

Мировая политика*Правильная ссылка на статью:*

Аветисян А.А. — Особенности внешней культурной политики Итальянской Республики в странах постсоветского пространства (на примере итало-узбекских отношений) // Мировая политика. – 2023. – № 4. – С. 69 - 81. DOI: 10.25136/2409-8671.2023.4.69195 EDN: JLFRDA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=69195

Особенности внешней культурной политики Итальянской Республики в странах постсоветского пространства (на примере итало-узбекских отношений)**Аветисян Альвина Александровна**

аспирант, кафедра итальянского языка ФИЯР, Московский Государственный Университет
119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские Горы, 1, стр. 13

✉ alvinaavetisyan@yandex.ru



[Статья из рубрики "Международный имидж государства"](#)

DOI:

10.25136/2409-8671.2023.4.69195

EDN:

JLFRDA

Дата направления статьи в редакцию:

01-12-2023

Дата публикации:

31-12-2023

Аннотация: Предметом исследования в данной статье является деятельность акторов внешней культурной политики Итальянской Республики в рамках ее курса по продвижению национальной культуры и формированию соответствующего образа государства у мирового сообщества. Объектом исследования в настоящей статье можно считать деятельность Итальянской Республики в рамках внешней культурной политики по продвижению позитивного образа страны в Узбекистане как стране постсоветского пространства. Статья нацелена на выявление основных ресурсов «мягкой силы» со стороны Италии в области международного сотрудничества в рамках внешней культурной политики, в силу того, что сегодня, в условиях глобальной взаимозависимости акценты в рамках курса внешней политики государства смещаются в

сторону вызова политического интереса к стране посредством механизмов «мягкой силы». При использовании общенаучных методов анализа и синтеза информации, наблюдения, систематизации, классификации, интерпретации и прогнозирования детальному рассмотрению подвергаются продвигаемые составляющие итальянской национальной культуры, набор проводимых мероприятий официальными акторами итальянской внешней культурной политики в Узбекистане, их тематика и характер, а также оцениваются особенности выбора платформ для распространения ресурсов «мягкой силы» Италии. Новизна исследования заключается в том, что оно позволяет рассмотреть деятельность официальных акторов итальянской культурной политики на примере одной из стран Востока и Азии, куда с началом нового десятилетия XXI века активно смещается вектор международных отношений и, в частности, культурной дипломатии и применения механизмов "мягкой силы". В статье выявляются основные направления итальянской культурной дипломатии в Узбекистане и проводится анализ того, насколько универсален подход Итальянской Республики в выборе ресурсов и каналов для продвижения национальной культуры за рубежом. В связи с полученными выводами выявляются составляющие образа страны, которые продвигаются итальянской стороной во внешней культурной политике, направленной на Узбекистан, что позволяет также оценить перспективы работы в области продвижения ресурсов «мягкой силы» Италии, формирующие позитивный образ Италии в странах постсоветского пространства, в частности, в Узбекистане.

Ключевые слова:

Внешняя культурная политика, культурная дипломатия, продвижение национальной культуры, международное сотрудничество, итало-узбекские отношения, Итальянская культура, Мягкая сила, Средняя Азия, Узбекистан, геобрендинг

Внешняя культурная политика, зачастую базирующаяся на культурной дипломатии и входящая в комплекс мероприятий политики «мягкой силы», на сегодняшний день является одним из лидирующих направлений внешней деятельности, призванных создавать позитивный имидж страны за рубежом и распространять своё влияние на страны присутствия. Италия как страна, обладающая такими ресурсами, как историко-культурное и эногастрономическое наследие, а также продукцией класса люкс и технологиями её производства и продвижения, выступает активным деятелем в области распространения своей культуры и имеет достаточно разнообразные с точки зрения их происхождения ресурсы «мягкой силы». Следует отметить, что понятие «мягкой силы» в контексте внешней культурной политики является термином, включающим в себя культурную притягательность государства, особенности его традиций, истории, а «также конкретные достижения - от продуктов массовой поп-культуры и побед на международных спортивных площадках до научно-технических прорывов» [1, с.15]. Поэтому гипотезой в данном исследовательском проекте будет служить довод о том, что набор тех самых ресурсов «мягкой силы» Италии, а также каналы и площадки их распространения могут отличаться в зависимости от страны, на которую направлена итальянская внешняя культурная политика.

