



УДК 327.8

DOI: [https://doi.org/10.17721/UCS.2022.2\(11\).10](https://doi.org/10.17721/UCS.2022.2(11).10)

Тетяна Клинїна, канд. іст. наук, доц.  
Національний авіаційний університет,  
проспект Любомира Гузара, 1, м. Київ, 03058, Україна  
tklynina@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-0334-9852>

## КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ДЕРЖАВНОГО ДЕПАРТАМЕНТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ США: "ЗОЛОТИЙ ВІК" (1953–1961 РОКИ)

*Стаття присвячена розвитку культурної дипломатії США у 1953–1961 роках як інструменту здійснення зовнішньої політики. В американській історіографії цей період прийнято окреслювати як "золотий вік", оскільки відбувся суттєвий прорив у розумінні значення культури як одного з ефективних елементів реалізації зовнішньої політики. Методологічною основою статті стали принцип історизму, системний підхід, проблемно-хронологічний та описовий методи. Метою статті є аналіз основних видів культурної дипломатії, які США використовували для популяризації себе за кордоном у контексті протистояння з Радянським Союзом. У статті наголошується на проблемі зіставлення понять "культурна дипломатія" та "публічна дипломатія". Зазначається, що суттєву роль у культурному перетворенні відіграли Державний департамент США та створене пізніше Інформаційне агентство США, хоча при цьому обидві інституції намагалися уникати повної відповідальності за результати культурної політики. У статті спростовується теза, що мистецтво у Сполучених Штатах було поза політикою, і доводиться, що культура крокувала поруч із зовнішньополітичним курсом США.*

**Ключові слова:** культурна дипломатія США, Д. Ейзенхауер, Державний департамент, маккартизм, холодна війна.

**Постановка проблеми.** Культурна дипломатія є одним з найбільш ефективних інструментів реалізації зовнішньополітичної стратегії будь-якої держави, яка має на меті претендувати на суттєву роль у сучасній системі міжнародних відносин. По суті, за ступенем дієвості культурна дипломатія є "м'якою силою" держави і не відстає від військово-політичних та економічних ресурсів, які вважаються пріоритетними важелями серед інструментів впливу. Культурна дипломатія США є однією з найуспішніших у сучасному світі. Однак розуміння ролі культури у політичних колах США виникло не одразу. Державному департаменту та деяким американським президентам після Другої світової війни в буквальному сенсі довелося боротися з Конгресом та американською громадськістю за право "розказувати світу про себе". Особливого розвитку ця боротьба досягла за часів президентства Д. Ейзенхауера і, як виявилось пізніше, стала достатньо успішною, аби сьогодні називатися "золотою добою" культурної дипломатії США. Не останню роль у цьому досягненні відіграв й Державний департамент США, до широкого кола функцій якого відносяться не лише політичні питання, а й не зовсім характерна для зовнішньополітичного відомства діяльність: робота з різними некомерційними організаціями та фондами, які представляють соціальні та політичні програми в інших країнах. Проводячи таким чином культурну політику, Державний департамент не тільки сприяє підтримці позицій та іміджу США як світового лідера, а й поширює концепцію "американського інтернаціоналізму", яка декларує можливість надання кожній державі інструментів для реалізації національного потенціалу на основі культурних, етнічних та релігійних традицій, підкреслюючи при цьому, що жодна інша країна світу, крім Сполучених Штатів, не здатна забезпечити такі можливості. Групові та індивідуальні тури, виставки художників, кінематограф, танцювальні тури, музичні виступи, освітні, наукові та культурні програми обміну – ось далеко не повний перелік галузей культури, представники яких можуть виступати як американські амбасадори, презентуючи суть Америки через мистецтво.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Науковий доробок з теми дослідження достатньо широкий і може бути розділений на дві групи: загальні праці, які стосуються

теоретичного розуміння такого поняття, як "культурна дипломатія", та предметно орієнтована література, яка розкриває роль музики, мистецтва, танцю, літератури тощо як безпосереднього інструменту здійснення культурної дипломатії в окреслений період [Bartley 2001: 571; Davenport 2009: 208; Foster-Lussier 2015: 344]. Наявність різноманітності термінів, які використовуються взаємозамінно з культурною дипломатією, ускладнює відстеження її організаційної історії. Одне з найактуальніших ускладнень виникає внаслідок "стертя кордонів" між культурною та публічною дипломатією. Нескінченна кількість тлумачень культурної, публічної дипломатії або такого поняття, як "м'яка сила", не лише не вносить роз'яснень, а й більше заплутує щодо розуміння тієї грані, яка відділяє культурну дипломатію від публічної. Автор концепції "м'якої сили" американський політолог Дж. Най наголошує на трьох її складових: привабливості системи цінностей держави, привабливості її культури та ефективності невоєнних механізмів зовнішньої політики [Nye 2004: 12]. Американський історик Мілтон Каммінгс визначає культурну дипломатію як "обмін ідеями, інформацією, мистецтвом та іншими аспектами культури між націями та їх народами з метою сприяти взаєморозумінню" [Cummins 2003: 1]. Але тут постає питання, чи завжди культура виступає об'єктом порозуміння? Історія знає немало прикладів, коли ця теза може бути спростована. Політолог Харві Вейгенбаум описує культурну дипломатію як взаємодію, яка "дозволяє людям, які належать до різних культур, пізнати та зрозуміти один одного", тоді як публічна дипломатія "доносить слово Америки переконливим способом до сприйнятливої громадськості в інших країнах" [Arndt 2001: 18]. Іноді публічну дипломатію називають "м'якою силою". Дехто вважає, що ці терміни є свого роду методами переконання, які можна вважати пропагандою. Так чи інакше, ми вважаємо культурну дипломатію частиною або різновидом публічної дипломатії та одним з інструментів "м'якої сили".

