості є фактором ризику, оскільки він робить Японію більш вразливою до коливань міжнародного продовольчого ринку, спричинених, наприклад, продовольчою кризою через погані врожаї, структурні зміни на світових продовольчих ринках або політичні потрясіння, що змінюють міжнародну торгівлю [42].

Урядова стратегія спрямована на те, щоб протистояти зниженню рівня самозабезпечення через державну просвітницьку кампанію щодо харчування. Метою

просвітницької кампанії щодо харчових продуктів є сприяння споживанню місцевої сільськогосподарської продукції шляхом відродження значення рису як основного продукту харчування в Японії та асоціації місцевих продуктів із корисністю для здоров'я, а імпортованих – із небезпечними (Assman, 2015). Проте результати виявилися дуже незадовільними, оскільки рівень самозабезпеченості продовольством продовжував знижуватися, що змушувало уряд постійно змінювати свої цілі. У 2000 році уряд оголосив Базовий план для сільського господарства та сільських територій, де було вирішено підвищити рівень продовольчої самозабезпеченості з 40% до 45% до 2010 року. У 2010 році новий план передбачав підвищення рівня до 50% до 2020 року. Останній план 2015 року передбачає ціль 45% до 2025 року [42].

### **3.2. Вплив кулінарної дипломатії на економіку Японії**

Гастродипломатія Японії є багатофункціональним інструментом, за допомогою якого вирішуються різні завдання. Поряд із виконанням дипломатичних функцій як один з елементів культурної дипломатії та інструменту «м'якої сили», поширення японських кулінарних традицій за кордоном сприяє експорту продуктів харчування та просування японських ресторанів за кордоном, що особливо актуально в умовах відносного зниження конкурентоспроможності експортних галузей обробної промисловості Японії. Підвищення популярності та впізнаваності японської їжі та кулінарних традицій за кордоном також може сприяти вирішенню інших соціально-економічних завдань країни – підтримки аграрного сектору та туризму, пожвавлення сільських районів, залучення інвестицій у Японію. Гастродипломатія в Японії – це політика не тільки держави, а й підприємницького сектору, і здійснюється вона з урахуванням приватно-державного партнерства.

У Японії діє ряд неурядових некомерційних підприємницьких організацій, що з темою їжі. У кооперації з державними організаціями (наприклад, ДЖЕТРО) вони проводять семінари з практик закордонної експансії для японських підприємців,

організують різні міжнародні заходи, проводять навчання та тренінги з японської кухні у співпраці з кулінарними організаціями та школами в різних країнах та відіграють велику роль у комунікації ресторану бізнесу та уряду. В даний час в Японії формується своєрідна модель («екосистема») зростання галузей та видів діяльності, що взаємно підтримується, пов'язаних з гастродипломатією: гастродипломатія – зростання популярності японської кухні за кордоном – збільшення кількості іноземних туристів, які приїжджають до Японії, в тому числі у регіони – зростання популярності японської кулінарії та продуктів за кордоном – зростання експорту продуктів харчування.

У багатьох країнах світу (наприклад, у Тайвані, Таїланді, Південній Кореї, Малайзії, Перу, США) розроблені та реалізуються стратегії, спеціальні програми та проекти у сфері кулінарної дипломатії. У Японії просування національної гастрокультури та їжі за кордон також розглядається як інструмент «м'якої сили», у тому числі для просування «бренду Японії». У рамках Робочої групи з бренду Японії (Japan Brand Working Group), створеної в 2005 р., діє спеціальний підрозділ з просування харчових досліджень [41].

У 2010 р. Міністерство економіки, торгівлі та промисловості (МЕТП) та Міністерство закордонних справ (МЗС) Японії представили доповідь, присвячену розвитку та просуванню «культурних індустрій» (Towards Nation Building Through Cultural Industries), у якій кулінарні традиції були включені до переліку елементів культурної дипломатії. Популяризація традицій японської кулінарії, їжі та напоїв включена і до національної стратегії Cool Japan, спрямованої на консолідацію зусиль держави та приватного сектору щодо ефективного просування японського культурного контенту. МЗС Японії, посольства та консульства підтримують різноманітні гастрономічні заходи в країнах перебування, організовуючи ділові завтраки та вечірки, дегустації, презентації японських продуктів. Наприклад, під час одного з міжнародних ресторанних шоу у Нью-Йорку генеральне консульство Японії влаштувало прийом у офіційній резиденції посла на підтримку кампанії «Васек – спробуй японську гарну їжу». Ця подія також стала стартом для відкриття японського павільйону на міжнародній