Сегодня, в достаточно быстро меняющемся мире, когда страны Востока и Азии получают новое позиционирование в системе международных отношений и открывают перспективы для их развития, в странах данного региона наблюдается рост инвестиций, как экономических, так и кадровых. В связи с этим, актуальность исследований в данной

области растет и становится возможным рассмотреть деятельность официальных акторов итальянской культурной политики на примере одной из стран данного региона. Так, в настоящей статье целью является анализ деятельности итальянских акторов во внешней культурной политике по сотрудничеству на международной арене, построенный на рассмотрении особенностей присутствия Италии на территории страны Средней Азии постсоветского пространства – Узбекистане. Что касается используемых методов исследования, которые помогут добиться поставленной цели, то в настоящей работе применяются главным образом общенаучные методы анализа и синтеза информации, наблюдения, систематизации, классификации, интерпретации и прогнозирования. Основные задачи настоящего исследования можно сформулировать так: выявить основные направления итальянской культурной дипломатии в Узбекистане и проанализировать, насколько универсален подход Итальянской Республики в выборе ресурсов и каналов для продвижения национальной культуры за рубежом.

Во многих случаях главным актором ведения внешней культурной политики любого государства является Министерство иностранных дел, которое, в свою очередь, посредством посольств, культурных институтов и различных подведомственных организаций организовывает, регулирует и контролирует деятельность по продвижению культурных ценностей страны [2]. Поддержку Министерству иностранных дел оказывает Министерство по туризму, которое, пользуясь культурными, историческими и природными ресурсами страны, участвует в похожей деятельности по созданию позитивного образа страны за рубежом уже с целью привлечения денежных ресурсов, и Министерство культуры, которое, действуя вместе с посольствами, обеспечивает реализацию совместных проектов по обмену культурным достоянием (выездные выставки искусства, например) со страной-партнером. В итальянской практике такими органами по продвижению национальной культуры за рубежом являются Министерство иностранных дел и международного сотрудничества, под ведомством которого находятся культурная и экономическая дипломатия, а также деятельность Итальянских институтов культуры; и Министерство туризма (до 2021 года – Министерство культурного наследия, культурной деятельности и туризма), под эгидой которого действует Национальное агентство по туризму (ENIT), призванное продвигать позитивный образ страны за рубежом с целью развивать туристическую привлекательность и тем самым поднимать туристический спрос в направлении Италии [3].

В контексте внешней культурной политики, направленной на выстраивание позитивного имиджа страны за рубежом, следует рассматривать туристическую привлекательность как инструмент для успешного ведения политики «мягкой силы» [4, 2006]. Что касается итальянской культурной политики, то область туризма может считаться одним из каналов, через которые она продвигает свой имидж, а туристическая привлекательность уже рассматривается как одно из звеньев, составляющих образ страны в глазах широкой целевой аудитории в рамках национального брендинга – концепции, выработанной британским специалистом по имиджмейкингу стран, регионов и отдельных городов С. Анхольтом. Под национальным брендингом им понимается практическая деятельность, которая своей целью видит измерение, выстраивание и управление позитивным образом и привлекательностью для сотрудничества стран [5, 2013].

Компоненты «мягкой силы» Италии, в которые входят достижения культуры, историческое наследие, ноу-хау и технологии, а также результаты их применения, то есть, продукция, продвигаются посредством брендовой политики в области национального геобрендинга. Так, в рамках культурной дипломатии Италией во всем мире продвигаются бренд «Italia» и бренд «Made in Italy». Стоит отметить, что за время

своего развития, мегабренд «Made in Italy» получил большее и более быстрое распространение, что может объясняться тем, что в рамках бренда продвигалась итальянские продукция и товары [6], в то время, как бренд «Italia» изначально популяризировал итальянский образ жизни, кухню, природу и культуру как уникальный набор ресурсов (italianità) [7], с которым Италия готова была поделиться миром, и сосредотачивался на брэндинге итальянских территорий, который проводился совместно с Национальным агентством по туризму (ENIT). Сегодня, когда под «Made in Italy» уже понимаются и итальянские технологии производства или ноу-хау, и образовательные проекты, созданные итальянцами, эти два бренда, их составляющие и направления развития зачастую пересекаются, а иногда сливаются и уже продвигаются вместе. В связи с такой особенностью, провести между ними грань иногда становится проблематично. Поэтому в данной статье выявляемые продвигаемые ресурсы национальной культуры в рамках заявленных брендов будут рассматриваться в совокупности.