**Метою статті** є аналіз культурної дипломатії США за часів президентства Д. Ейзенхауера, а також показ основних культурних напрямлень, які дозволили визначити культурну дипломатію у 1953–1961 роках "золотою".

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Пік розвитку культурної дипломатії США у XX столітті при-

пав на час президентства Дуайта Ейзенхауера, людини, яка була Верховним головнокомандувачем військами союзників в Європі та керувала англо-американськими силами при відкритті другого фронту у Нормандії у 1944 році. Здавалося б, що може бути спільного між керуванням військовими справами та витрачанням грошей американських платників податків на культурні пам'ятки? Однак Д. Ейзенхауер був, мабуть, ідеальною людиною, щоб виграти і цей бій, але вже на культурному полі, відродивши програму культурної дипломатії, яка була загнана у глухий кут за роки правління Г. Трумена [Thomson 1963: 29].

Коли Д. Ейзенхауер вступив на посаду в 1953 році, відразу стало зрозумілим, що настали зміни в американській культурній дипломатії. Як стверджує Лаура Бельмонте, новий президент "надав інформаційній діяльності – як відкритій, так і таємній – такого ж значення, як військовій, економічній та дипломатичній операціям" [Rosenberg 2005: 45]. До 1953 року ані попередній президент Г. Трумен, ані держсекретар Д. Ачесон не виявляли особливого інтересу до цінності культури як інструмента в холодній війні. Ставлення Д. Ачесона до культурної дипломатії було результатом загальної атмосфери, яка панувала в Державному департаменті США, де багато чиновників продовжували вірити, що культурні програми були неефективною тратою часу та ресурсів [Cummings 2009: 7]. До того ж не останню роль у такому розумінні культурної дипломатії відіграв негативний досвід організації виставки американського мистецтва, яка відбулася у 1946 році за безпосереднього сприяння Державного департаменту США, який витратив сорок дев'ять тисяч доларів державних грошей на придбання сімдесяти дев'яти картин американських художників. У такий спосіб Державний департамент США хотів, аби світ зрозумів, що Сполучені Штати Америки – це не лише нація автомобілів, жувальної гумки та голлівудських фільмів [Menand 2005]. Попередній перегляд виставки в Метрополітен-музеї пройшов добре, і як результат колекція була поділена на дві частини: тридцять картин було відправлено до Латинської Америки, а решта потрапила до Парижа, згодом – до Праги. Планувалося продовжити виставку в Угорщині та Польщі, але останньою зупинкою виявилася тодішня Чехословаччина. Це було пов'язано з тим, що виставку почала активно критикувати Професійна ліга американських художників, яка написала до Державного департаменту скаргу про те, що обрані для виставки картини були "яскраво позначені радикалізмом нових течій європейського мистецтва" і "не були корінними для нашої землі" [Menand 2005]. У пресі спалахнув справжній скандал. Голова Комітету з асигнувань Палати представників написав гнівного листа вже іншому держсекретарю, Джорджу К. Маршаллу. "Ці картини – пародія на мистецтво, – скаржився він. – Вочевидь, вони були створені людьми, метою яких було: (1) Зробити Сполучені Штати смішними в очах іноземних держав і (2) Створити зловмисне ставлення до Сполучених Штатів" [Menand 2005]. Не кращою була реакція і тогочасного президента США Г. Трумена, який назвав художників, які написали виставлені на виставці картини, ледарями. Врешті-решт держсекретар Дж. Маршалл наказав відкликати виставку, а картини передали до Управління військового майна як військові надлишки та розпродали. Згодом Дж. Маршалл оголосив, що гроші платників податків більше не будуть витрачатися на сучасне мистецтво, а Державний департамент видав постанову, згідно з якою

жоден художник, підозрюваний у тому, що він комуніст чи прибічник цієї ідеології, не може виставлятися за рахунок уряду [Levine 2020]. Протягом наступних десяти років відбулося декілька подібних інцидентів: культурні заходи піддавалися нищівній критиці через звинувачення учасників заходу у зв'язках з комуністами.