ресторанній виставці. І це, звичайно, не одиничний приклад, робота з просування японської гастрокультури ведеться МЗС постійно і систематично, про що може свідчити список заходів, організованих МЗС за участю інших державних організацій, компаній та фахівців з японської кухні в рамках реалізації програми «бренду Японії»

Поряд із виконанням «культурно-дипломатичних функцій» поширення японських кулінарних традицій за кордоном постає як інструмент стимулювання експорту продуктів харчування та поширення японських ресторанів за кордоном, що особливо актуально в умовах відносного зниження конкурентоспроможності експортних галузей обробної промисловості Японії. Підвищення популярності та впізнаваності японської їжі та кухні за кордоном завдяки гастродипломатії також може сприяти вирішенню інших соціально-економічних завдань країни – підтримки аграрного сектору та туризму, поживлення регіонів, залучення інвестицій у Японію.

Гастродипломатія Японії крім реалізації завдань громадської дипломатії може мати різні економічні ефекти. Тут буде доречним згадати роль гастродипломатії у поживленні периферійних, зокрема сільських районів Японії. У плані регіонального розвитку Японії – Стратегії просторового розвитку, що нині діє, закладено ідею максимальної мобілізації внутрішніх ресурсів регіонів, у тому числі на основі використання рекреаційного потенціалу та розвитку туризму [Тимоніна 2020], що, у свою чергу, багато в чому залежить від можливості пропозиції унікальних місцевих продуктів, їх впізнання та розвитку гастротуризму. А для багатьох периферійних регіонів гастрономія становить найбільш привабливу частину їхньої місцевої туристичної пропозиції.

Ініціативи місцевої влади та місцевого бізнесу у цьому напрямі підтримуються державою не лише в рамках реалізації регіональної політики, а й програм Cool Japan та «Одне село – один продукт», стратегії розвитку туризму, сільськогосподарської політики.

Міністерство сільського господарства реалізує комплексну програму розвитку місцевого «сільського» туризму (rural tourism) і, рекламуючи ті чи інші райони, окрім

природи та історичних пам'яток, акцентує увагу на місцевій кухні та продуктах під гаслом «Смакуйте Японію – спробуйте регіональні смаки!» . Місцевий туризм також знаходиться у сфері уваги Міністерства земель та державного управління з туризму (Japan Tourism Agency), створеного в 2008 р., яке поставило за мету вийти за рамки зосередження уваги на розширенні економічних вигод для обмеженої кількості підприємств, пов'язаних з туризмом, а натомість створювати спільноти, які приємно відвідувати та в яких приємно жити.

Створення JTA та його місія сприяли ширшому розумінню туризму як напряму регіонального розвитку. Уявлення про те, наскільки ідеї та практика розвитку гастротуризму поширені в регіонах, можна скласти на основі даних опитування, проведеного Всесвітньою туристичною організацією (World Tourism Organization UNWTO) у японських префектурах та муніципалітетах.

У ході опитування з'ясувалося, що поки що лише 18% опитаних знали термін «гастрономічний туризм», 16% знали, що гастрономічний туризм привертає увагу та просувається за кордоном. 42% проводили у своєму регіоні заходи, які можна визначити як пов'язані з гастрономічним туризмом. При цьому 22 % муніципалітетів та 38 % префектур включили або планували включити гастрономічний туризм у свою політику в галузі розвитку туризму, що нижче за середній показник (47%), отриманий за результатами міжнародного опитування країн-членів UNWTO. При цьому 66% респондентів, що діють у сфері гастротуризму, заявили, що спираються на державно-приватне партнерство, і це є відмінністю Японії в порівнянні з іншими країнами. У ході дослідження було виявлено також такі тенденції гастрономічного туризму в Японії, які загалом збігаються із висновками автора цієї статті:

- державні чиновники, які займаються просуванням туризму, зміщують свою увагу з простого збільшення економічного ефекту для галузі громадського харчування на сталий регіональний розвиток;
- розвиток гастротуризму тісно пов'язаний з політикою в галузі сільського господарства та в галузі регіонального розвитку;



- гастрономічний туризм у Японії сприймається як форма конвергенції цих різних стратегій соціально-економічного розвитку;
- місцеві органи влади тісно співпрацюють із підприємствами приватного сектору, у тому числі діючими у харчовій промисловості.