История вопроса

Что касается вопроса о международном сотрудничестве между Итальянской Республикой и Республикой Узбекистан, то присутствие Италии в Узбекистане началось после объявления Узбекистаном своей независимости в 1991. В 1992 году страна была официально признана Итальянской Республикой как независимая и суверенная, а 24 марта того же года было подписан Протокол об установлении дипломатических отношений между двумя странами. В 1997 году был подписан еще один важный для внешней культурной политики документ – Согласие о культурном и научном сотрудничестве между странами. Это ознаменовало начало совместной работы обеих стран по обмену в области культурного сотрудничества, которое устанавливалось и развивалось на протяжении последующих лет.

Говоря о современном положении, следует отметить, что последние два года в дипломатических отношениях был выявлен новый виток развития: двустороннее сотрудничество между странами расширилось и распространилось на область развития технологий, культурного обмена и образовательной деятельности с большей долей участия итальянской стороны [8]. В 2022 году, когда отмечалось 30-летие с дня установления дипломатических отношений между странами, сторонами в ходе анализов результатов совместных действий подчеркивалось, что за время их развития образовался прочный фундамент двусторонних отношений, положительно оценивалось устанавлившееся партнерство между странами и выражалась поддержка Италии в связи с подписанием Узбекистаном Соглашения о расширенном партнерстве и сотрудничестве между Узбекистаном и Европейским Союзом, что позволило иностранным партнерам Узбекистана уплотнить свое присутствие в стране [9]. В ознаменование годовщины дипломатических связей была также выпущена книга на итальянском языке, впервые полностью представляющая историю развития отношений между Узбекистаном и Италией. В ней Узбекистан описывался для итальянского читателя как молодая республика с тысячелетними культурными корнями и историческим наследием, отмеченным ЮНЕСКО как достояние человечества. А центральное расположение страны в Азии и нахождение на перекрестке Великого шелкового пути в книге характеризуются как факторы, делающие страну перспективной платформой с коммерческой точки зрения [10]. Такие замечания позволяют прийти к промежуточному выводу о том, что Италия видит в Узбекистане площадку для развития и продвижения своих брендов «Made in Italy» и «Italy» с перспективой закрепить свое положение и заявить о себе как стране,

готовой поделиться своими компонентами национальной культуры и технологиями и на территории Азии. Уже в 2023 году состоялось мероприятие «Uzbekistan – UE: State of Progress», где узбекской стороной выражалась признательность Италии в сотрудничестве в сферах экономики и технологий и в сфере культурного и образовательного обмена, было объявлено о намерении продолжать углубление связей между регионами, подчеркнут растущий сегодня интерес Италии к Центральной Азии и, в частности, к Узбекистану. Итальянская сторона подтвердила заинтересованность в Узбекистане как в партнере по культурному и экономическому обмену и как в стране, готовой меняться с целью прогрессировать и повышать свою привлекательность для сотрудничества, и отметила готовность продолжать развитие культурной дипломатии между странами [\[11\]](#).

Направления культурной дипломатии Италии в Узбекистане

Современная культурная дипломатия Итальянской Республики в Узбекистане реализуется одновременно по нескольким направлениям. Министерство иностранных дел Италии в качестве представительства в Узбекистане имеет посольство в Ташкенте, которое и отвечает за внешнюю культурную политику за рубежом. Итальянского института культуры на территории страны нет, поэтому за реализацию задач по продвижению национальных брендов страны в Узбекистане несет ответственность непосредственно Министерство иностранных дел. Всю актуальную информацию по продвижению Италии в стране можно получить из специально созданного для подобных целей портала «Italiana». Стоит отметить, что данная платформа является общей для всего мира и рассчитана на получение информации об Италии, итальянских культуре и языке, а также предстоящих мероприятиях по всему миру и об акторах, задействованных в реализации культурной дипломатии под эгидой Министерства иностранных дел Италии, и своей миссией видит продвижение итальянского языка, культуры и творчества в мире.