Офіційна лінія, звичайно, полягала в тому, що мистецтво в Сполучених Штатах було поза політикою. Порівнюючи Д. Ейзенхауера з Г. Труменом, варто наголосити на відсутності терпіння та розуміння в останнього. Г. Трумен не вважав культурну дипломатію одним із напрямків так званої психологічної війни, і його адміністрація особливо не поспішала забезпечувати систематичне фінансування міжнародних мистецьких виставок та й будь-яких культурних програм загалом. Д. Ейзенхауер мав діаметрально протилежну думку [Krenn 2017: 95]. У 1954 році, виступаючи на святкуванні двадцять п'ятої річниці Музею сучасного мистецтва, Д. Ейзенхауер назвав сучасне мистецтво "стовпом свободи", сказавши, що "поки наші митці вільно творять із щирістю та переконанням, у мистецтві триватимуть здорові суперечки та прогрес. Але інакше буває в тиранії. Коли митців роблять рабами та зняряддям держави; коли митці стають головними пропагандистами справи, прогрес зупиняється, а творчість і геній знищуються" [Bartley 2001: 587]. Приблизно в той самий час Д. Ейзенхауер виступив перед підкомітетом Палати представників, щоб надати аргументи на користь культурних програм. Він закликав Конгрес виділити кошти для відправки експонатів та інформації, які будуть "легко сприйматися людьми", за кордон [Osgood 2006: 78]. Однак Д. Ейзенхауер не хотів обмежувати категорію "культури" виключно образотворчим мистецтвом. На його думку, люди у світі мали б знати все про американців: про їхні машини, про те, що і скільки вони їдять, який одяг вони носять, коли йдуть на спортивні змагання, що саме Америка пропонує своїм громадянам для проведення дозвілля тощо. Д. Ейзенхауер вважав, що світове розуміння Сполучених Штатів і їх народу було серйозно спотвореним. У листі до свого брата він скаржився, що "європейці навчили, що ми – раса матеріалістів, єдині розваги яких – гольф, бейсбол, футбол, скачки та особливо жорстокий вид боксу. Наші успіхи описані в термінах автомобілів, а не в термінах будь-яких вартісних культурних робіт. Вважається, що духовні та інтелектуальні цінності в нашій країні майже відсутні" [Krenn 2017: 95].

Збіг чи ні, але наступного, 1955 року у популярному на той час журналі "U.S. News & World Report" з'явилася стаття під приголомшливою назвою "Мистецтво та розваги: остання зброя "холодної війни" для США". Однак замість реальної зброї американська громадськість побачила звичайні великі літери американської абетки, які були накладені на політичну мапу світу. Супровідні нотатки пояснювали значення літер: "А" означала художні експонати; "Б (В – літера американської абетки)" – балет; "С" позначала концерти; "Д (американська літера D)" – драму і, нарешті, "М" позначала музичні комедії. По суті, зображена мапа представляла собою глобальний культурний наступ, розпочатий Сполученими Штатами у напрямку всесвітньої боротьби проти комунізму. В такий спосіб Америка визнавала, що має надолужити втрачений час і використати всі наявні інструменти проти країни рад; остання ж, у свою чергу, робила вигляд, що "перебуває у центрі власного великого культурного руху". Поява такого роду статті свідчила про початок чогось нового в історії американської

культурної дипломатії: вперше культурні ініціативи не просто підтримувалися урядом США, а фактично сприймалися як важливі інструменти публічної дипломатії [Krenn 2017: 95].

Перша половина 50-х років ХХ століття була відзначена епохою маккартизму (назва була пов'язана з діяльністю сенатора Джозефа Маккарті), який виражався в різкому антикомунізмі й гоніннях на політичних опонентів всередині США, яких називали "антиамериканськи налаштованими" [Lenczowski 2011: 107]. І почав Дж. Маккарті як раз з нападів на ті культурні направлення, які б мали бути використані як засоби просування культурної дипломатії США. Спочатку Дж. Маккарті шукав комуністів серед очільників та робітників служби радіомовлення "Голос Америки", чим спричинив низку звільнень та кадровий голод всередині самої радіостанції, поставивши під сумнів її подальше існування. Згодом фокус уваги його культурного списку змістився на популярні бібліотеки, які були засновані за кордоном за допомогою Американської бібліотечної асоціації. Посилаючись на необхідність дослідити ці бібліотеки, щоб викоринити "марнотратство, підривну діяльність і будь-які бібліотечні книжки лівого спрямування" [Arndt 2005: 92], Дж. Маккарті накинувся на інформаційні центри США, які розташовувалися в ряді провідних європейських країн. Наслідком такої активності Дж. Маккарті стало вилучення більше ніж 30 тис. книжок. Занадто діяльна позиція Дж. Маккарті позначилася й на Державному департаменті США, який, будучи схильованим такою активністю, навіть видав досить жорсткі накази щодо заборони в інформаційних центрах США за кордоном будь-чого, віддалено суперечливого [Cummings 2009: 9]. Багато науковців сходяться на думці, що такими діями Дж. Маккарті практично миттєво знищив ліберальний імідж Сполучених Штатів і доброзичливість, яку так плекали інформаційні закордонні центри США. Загалом, це не був сприятливий початок для будь-якого відродження американської культурної дипломатії, адже пік діяльності Дж. Маккарті як раз припав на початок президентства Д. Ейзенхауера, хоча варто наголосити, що цей пік став початком кінця. Приводом для зміни підходу Америки до культури як інструмента холодної війни стала культурна політика СРСР, який на початку 1950-х років почав відправляти по світу десятки тисяч культурних амбасадорів. У такий спосіб Радянський Союз намагався донести, що країна, яка має таких прекрасних митців, музикантів, балетмейстерів, кінорежисерів тощо, апріорі не може бути військовим монстром [Rosenberg 2005: 54]. Паралельно до цього радянська влада постійно акцентувала увагу на безкультур'ї Заходу та Америки, ставлячи питання щодо того, чим займаються ці країни, якщо вони не мають часу на культуру. Невже готуються до війни, в чому постійно звинувачують Радянський Союз?