## ВИСНОВКИ

1. Публічна дипломатія, також звана народною дипломатією, будь-яка з різних заходів, які фінансуються урядом і спрямовані на пряме спілкування з іноземною громадськістю. Громадська дипломатія включає всі офіційні зусилля, щоб переконати цільові сектори іноземної думки підтримувати або терпіти стратегічні цілі уряду. Методи включають заяви осіб, які приймають рішення, цілеспрямовані кампанії, що проводяться урядовими організаціями, присвяченими публічній дипломатії, і спроби переконати міжнародні засоби масової інформації зображати офіційну політику на користь іноземної аудиторії.

2. Існує два основних види публічної дипломатії. Перший – брендинг, або культурна комунікація, за якої уряд намагається покращити свій імідж, не шукаючи підтримки для будь-якої негайної політичної мети. Держави використовують стратегії брендингу, щоб створити кращий імідж себе у світі. В ідеалі брендинг створює загальну добру волю та сприяє співпраці з різних питань. Це також допомагає підтримувати довгострокові союзницькі відносини та підривати ворожу пропаганду.

3. Мета дипломатії полягає в тому, щоб зміцнити державу, націю чи організацію, якій вона служить, по відношенню до інших шляхом просування своїх інтересів. З цією метою дипломатична діяльність намагається максимізувати переваги групи без ризику та витрат на застосування сили і, бажано, не викликаючи обурення. Дипломатію часто плутають із зовнішньою політикою, але ці терміни не є синонімами. Дипломатія є головним, але не єдиним інструментом зовнішньої політики, який встановлюється політичними лідерами, хоча дипломати (крім військових і розвідників) можуть їх консулювати. Зовнішня політика встановлює цілі, прописує стратегії та визначає широку тактику для їх досягнення. Для досягнення своїх цілей він може використовувати секретних агентів, підривною діяльність, війну чи інші форми насильства, а також дипломатію. Дипломатія є основною заміною використання сили чи підступних засобів у державному управлінні; це те, як всеосяжна національна влада

використовується для мирного врегулювання розбіжностей між державами. Воно може бути примусовим (тобто підкріпленим погрозою застосування заходів покарання чи застосування сили), але є явно ненасильницьким. Його основними інструментами є міжнародний діалог і переговори, які в основному ведуть акредитовані посланники (термін походить від французького *envoyé*, що означає «той, кого відправляють») та інші політичні лідери. На відміну від зовнішньої політики, яка, як правило, проголошується публічно, більшість дипломатії ведеться конфіденційно, хоча в сучасних міжнародних відносинах як сам факт її проведення, так і її результати майже завжди оприлюднюються.

4. Кулінарна дипломатія, нова сфера дипломатичних досліджень, досліджує, як їжу можна використовувати як інструмент для сприяння побудові відносин, співпраці та миру. Це практикується на багатьох рівнях; коли президент організовує державну вечерю, їжа служить відображенням американської гостинності та інгредієнтів, а також даниною поваги главі держави, який прибув з візитом. Декілька національних урядів, у тому числі Таїланду, Перу та Сполучених Штатів, також розпочали публічні кампанії кулінарної дипломатії, звертаючись до іноземних чиновників, які використовують їжу для сприяння торгівлі, туризму та співпраці.

Кулінарна дипломатія також може відбуватися на повсякденному рівні, коли кожен із нас спілкується з людьми з усього світу в кулінарному контексті. Це відбувається щодня в усьому світі, чи то в сусідньому ефіопському ресторані, то в вантажівці з індійською їжею в Мельбурні чи то в кіоску з турецьким шашликом у Берліні.

Їжа, звичайно, один із найдавніших інструментів у наборі дипломата, але досліджувати її таким чином почали зовсім недавно. Від стародавнього Китаю до Персії та Греції королівські особи та лідери розважали глав іноземних держав, прагнучи продемонструвати кулінарну спадщину своєї нації. Шовковий шлях, наприклад, сприяв кулінарному обміну на додаток до економічної та культурної взаємозалежності. У сучасній глобальній економіці ми ще більше взаємопов'язані, маючи безліч варіантів на