Несмотря на то, что согласие о культурном и научном сотрудничестве между странами было подписано еще в 1997 году, активное развитие наблюдается последние 2 года, что отразилось в составлении программы сотрудничества в 2023 году во время визита президента Узбекистана Шавката Мерзиёева в Рим [\[12\]](#). Основными целями, озвученными в документе, являются:

- распространение культурного и исторического наследия посредством организации выставок, обмена между музеями, мероприятий по продвижению итальянского и узбекского языков;
- сотрудничество в области сохранения, защиты и реставрации археологического и культурного наследия посредством обмена опытом и визитов экспертов.
- развитие сотрудничества в области распространения итальянских технологий и профессионального развития посредством открытия образовательных центров по передаче итальянских технологий с последующей возможностью их практического применения на территории Узбекистана под руководством итальянских специалистов.

Таким образом, что касается итальянской стороны, то по данным, полученным с портала «Italiana», в рамках культурной дипломатии Италия активно принимает участие в сотрудничестве в сферах науки, образования, технологий и культурного обмена. В связи с этим, представляется возможным провести изучение процесса реализации заявленных итальянской стороной целей относительно данных направлений.

Что касается научного сотрудничества, то данная сфера представлена главным образом крупными итальянскими археологическими миссиями в Узбекистане. Первый

археологический проект под названием «Samarcanda e il Suo Territorio» был начат еще в 2001 году в сотрудничестве с Болонским университетом и Итальянским институтом Ближнего и Дальнего Востока, действующего под эгидой Министерства иностранных дел Италии. Данный проект заключается в диахроническом изучении оазиса Самарканда с помощью итальянских ученых и археологов с целью провести геоархеологические исследования местности, в частности, античной ирригационной системы, а также изучить и проанализировать в лабораторных условиях в Италии, полученные материалы и передать итальянский опыт узбекским ученым в организации и проведении археологических экспертиз [13]. С подобными целями в 2008 году уже в сотрудничестве с Университетом Востока (Неаполь) была открыта еще одна археологическая миссия «Imperi Irenici e L'Asia Centrale» под руководством итальянских специалистов, где также проводится сбор и анализ данных с целью изучения культуры и цивилизации [14]. Более того, в 2023 году планируется начало еще одной археологической миссии уже в Каракалпакстане, суверенной республике в составе Узбекистана, также под руководством Итальянского института Ближнего и Дальнего Востока.

Еще одно крупное направление итальянской культурной дипломатии в Узбекистане – сфера образования. Здесь главной целью является продвижение итальянского образования, а вместе с тем и итальянских технологий в области дизайна, проектирования и обработки металла. Основной платформой для таких целей является открытый в 2009 году Туинский политехнический университет в Ташкенте на базе Туинского политехнического университета (Politecnico di Torino) [15]. Студентам университета при выборе так называемого «итальянского трека» (направление образовательного процесса обучения) предлагается получить двойной диплом европейского образца с возможностью выездных стажировок в Туинский университет в Италии. Основные программы, реализуемые итальянцами, сосредотачиваются на дизайне машин, дизайне и проектировке двигателей, машиностроении и на энергосберегающих технологиях. Стоит отметить, что анализ описаний программ и направлений подготовки позволил прийти к выводу, что в Политехническом университете в Ташкенте итальянская сторона видит не только базу для продвижения своего образования и итальянских ноу-хау, но и площадку для распространения итальянского языка. Для этого студентам предлагается его изучение на базе университета (изначально для поступления необходимо только подтверждение владением английского языка), а в связи с ожидаемым растущим интересом узбекской стороны к итальянскому языку как части национальной культуры, преподавание итальянского языка на базе университета планируется не только на уровне университетского образования, но в рамках курсов для абитуриентов и всех интересующихся.

На данном этапе анализа становится понятно, что, как в области образования, так и в области науки, Италия предлагает Узбекистану с точки зрения культуры свои практические знания, умения, итальянские технологии и собственный опыт в тех областях, где Узбекистан только начинает свое развитие или не имеет достаточного опыта. Стоит отметить, что в данном контексте Министерство иностранных дел Италии тесно связывает культурную дипломатию с внешней экономической политикой. Интерес с узбекской стороны к Италии растет в первую очередь в области экономического сотрудничества, в связи с чем присутствие Италии на территории страны начинается в этой области. Непосредственно в этой сфере итальянской стороной и продвигаются так называемые ценности национальной культуры Италии под мегабрендом «Made in Italy», в список которых входят уникальные итальянские технологии машиностроения, производства комплексного оборудования, ноу-хау в области текстильной

промышленности, металлургии и сельского хозяйства. В последнем секторе Италия также отмечает себя лидером по оказанию услуг профессионального образования и наличию высококвалифицированных кадров, готовых поделиться своим многолетним и многовековым опытом с узбекскими специалистами [\[16\]](#).