Така риторика радянського керівництва стала двигуном прогресу для культурної дипломатії Д. Ейзенхауера. Президент глибоко поважав свого держсекретаря Дж. Ф. Даллеса, але він також чітко усвідомлював його небажання займатися культурними програмами. Політичні напади на "Голос Америки", закордонні американські бібліотеки лише посилили думку Дж. Ф. Даллеса про те, що культурні зусилля є легкою мішенню для критиків з Конгресу [Lenczowski 2011: 116]. Тому Д. Ейзенхауер прийняв рішення створити абсолютно нову урядову агенцію, яка займатиметься всією інформаційною та культурною діяльністю. Так у серпні 1953 року було створено Інформаційне агентство США,

яке на перший погляд виглядало дійсно самостійною, незалежною, окремою урядовою інституцією. Однак реальна ситуація була зовсім іншою: агентство не мало монополії на здійснення інформаційної діяльності за кордоном і було досить тісно пов'язане з Державним департаментом США [Waller 2009: 39]. По суті, Державний департамент залишався тією урядовою інституцією, яка визначала й керувала культурною дипломатією США, однак робила цю діяльність невидимою. Хоч Дж. Ф. Даллес і мав бажання позбутися культурної функції свого департаменту, тим не менш волів тримати руку на пульсі. Врешті-решт Д. Ейзенхауер, виконуючи побажання Дж. Ф. Даллеса, вимагав, щоб Інформаційне агентство США (далі – ІА США) діяло відповідно до зовнішньополітичних вказівок, розроблених Державним департаментом [Proposed National...], і було йому підпорядковано (для розуміння природи відносин Д. Ейзенхауера зі своїм державним секретарем можна звернутися до статті автора "Державний секретар США Джон Фостер Даллес: курс на особисту дипломатію?" – прим. авт.). Агентство мало показати людям у світі, що "цілі та політика Сполучених Штатів узгоджуються з їхніми законними прагненнями до свободи, прогресу та миру та сприяють їм" [Proposed National...]. Окрім того, чітко ставилося питання про те, що культурні програми не існують самі по собі. Відтепер культура служитиме політиці. З цієї директивою було очевидно, що все зміниться для національної культурної дипломатії. Однак не дивлячись на такі голосні заяви, незмінним залишалось одне – контроль держави. І незважаючи на начебто необмежені повноваження Інформаційного агентства США, Державний департамент був суттєвим гравцем на культурному полі. Можливо, Даллес не дуже захоплювався використанням музики, мистецтва чи театру як дипломатичних інструментів, але багато чиновників, які працювали під його керівництвом, усе ще вірили, що культура може бути не лише важливою, але й ефективною зброєю [Thomson 1963: 112]. До того ж досвід та широта радянської пропаганди змусили навіть найнеохочішого культурного дипломата переглянути ідею про те, що Інформаційне агентство США повинне мати монополію в цій галузі. Таким чином, хоча агентство займалося багатьма культурними питаннями, держава залишалася головною виконавчою силою. Щоправда, обидві інституції, як Державний департамент, так і Інформаційне агентство США, воліли б все ж таки уникнути стовідсоткової відповідальності за здійснення культурної дипломатії й не бути розкритикованими щодо участі держави в культурних програмах. Ідеальним станом співіснування держави та культури вважалося б зменшення публічної ролі держави та збільшення попиту "на Америку" за кордоном.

Аби "залишитися осторонь", Держдеп та ІА США вирішили залучити приватних діячів культури. У 1954 році Департамент підписав угоду з Американським національним театром та академією, головним завданням якого була презентація американських п'єс, мюзиклів та балету за кордоном, щоправда, за рахунок державних грошей. Ця "фінансова залежність" відбивалася на діяльності Національного театру: Держдеп та ІА США запитували про конкретні програми щодо різних регіонів, вносили пропозиції щодо конкретних митців тощо, тим самим обмежуючи приватні міжнародні культурні зусилля [Krenn 2017: 95]. Американська дослідниця Ліза Девенпорт стверджує, що Державний департамент залишався достатньо уповноваженим у затвердженні всіх музичних і драматичних композицій і



виступав за "найбільшу обережність у виборі артистів". До 1957 року була запроваджена "система рейтингів", яка "допомогла оцінити чесність, особисті якості, музичні здібності та "американство" артистів, обраних для американських турів" [Davenport 2009: 39].