полицях продуктових магазинів з усієї планети та ресторанів, де подають їжу з раніше недоступних місць.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Рудюк С.М. Український військовий аташат в минулому і сьогодні : науковий вісник Дипломатичної академії України. Київ, 1999. № 2.
2. Сліпченко О. Дипломатична кухня // Зовнішні справи. 2014. №9. Режим доступу:  
<http://www.uaforeignaffairs.com/ua/ekspertnadumka/view/article/diplomaticchna-kukhnja/>. (дата звернення: 02.05.2014).
3. Макаренко Є. А. Віртуальна дипломатія. К. : Центр вільної преси, 2010. 302 с.
4. Кулік С. Електронна дипломатія. Початок. URL:  
<http://www.ifar.ua/library/book532.pdf>. (дата звернення 11.10.2021).
5. Нестерович В.Ф. Іноземне мовлення США у системі американської публічної дипломатії .Наукова бібліотека. Право. 2016. № 7-8.
6. Структура публічної дипломатії. веб-сайт. URL:  
[http://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/529/1/struktura\\_pd.pdf](http://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/529/1/struktura_pd.pdf).  
(дата звернення 14.10.2021).
7. Кукалець О. Є. Публічна дипломатія в теорії міжнародних відносин / О. Є. Кукалець. – Київ, 2020. – (Серія «Міжнародні відносини»; вип. 5).
8. Зінченко А. Л. Історія дипломатії: Від давнини до нового часу / А. Л. Зінченко. – Київ: РВЦ «Проза», 2005. – 559 с.
9. Руднева В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2012. Вип. 1. С. 147–153. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu\\_2012\\_1\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2012_1_18). (дата звернення: 11.09.2012).
10. Ціватий В. Г., Громико О. А. Поліцентричність сучасного світоустрою: мегатренд ХХІ століття: (інституційний контекст) // Зовнішні справи. 2014. № 8. С. 26–29.

11. Циватый В. Г. Застольный/столовый этикет, традиции питания и тренды украинской национальной кухни: институционально-региональное измерение // Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира: Сборник научных статей / под. ред. А. В. Павловской, И. И. Руцинской, Г. Е. Смирновой.
12. Циватый В. Г. Гастрономическая дипломатия и дипломатическая гурманистика: еда в политико-дипломатическом диалоге культур (институциональный аспект) // Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира: Сборник научных статей / под. ред. С. Г. Тер-Минасовой, А. В. Павловской.
13. International Relations. Edited by Stephen McGlinchey. Bristol, England, 2017. Part I: Diplomacy. P. 26-36.
14. Шевель І. П. Кулінарні дипломатичні конфлікти як зброя сучасної світової політики // Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти: Науковий журнал. 2019.
15. Reynolds C. Diplomatic gastronomy: The convivial nature of the power of prestige, cultural diplomacy and soft power. Trapido 2008. III-IV. С. 23-32.
16. Rockower P. S. Recipes for gastrodiploamacy. Place branding and Public Diplomacy, 2012.
17. Rockower P. S. The State of Gastrodiploamacy. Public Diplomacy. University of Southern California. Winter, 2014.
18. Циватый В. Г. Гастрономічна дипломатія: світова та українська практика й традиції дипломатії «м'якої сили» ХХІ століття. Рецензія на книгу: Слипченко А.С. Дипломатическая кухня. Киев: Генеральная дирекция по обслуживанию иностранных представительств, 2015. 493с. // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2015. Випуск 22. Частина I. Серія «Історичні науки». С. 168-172.

19. Melissen J. The new public diplomacy: between Theory and Practice // Melissen J. (ed.) The new public diplomacy. Soft power in international relations. New York: Palgrave MacMillan, 2007. P. 3–25.
20. Cowan G., Arsenault A. Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy // The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences. 2008. Vol. 616, N 1. P. 10–30.
21. Michalski A. The EU as a soft power; the force of persuasion // Melissen J. The new public diplomacy. Soft power in international relations. New York: Palgrave MacMillan, 2007. P. 124–144.
22. Arsenault, A. & Hayden, C. (2014). State department: Digital media evaluation in the international information programs bureau (IIP/analytics) and public affairs bureau (PA/ODE). In Data-driven public diplomacy: Progress towards measuring the impact of public diplomacy and international broadcasting activities, (pp. 34-40). Retrieved from: <https://www.state.gov/documents/organization/231945.pdf>. (дата звернення: 07.23.2014).
23. Botan, C.H. & Taylor, M. (2004). Public relations: State of the field. Journal of Communication, December 2004, 645-661.
24. Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary diplomacy: Breaking bread to win hearts and minds. The Hague Journal of Diplomacy 8, 161-183.
25. Chapple-Sokol, S. (2016, August 28). A new structure for culinary diplomacy (Web log). Retrieved from: <http://culinarydiplomacy.com/blog/2016/08/28/a-newstructure-for-culinary-diplomacy/>. (дата звернення: 28.08.2016).
26. Cheslow, D. (2015, October 23). Hummus diplomacy: Israeli café discounts meals shared by Jews and Arabs. Retrieved from: <http://www.npr.org/sections/thesalt/2015/10/23/450905869/israeli-cafe-offersdiscounts-for-jews-and-arabs-to-share-a-meal>. (дата звернення: 23.10.2015).
27. Constantinou, C. M. (1996). On the way to diplomacy. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