Продвижение уже упомянутых компонентов бренда «Made in Italy» позволяет продвигать в рамках того же бренда и сотрудничество в области распространения итальянской национальной культуры в её классическом понимании. Анализ и обзор тематических мероприятий, проводимых Италией в сотрудничестве с Узбекистаном, показывает, что итальянская сторона преследует две основные цели: познакомить итальянскую публику, включающую также итальянские компании, со среднеазиатской страной и постепенно представлять современную Италию в Узбекистане. В таком контексте активное взаимодействие заметно в области моды, выставок современного искусства, и часто носит пока еще локальный характер, хотя за последнее время частота мероприятий увеличилась, и можно ожидать, что такой тренд сохранится в силу того, что была анонсирована более плотная работа обеих сторон над совместными мероприятиями, начиная с 2023 года.

Ярким моментом в продвижении итальянского компонента бренда «Made in Italy» – моды – было участие в 2019 году итальянских дизайнеров в Ташкентской неделе моды, где итальянский дизайнер Давид ди Иорио в лице собственного бренда «UNMOVED MOVER» представил свою женскую коллекцию [\[17\]](#). Это событие ознаменовало подписание Меморандума о сотрудничестве между Европейским университетом дизайна (EUD) в Пескаре и Ташкентским институтом текстильной и легкой промышленности, где стороны договорились об обмене знаниями в области современной моды со стороны Италии и в работе с такими материалами, как шелк и хлопок со стороны Узбекистана посредством программ студенческого обмена. В таком сотрудничестве Италия также преследует свой интерес в распространении собственных ноу-хау и опыта в мире моды на свою целевую аудиторию. В продолжение такой политики, итальянская сторона в рамках действия договоренностей Меморандума о сотрудничестве также откроет двери в 2024 году для узбекских выставок в Галерее Уффици во Флоренции и Университете Ка-Фоскари в Венеции, где будут представлены артефакты национального достояния Узбекистана в области культуры и искусства [\[18\]](#). Эти выставки означают начало плотной работы Италии и Узбекистана в области обмена компонентами национальной культуры и знаниями, а также опытом по консервации, реставрации и содержанию музеиных ценностей, где Италия предстает экспертом, обладающим высоким уровнем компетенций.

Что касается остальных компонентов итальянской национальной культуры (кухня, классическое искусство), которые, хоть и разной интенсивностью, продвигаются Италией в остальном мире и зачастую отражаются в выборе тематик проводимых Италией мероприятий в стране присутствия, то анализ организованных за последние годы выставок и мастер-классов показал, что в случае с Узбекистаном выбор тематики тоже имеет свои особенности. Неделя итальянской кухни, мероприятие под эгидой Министерства иностранных дел Италии, организуемое ежегодно, например, в странах Европы и в России, последний раз проводилась в Узбекистане в 2021 году. В том году широкой огласки и освещения в СМИ данное событие не получило и проводилось на базе университетов, которые сотрудничают с Министерством иностранных дел Италии и занимаются изучением итальянского языка. Так, например, в Узбекском государственном университете мировых языков силами студентов при содействии Посольства Италии был записан короткий подкаст с итальянскими шеф-поварами, посвященный движению слоуфуд, возникшему в Италии в противовес культуре фастфуда