На початку "золотого віку" культурної дипломатії переважно увага США концентрувалася на двох культурних видах – класичній музиці та танці. Деякі дослідники вбачають у цьому зв'язок з двома найсильнішими елементами радянського культурного арсеналу, якими були класичні твори великих російських композиторів і танець, зокрема балет [Rosenberg 2005: 86]. Саме класична музика, а не народна чи популярна серед народу, на думку Державного департаменту (з цим погоджувався й Американський національний театр та академія), краще відповідає потребам американської дипломатії, оскільки метою культурної програми було продемонструвати світові, що Сполучені Штати також є лідером у сфері мистецтва. Хоча при цьому значна частина музики, яку грали американські симфонічні оркестри, була європейського походження. Філадельфійський оркестр, Нью-Йоркська філармонія, філармонія Нового Орлеана та Лос-Анджелесу, Бостонський симфонічний оркестр в буквальному сенсі слова увірвалися в музичний простір Європи та Далекого Сходу [Bartley 2001: 590]. Ситуація з танцем як елементом культурної дипломатії була набагато проблемнішою. Американський національний театр та академія, та й світове співтовариство вважали, що СРСР має найкращу у світі балетну трупю. В такій ситуації американські балетмейстери не бажали протистояти росіянам на балетному фронті. Однак поступово, відкинувши страхи, деякі балетні трупи здійснили тур по Південній Америці, а згодом й по Європі. Великого розголосу як в самій Америці, так і за її межами набуло азіатське танцювальне турне трупи Марти Грехем у 1955–1956 роках [Geduld 2010: 47]. Сама ж Марта Грехем була першою танцівницею, яка виступала в Білому домі, подорожувала за кордон як культурний посол і отримала найвищу цивільну нагороду США – Президентську медаль Свободи з відзнакою. Оскільки Державний департамент прагнув налагодити відносини у регіоні, охопленому революцією та антиколоніальним рухом, та створити альянси в Азії для просування американських політичних інтересів, робота Марти Грехем була особливо корисною: під час туру М. Грехем та її танцюристи тісно співпрацювали з офіційними особами Державного департаменту, щоб рекламувати виступи та спілкуватися з азіатською елітою, яка їх відвідувала [Geduld 2010: 51–67].

Іншим основним елементом американської культурної дипломатії наприкінці 1950-х років став джаз, особливо через збільшення іноземного попиту на цей унікальний американський вид мистецтва [Fosler-Lussier 2015: 68]. До Державного департаменту та ІА США надходили запити з дипломатичних відомств США з усього світу з проханням про джазову музику та виконавців. Джаз, однак, був проблематичним для американських культурних дипломатів. Головною метою національної культурної дипломатії було продемонструвати іншим націям, що Америка має клас і смак; що це більше, ніж проста голлівудська версія нації, яка наголошує на злочинності, алкоголі та незаконній діяльності [Fosler-Lussier 2015: 75]. Проте джазові музиканти та їхня аудиторія, здавалося, насолоджувалися своєю репутацією "чужого". Не менш неприємним для багатьох американців був той факт, що джаз часто на-

зивали "кольоровою музикою" і для широкої публіки він залишався в основному сферою діяльності афроамериканців. І, як виявили офіційні особи США на початку 1950-х років, використання чорношкірих американців як культурних послів могло виявитися, м'яко кажучи, незрозумілим. Однак згодом американські політики почали розглядати джаз як цінну зброю холодної війни, оскільки він, безперечно, був виключно американською музикою. Джазова музика стала "секретною звуковою зброєю" Америки, справді американським продуктом із великою пропагандистською цінністю, "бо цікавитися джазом означає цікавитися Америкою" [Osgood 2006: 225–226]. Офіційними особами США джазові оркестри, особливо ті, які очолювали афроамериканці, розглядалися як спосіб використання популярної музики як культурної зброї та ефективного вирішення гострої расової проблеми. У 1956 році легенда джазу Дізі Гіллеспі розпочав тур, який зрештою провів його та його групу Іраном, Туреччиною, Югославією, Грецією, Сирією, Ліваном та Пакистаном. Майже десять років джаз був найбільшою культурною зброєю в американському арсеналі. Окрім джазу, спостерігалось поступове залучення афроамериканців і до інших сфер життя суспільства. Державний департамент почав фінансувати тенісистів, баскетболістів, боксерів, перетворюючи їх у спортивних послів Америки і в такий спосіб показуючи, що проблема расової дискримінації є скоріше виключенням, аніж правилом. У такий спосіб спорт став ще однією важливою сферою змагань під час культурної фази холодної війни. Згодом стало зрозумілим, що міжнародні спортивні змагання – це не просто шоу спортсменів-аматорів, які проявляють самовідданість і якісну спортивну майстерність. Фактично вони були аренами, де часто розігрувалися змагання за національний престиж [Davenport 2009: 158].