28. Cooper, A. F., Heine, J., & Thakur, R. (2013). Introduction: The challenges of 21st - century diplomacy. In A. F. Cooper, J. Heine, & R. Thakur (Eds.). *The Oxford handbook of modern diplomacy*, (pp. 1-31). Oxford, UK: Oxford University Press.
29. Copeland, D. (2013). Digital technology. In A. F. Cooper, J. Heine, & R. Thakur (Eds.). *The Oxford handbook of modern diplomacy*, (pp. 1-31). Oxford, UK: Oxford University Press.
30. Cramer, J. M. (2011). Discourses of consumption and sustainability on the food network. In J. M. Cramer, C. P. Greene, & L. M. Walters (Eds.), *Food as communication / communication as food* (pp. 317-333). New York, NY: Peter Lang.
31. Cramer, J. M., Greene, C. P., & Walters, L. M. (Eds.). (2011). *Food as communication*. New York, NY: Peter Lang.
32. Cull, N. J. (2009). Public diplomacy before Gullion. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge handbook of public diplomacy* (pp. 19-23). New York: Routledge.
33. Cummings, M. C. (2009). *Cultural diplomacy and the United States government: A survey*. Cultural Diplomacy Research Series. Washington, D.C.: Americans for the Arts. Retrieved from: <http://www.americansforthearts.org/byprogram/reports-and-data/legislation-policy/naappd/cultural-diplomacy-and-theunited-states-government-a-survey>. (дата звернення: 17.06.2009).
34. Dinnie, K. (2016). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. London: Routledge.
35. Dolea, A. (2015). The need for critical thinking in country promotion: Public diplomacy, nation branding and public relations. In J. L'Etang, D. McKie, N. Snow, & J. Xifra (Eds.). *Routledge handbook of critical public relation* (pp. 274-288). New York, NY: Routledge.
36. Douglas, M. (1997). Deciphering a meal. In C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.) *Food and culture: A Reader*, (pp. 36-54). New York, NY: Routledge.
37. Feed the Future. (n.d.) About. Retrieved from: <https://www.feedthefuture.gov/about>. (дата звернення: 04.05.2011).



38. Frechette, L. (2013). Foreword: Diplomacy: Old trade, new challenges. In A. F. Cooper, J. Heine, & R. Thakur (Eds.). *The Oxford handbook of modern diplomacy*. Oxford, UK: Oxford University Press.
39. Frye, J. J., & Bruner, M. S. (2012). Introduction. In J. J. Frye & M. S. Bruner (Eds.) *The rhetoric of food: Discourse, materiality, and power* (pp. 1-6). New York, NY: Routledge.
40. Gaither, T. K., & Curtin, P. A. (2008). International public relations: Toward an integrated theoretical base. In T. L. Hansen-Horn & B. D. Neff (Eds.) *Public relations: From theory to practice* (pp. 281-296). Boston, MA: Pearson Allyn and Bacon.
41. Goff, P. M. (2013). Cultural diplomacy. In A. F. Cooper, J. Heine, & R. Thakur (Eds.). *The Oxford handbook of modern diplomacy*, (pp. 419-435). Oxford, UK: Oxford University Press.
42. Golan, G. J., & Yang, S. (2015). Introduction: The integrated public diplomacy perspective. In G. J. Golan, S. Yang, & D. F. Kinsey (Eds.), *International public relations and public diplomacy: Communication and engagement* (pp. 1-12). New York, NY: Peter Lang.
43. Golan, G. J. *International public relations and public diplomacy: Communication and engagement*. / Golan, G. J, Yang, S., Kinsey, D. F. – New York: NY: Peter Lang, 2015.