с целью популяризации здорового питания, сохраняющего национальные и региональные кухни и пропагандирующего культуру традиционного застолья [19]. Несмотря на то, что практика ежегодного проведения Недели итальянской кухни или Недели итальянского языка не прекращена до сих пор в остальном мире, итальянская сторона в Узбекистане такого характера мероприятий не проводит. Это позволяет сделать вывод о том, что, целевая аудитория, возможно, еще не готова к мероприятиям такого масштаба в силу устоявшейся схожей, но собственной традиционно богатой культуры питания в своей стране и, как следствие, недостаточной заинтересованности в итальянской кухне. Важно отметить, что в 2023 году формат «недели кухни», практикующийся во внешней культурной политике Италии, был предложен итальянцами узбекской стороне, но уже для продвижения культуры Узбекистана в Италии в знак ознаменования новых принятых стратегий сотрудничества. Так, в мае 2023 года в Пезаро в рамках Недели культуры Узбекистана в Италии были представлены узбекские песни, танцы, национальные музыкальные инструменты, а также организованы мастер-классы и выставки узбекских ремесел, изобразительного искусства, керамики, национального костюма, стеклодувного искусства. Также стоит обратить внимание на тот факт, что участие в Неделе культуры Узбекистана принимали не только узбекские мастера, но и итальянские, которые через свои работы показывали собственное видение узбекской культуры [20].

Такого типа практика по представлению того, как Узбекистан и его культуру видят итальянские художники, скульпторы, модельеры, прослеживается и в мероприятиях, которые Италия организовывает последние два года в Узбекистане. Так, с 15 декабря 2020 года до 5 февраля 2021 года в Ташкенте проводилась выставка итальянского современного искусства под названием «Шелковый путь. Современное искусство и художники Италии». По заявлению кураторов с итальянской стороны, выставка была призвана представить качество, многослойность и разнообразие тенденций итальянского современного искусства и воспроизвести современную интерпретацию Великого шелкового пути как символа торговли и культурного обмена между Востоком и Западом. В составе привезенных экспозиций находились произведения разных жанров: живопись, графика, инсталляции, фотографии, видеоарт, восемь работ из которых принадлежат коллекции Министерства иностранных дел Италии [21]. Направлением современного итальянского искусства, которое было решено представить в Узбекистане, является так называемое «arte povera» (бедное искусство), которое получило распространение во второй половине XX века и призывало отражать актуальные события, происходящие в обществе, и проблемы с использованием простых, привычных, «бедных» материалов типа земли, камней, растений, ткани, мебели [22]. Создатели выставки открыто заявляли, что её задачей является отвести взгляд зрителей от Италии классического искусства, которая уже знакома широкой аудитории, и представить им другую Италию, показывающую миру через современное искусство историю развития итальянского мировоззрения, актуального для сегодняшней эпохи [22]. В этом контексте также прослеживается идея внешней культурной политики Италии в продвижении образа страны как государства, хоть и обладающего богатым историческим наследием, но нацеленного также и на закрепление у целевой аудитории ассоциации Италии с культурными ценностями и культурными кодами, идущими в ногу со временем.

Стремление Италии представить переосмысление своей истории, показать исторические и культурное развитие в динамике и связать их с современностью прослеживается не только в области распространения музеиных ценностей. В качестве подтверждения такого довода можно привести в пример организованную в 2022 году Посольством

Италии в Узбекистане выставку итальянских украшений «DIVA! Итальянский гламур в украшениях моды» [23]. В Ташкентскую галерею изобразительного искусства была привезена экспозиция, включающая 200 наименований, в которые входили византийские короны Dolce & Gabbana, архивные украшения Versace, Armani, Gucci, Valentino, Fendi, Salvatore Ferragamo, Fiorucci, а также и работы современных молодых итальянских дизайнеров люксовой бижутерии и ювелирного искусства. По заявлению кураторов, представленные украшения отражают не только модные тенденции определенного времени, но и являются культурными объектами, которые могут рассказать о творческом процессе, об истории развития того самого бренда «Made in Italy» и продемонстрировать, как итальянцы научились и сейчас могут превратить простой материал в искусство и прочитывать свое наследие по-новому, создавая тем самым новые коды национальной культуры [23].