У мистецькій течії культурної дипломатії ставку було зроблено на абстрактний живопис, який вважали ідеальним засобом пропаганди, продуктом розвиненої цивілізації. На відміну від радянського живопису, американський не був ані образотворчим, ані дидактичним. По суті, його уявляли як мистецтво, поглинене власними можливостями та експериментами з кольором і формою. Так чи інакше, абстрактний експресіонізм виступав за автономію – автономію мистецтва, звільненого від свого обов'язку представляти світ, та свободу особи [Pells 2011: 216]. У такий спосіб позиціонувалися принципи, які Сполучені Штати відстоювали у всесвітній боротьбі, а американське абстрактне мистецтво стало синонімом демократії та виявлення свободи. Популяризувати та просувати цей напрям культури взявся Музей сучасного мистецтва, метою діяльності якого було доказати, що Америка не є "культурною глушиною", як любили повторювати в радянській Росії [Levine 2020].

У 1958 році в Брюсселі відкрилася Всесвітня виставка, на якій, на думку американського істеблішменту, була прекрасна можливість показати США у єдиній цілісній картині. Однак деякі конгресмени заперечували щодо цього, апелюючи до обмеженого фінансування. Реакція громадськості не змусила довго чекати: редакції американських газет на наступний день заявили на всю Америку, що "нас чекає ганьба в Брюсселі через звичайні копійки" [Krenn 2017: 115]. Конгресу довелося поступитися, й організатори американського виставкового залу зробили все можливе, щоб справити враження на іноземних відвідувачів. Американські чиновники звернулися до Волта Діснея, чия компанія придумала надзвичайно популярну в США "Циркораму"

(кругорамна кінематографічна система, а також кіно-театр з панорамним екраном, який оточує увесь глядацький зал). Відвідувачів чекала буквально бурхлива подорож Сполученими Штатами, коли зображення, зняті майже дюжиною камер, обтікали навколо круглого театру. Щоб більше розповісти про те, ким були американці, у павільйоні також містилися "Американський вулицяний пейзаж", книгарня, повністю американський ресторан і театр для музики, танців, кіно та театральних вистав. Американські культурні дипломати вірили, що в Брюсселі можна було б зробити більше, зокрема щодо відкритого вирішення однієї з найбільш тривожних суперечностей культурної програми та однієї з найгостріших проблем країни. З цією метою американський павільйон також містив експозицію переважно абстрактного експресіоністського мистецтва, а в окремі будівлі – виставку, присвячену проблемі громадянських прав у США [Pells 2011: 318].

У 1959 році культурна дипломатія США увірвалася в радянську Росію. Американська національна виставка в Москві стала одним із результатів угоди про культурний обмін 1958 року, підписаної Сполученими Штатами та Радянським Союзом у рамках кампанії "взаємного співіснування", яку, принаймні публічно, підтримали дві конкуруючі супердержави. Радянська національна виставка відкрилася в Нью-Йорку на початку 1959 року і, незважаючи на нескінченні яскраві моменти успішного запуску супутника за два роки до цього, зрештою виявилася радше цікавинкою, аніж відкриттям для американців, які її відвідали [Waller 2009: 174]. Масштабна виставка США в Москві багато в чому стала рішучою зміною в порівнянні з зусиллями культурної дипломатії, які спостерігалися раніше у 1950-ті роки. Замість того щоб акцентувати увагу на ідеї гуманізму, як це було на Брюссельському ярмарку, американці тепер просто намагалися "поховати" радянських громадян під лавиною споживчих товарів [Pells 2011: 357]. І, варто визнати, їм це вдалося. Таким чином, культурна дипломатія працювала на обох рівнях: як демонстрація креативності Америки та її відданості свободі думки та самовираження.

Однак не все було так беззмарно. Однією з проблем, яка продовжувала мучити американських культурних дипломатів, була критика Конгресу, його втручання та брак фінансування. Конгрес вже демонстрував шкоду, яку він може завдати під час своїх нападів на розвиток американської культури. Незважаючи на достатньо потужну публічну підтримку Д. Ейзенхауером культурних та інформаційних програм, Конгрес продовжував дивитися на програми скептично і часто з відвертою ворожнечею [Osgood 2006: 158-159]. Не менш ворожою інколи була діяльність і Федерального бюро розслідувань (ФБР), яке звинувачувало Державний департамент у тому, що не проводилися перевірки політичної приналежності людей, залучених до культурної дипломатії (пошук прихильників комунізму все ще не пішов на спад, хоч і мав певні риси зменшення) [Krenn 2017: 119]. Періодично різні конгресмени США заявляли про виявлення представників "комуністичного фронту" в різних сферах культурної дипломатії, а расова політика уряду США все ще залишала більше питань, запитів та труднощів, аніж дій, отруюючи тим самим той позитивний імідж, який так намагалися створити культурні амбасадори Америки [Pells 2011: 117].

**Висновок.** Ініціатива залучення представників культури до ідеологічного протистояння часів холодної війни зародилася у зовнішньополітичному істеблшменті

США, і на момент приходу Дуайта Д. Ейзенхауера до Білого дому ця стратегія була схвалена на найвищих рівнях американського уряду. Президент, Державний департамент, а згодом й Інформаційне агентство США докладали зусиль, аби створити цілісний образ Америки, спробувати надати сенсу, форми та напрямку нації, яка протягом останніх двох століть уперто відмовлялася дотримуватися єдиного стандарту того, що є, а що ні Америка/американець. З благословення Д. Ейзенхауера Сполучені Штати розпочали повний фронтальний культурний наступ, використовуючи класичну музику, джаз, сучасний і традиційний живопис і скульптуру, книги, оперу, театр, танці і навіть спорт, який досяг кульмінації в 1958–1959 роках. У такий спосіб США "ділилися" багатою культурою виконавського мистецтва Америки з міжнародною аудиторією, створюючи тим самим довготривалі зв'язки між Сполученими Штатами та іншими країнами світу. Як стверджували американські політики, культурна дипломатія, яку проводили США в окреслений період, стала "стрижнем публічної дипломатії, оскільки саме в культурній діяльності найкраще представлено уявлення нації про себе". Популяризуючи та захищаючи міжнародні культурні зусилля Америки, політичні кола зверталися у своїх промовах до ідеалів батьків-засновників США, апелюючи до Декларації незалежності, Конституції США, Білля про права тощо. По суті, розуміючи модернізм як один з видів зброї у холодній війні, президент, Державний департамент, навіть ЦРУ підтримували презентацію американського мистецтва по всьому світу. Культура розглядалася як лінія національної оборони, оскільки вона могла виховувати, надихати, зміцнювати серця та волю вільних людей. Через таке розуміння значення культури для майбутнього Америки вона не могла існувати відокремлено від держави. І як би не заперечували американські політичні кола внутрішні звинувачення щодо державного контролю культурної дипломатії, американське мистецтво було дуже добре узгоджене з американською зовнішньою політикою часів холодної війни. Повноцінне державне фінансування дозволяло державі, в обличчі Державного департаменту, висувати умови та певні вимоги щодо процесу експорту американських демократичних ідеалів через мистецтво за кордон. Це, в свою чергу, неодноразово приводило до конфлікту між державою, ІА США та приватними культурними організаціями. Тим не менш, залучаючи все, від високого мистецтва опери та класичної музики до більш популярних форм, таких як джаз і бокс, Державний департамент, тісно співпрацюючи з приватними особами, артистами та організаціями, розіслав "шматочки" Америки майже в усі куточки планети. Роки Д. Ейзенхауера, безперечно, виправдали свою репутацію "золотого віку" американської культурної дипломатії.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Arndt, Richard T. (2005). *The first resort of kings: American cultural diplomacy in the twentieth century*. Washington, Potomac Books, 602.
- Bartley, Russell H. I (2001). The Piper Played to Us All: Orchestrating the Cultural Cold War in the USA, Europe, and Latin America. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 14 (3), 571–619. Retrieved November 2, 2022. URL: <http://www.jstor.org/stable/20020095>.
- Cummings, Milton. (2009). Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. *Cultural Diplomacy: Recommendations and Research*, 1–15.
- Davenport, Lisa E. (2009). *Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era*. Jackson, University Press of Mississippi, 208.
- Fosler-Lussier, Danielle (2015). *Music in America's Cold War Diplomacy*. Berkeley: University of California Press, 344.
- Geduld, Victoria. (2010). Dancing Diplomacy: Martha Graham and the Strange Commodity of Cold-War Cultural Exchange in Asia, 1955 and 1974.



Dance Chronicle, 33(1), 44–81. Retrieved November 2, 2022. URL: [https://www.jstor.org/stable/20749313#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/20749313#metadata_info_tab_contents)

Krenn, Michael L. (2017). *The History of United States Cultural Diplomacy: 1770 to the Present Day*. New York, Bloomsbury Academic, 216.

Lenczowski, John. (2011). *Full spectrum diplomacy and grand strategy: reforming the structure and culture of U.S. foreign policy*. Lanham, Rowman & Littlefield publishers, 213.

Levine, Lucie. (2020). Was Modern Art Really a CIA Psy-Op? Retrieved November 2, 2022. URL: <https://daily.jstor.org/was-modern-art-really-a-cia-psy-op/>

Menand, Louis. (2005). Unpopular Front. American art and the Cold War. *The New Yorker*, October 9. Retrieved November 2, 2022. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2005/10/17/unpopular-front>

Nye, Jr., Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 387.

Osgood, Kenneth. (2006). *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*. Lawrence, University of Kansas, 520.

Pells, Richard. (2011). *Modernist America: Art, Music, Movies, and the Globalization of American Culture*. New Haven, Yale University Press, 512.

Proposed National Security Council Directive to the United States Information Agency (1954). Foreign Relations of the United States, 1952–1954, Volume II, Part 2. Retrieved November 2, 2022. URL: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1952-54v02p2/d345>

Rosenberg, Victor (2005). *Soviet – American Relations, 1953–1960: diplomacy and cultural exchange during the Eisenhower presidency*. Jefferson, McFarland & Company, 324.