Помимо выставок современного искусства, ювелирных украшений, Италия уже не раз привозила в Узбекистан выставки фотографий. Годом таких мероприятий можно назвать 2021 год, когда в Ташкент были представлены сразу две экспозиции: «Взгляд из Рима: кино, культура и мода через объектив Элизабетты Каталано» в апреле [24] и «ItaliAE. От братьев Алинари до мастеров современной фотографии» в октябре [25]. Выставка, проходившая в апреле, была призвана рассказать через яркие и живые портретные фотографии известных деятелей искусства, кино, моды и литературы про Рим – город, который в свое время стал центром художественного и культурного расцвета страны, что по мнению создателей поможет зрителю понять итальянский стиль и прочувствовать итальянский вкус жизни, её философию и *italianità*. Октябрьская выставка фотографий «ItaliAE. От братьев Алинари до мастеров современной фотографии» проводилась в Узбекистане уже после успеха первой и своей основной целью заявляла «представление калейдоскопического образа Италии в нестереотипной манере» [24], предлагая ознакомиться с путем страны к современной Италии по фотографиям, сделанным уже после её объединения в 1861 году. Вся экспозиция делилась на три раздела – «Пейзаж», «Труды» и «Лица», в которых создателям удалось собрать сделанные в разных стилях и жанрах фотографии, повествующие зрителю, через что проходила, чему радовалась, чему огорчалась, чем гордилась и на что опиралась сегодняшняя Италия, которая смогла достичь высот во многих областях и продолжает свое развитие в этой области. Выставка, по словам послы Италии в Узбекистане Агостино Пинна, сумела охватить все аспекты «истории и жизни: промышленность, культура, искусство, ремесла» и позволила, по словам ее куратора Риты Скартони «постичь через созерцание разнообразный набор знаний, очарований и противоречий, делающих Италию особенной страной» [25]. Так, при анализе обоих мероприятий прослеживается одна закономерность: создатели стремятся на базе уже имеющихся знаний у аудитории через демонстрацию развития итальянского общества показать его особенную развитость.

Подводя итог проведенного анализа, можно отметить, что подход, используемый Итальянской Республикой во внешней культурной политике в Средней Азии, все же, отличается от подхода, используемого, например, в России. Основным направлением итальянской культурной дипломатии в Узбекистане является сотрудничество в области исследований и образования, где главной платформой распространения ресурсов итальянской национальной культуры в виде знаний, умений и навыков являются филиалы собственных университетов. Это может объясняться тем, что культурная дипломатия тесно связана с интересами страны в области экономического сотрудничества и призвана создавать образ Италии как эксперта, готового поделиться

своими технологиями с развивающимся в этом направлении государством, в сферах, где у нее есть свои собственные разработки на базе многолетнего опыта. Те самые технологии и ноу-хау и являются основными ресурсами брендов «Made in Italy» и «Italia», которые в свою очередь видятся Италией как фундамент для надстройки остальных их составляющих. Нацеленность Италии на создание образа современной развитой страны прослеживается и в мероприятиях по обмену культурными ценностями: итальянская история целевой аудитории преподносится в динамике, как будто акторы, при организации своих мероприятий пытаются дать ответ не на вопрос «что вы можете предложить миру?», а «как вы это создали или придумали?». Итальянская сторона также не спешит погружать узбекистанцев в классический набор ассоциаций с Италией как страной Микеланджело (классическое искусство), Колизея (история и культурно-историческое наследие), Кьянти (эногастрономия) и около 300 видов пасты (традиционная кухня). На базе фоновых знаний о классическом искусстве преподносится современное, история и культура показывается через новые средства, такие как фотографии, ювелирные украшения или модные показы молодых дизайнеров. При этом, эногастрономия активно не продвигается, что может объясняться тем, что на территории страны большинство населения исповедуют ислам, где употребление алкоголя запрещено, а итальянская традиционная кухня рискует не найти должного отклика широкой аудитории в силу наличия у Узбекистана собственной устоявшейся традиции национальной кухни и достаточной консервативности в выборе блюд для употребления. Отсюда и возникает набор продвигаемых культурных ценностей, в Узбекистане представляющий собой то, что ассоциируется у аудитории с современностью, а не классикой: итальянское современное искусство, мода XX-XXI веков, фотография. Ограниченнность каналов продвижения национальной культуры обуславливается небольшим количеством мероприятий, проводимых итальянскими акторами в Узбекистане: отсутствует сеть институтов культуры, представительств туристического агентства, и вся работа по мероприятиям сосредотачивается в руках посольства Италии в Узбекистане на базе Министерства иностранных дел и международного сотрудничества Итальянской Республики. Данный фактор открывает для Италии перспективы развития и расширения своего присутствия в стране за счет открытия филиалов организаций по культурной дипломатии и туризму, а также привлечения итальянского бизнеса в качестве спонсоров мероприятий в рамках политики «мягкой силы». Это может стать возможным уже в ближайшие несколько лет благодаря ряду подписанных в 2023 году меморандумов и соглашений о сотрудничестве между странами, что, как показывает анализ, упрощает процедуру организации мероприятий и, как следствие, увеличивает долю присутствия Италии в Узбекистане, что открывает для итальянской стороны перспективу распространения своего влияния в области культуры также и на соседние страны Средней Азии.