Thomson, Charles A. and Laves, Walter H.C. (1963). *Cultural relations and U.S. foreign policy*. Bloomington, 352.

Waller, J. Michael (2009). *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*. Washington, Crossbow Press, 399.

#### REFERENCES

Arndt, Richard T. (2005). *The first resort of kings: American cultural diplomacy in the twentieth century*. Washington, Potomac Books.

Bartley, Russell H. I (2001). The Piper Played to Us All: Orchestrating the Cultural Cold War in the USA, Europe, and Latin America. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 14 (3), 571–619. URL: <http://www.jstor.org/stable/20020095>.

Cummings, Milton. (2009). Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. *Cultural Diplomacy: Recommendations and Research*, 1–15.

Tetiana Klynina, PhD (History), Associate Professor  
National Aviation University,  
1 Lubomyr Huzar avenue, Kyiv, 03058, Ukraine

#### CULTURAL DIPLOMACY OF THE STATE DEPARTMENT AS A TOOL OF US FOREIGN POLICY: THE "GOLDEN AGE" (1953 – 1961 YEARS)

*The article is devoted to the consideration of the issue of the development of US cultural diplomacy in 1953-1961 as a tool for implementing foreign policy. In American historiography, it is customary to describe this period as the "golden age", since there was a significant breakthrough in the understanding of the importance of culture as one of the effective elements of the implementation of US foreign policy. The methodological basis of the article was the principle of historicism, a systematic approach, problem-chronological and descriptive methods. The purpose of the article is to analyze the main types of cultural diplomacy that the USA used to promote itself abroad in the context of the confrontation with the Soviet Union. The article emphasizes the problem of comparing the concepts of "cultural diplomacy" and "public diplomacy", which makes it difficult to understand their organizational histories. The author of the article starts from the position that "cultural diplomacy" is not separate from "public diplomacy" and is an integral part of it. It is emphasized that the development of the Cold War and the Soviet Union's representation of itself as a country with a great cultural heritage and potential posed the question of changing cultural policy before the US government. During the presidency of D. Eisenhower, dance tours, art exhibitions, cinematography, literature, musical performances, educational, scientific and cultural exchange programs were transformed from an element of exclusively American art into instruments of foreign policy. Not the last role in this transformation was played by the US State Department and, created later, the US Information Agency. Although at the same time, both institutions tried to avoid full responsibility for the results of cultural policy implementation. The basis for this attitude was the constant criticism of congressmen (among whom J. McCarthy played a significant and rather harmful role), as well as the focused attention of the American public on the appropriateness of using the money of American taxpayers. The article refutes the thesis that art in the United States was outside of politics and proves that culture has been in step with the US foreign policy course. Nevertheless, despite a number of obstacles and state control, the cultural diplomacy of D. Eisenhower's time appeared in other colors and really became its "golden period".*

**Keywords:** "cultural diplomacy" of the USA, D. Eisenhower, State Department, USA, "McCarthyism", "cold war".

Davenport, Lisa E. (2009). *Jazz Diplomacy: Promoting America in the Cold War Era*. Jackson, University Press of Mississippi.

Fosler-Lussier, Danielle (2015). *Music in America's Cold War Diplomacy*. Berkeley: University of California Press.

Geduld, Victoria. (2010). Dancing Diplomacy: Martha Graham and the Strange Commodity of Cold-War Cultural Exchange in Asia, 1955 and 1974. *Dance Chronicle*, 33(1), 44–81. URL: [https://www.jstor.org/stable/20749313#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/20749313#metadata_info_tab_contents)

Krenn, Michael L. (2017). *The History of United States Cultural Diplomacy: 1770 to the Present Day*. New York, Bloomsbury Academic.

Lenczowski, John. (2011). *Full spectrum diplomacy and grand strategy: reforming the structure and culture of U.S. foreign policy*. Lanham, Rowman & Littlefield publishers.

Levine, Lucie. (2020). Was Modern Art Really a CIA Psy-Op? URL: <https://daily.jstor.org/was-modern-art-really-a-cia-psy-op/>

Menand, Louis. (2005). Unpopular Front. American art and the Cold War. *The New Yorker*, October 9. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2005/10/17/unpopular-front>

Nye, Jr., Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs.

Osgood, Kenneth. (2006). *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*. Lawrence, University of Kansas.

Pells, Richard. (2011). *Modernist America: Art, Music, Movies, and the Globalization of American Culture*. New Haven, Yale University Press.

Proposed National Security Council Directive to the United States Information Agency (1954). Foreign Relations of the United States, 1952–1954, Volume II, Part 2. URL: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1952-54v02p2/d345>

Rosenberg, Victor (2005). *Soviet – American Relations, 1953–1960: diplomacy and cultural exchange during the Eisenhower presidency*. Jefferson, McFarland & Company.

Thomson, Charles A. and Laves, Walter H.C. (1963). *Cultural relations and U.S. foreign policy*. Bloomington.

Waller, J. Michael (2009). *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*. Washington, Crossbow Press.

Надійшла до редколегії 17.11.22