Библиография

1. Наумов А. О. Мягкая сила, «Цветные революции» и технологии смены политических режимов в начале XXI века. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2016. 276 с.
2. Сахаров А. Г. «Мягкая сила» Италии. // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. Т. 9. 2014. № 2. С. 59-71.
3. Аветисян А.А. Верbalные и неверbalные средства в создании образа страны (на материале интернет-ресурсов Национального итальянского агентства по туризму «ENIT») // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 5-6A. С. 141-148.
4. Anholt S. Public diplomacy and place branding: Where's the link?. Place Brand Public Dipl 2, 2006. Р. 271-275.

5. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*: Vol. 2: Iss. 1, Article 1, 2013. P. 6–7.
6. Cappelli F. Il made in Italy: dalle origini alle nuove sfide. // Roma: LUISS Guido Carli, 2015. 77 p.
7. Василенко Е. В. «Мягкая сила» имиджевой политики Италии. // Мир и политика. 2013. № 10. С. 222-232.
8. Nocerino D. L'Italia alla (ri)scoperta dell'Asia centrale // *Opinio Juris*, 2021. URL: <https://www.opiniojuris.it/litalia-allariscoperta-dellasia-centrale/>
9. О 30-летии дипотношений между Узбекистаном и Италией // Министерство иностранных дел Республики Узбекистан. 24.03.2022. [Электронный ресурс] URL: <https://mfa.uz/31237>
10. Libro sulle relazioni uzbeko-italiane pubblicato in Italia // Planet360.info. 15.02.2022. [Электронный ресурс] URL: <https://www.planet360.info/libro-sulle-relazioni-uzbeko-italiane-pubblicato-in-italia-2/>
11. Bruxelles, presentate prospettive di cooperazione tra Uzbekistan e Italia // Il Messaggero. 01.03.2023 // [Электронный ресурс] URL: https://www.ilmessaggero.it/mondo/relazioni_italia_uzbekistan-7261010.html?refresh_ce
12. Marino C. Partenariato strategico tra la Repubblica Italiana e la Repubblica Dell'Uzbekistan // Il nuovo Panorama. 2023. N. 39. URL: <https://www.nuovopanoramasingolare.it/partenariato-strategico-tra-la-repubblica-italiana-e-la-repubblica-delluzbekistan/>
13. Missione a Samarcanda (Uzbekistan) // ISMEO. [Электронный ресурс] URL: https://www.ismeo.eu/portfolio_page/missione-a-samarcanda-uzbekistan/
14. Missione italiana a Кojтепа (Uzbekistan) – Italiana – Lingua, cultura, creatività nel mondo. [Электронный ресурс] URL: <https://italiana.esteri.it/italiana/sedi/imperiiranici-e-lasia-centrale/>
15. Cooperazione culturale // Ambasciata d'Italia Tashkent. [Электронный ресурс] URL: https://ambtashkent.esteri.it/ambasciata_tashkent/it/i_rapporti_bilaterali/cooperazione%20culturale
16. Cooperazione economica // Ambasciata d'Italia Tashkent. [Электронный ресурс] URL: https://ambtashkent.esteri.it/ambasciata_tashkent/it/i_rapporti_bilaterali/cooperazione_economica
17. La UED di Pescara alla Tashkent Fashion Week // UED-Università Europea del Design. [Электронный ресурс] URL: <https://www.uedpescara.it/la-ued-di-pescara-alla-tashkent-fashion-week/>
18. Редкости из Узбекистана покажут в итальянских музеях // Газета «Биржа». 12.06.2023. [Электронный ресурс] URL: <https://www.gazetabirja.uz/30522-06-12-redkosti-iz-uzbekistana-pokazhut-v-italyanskih-muzeyah.html>
19. La Settimana della Cucina nelle Istituzioni educative italiane all'estero // Italiana – Lingua, cultura, creatività nel mondo. 03.12.2021. [Электронный ресурс] URL: <https://italiana.esteri.it/italiana/cultura/la-settimana-della-cucina-nelle-istituzioni-educative-italiane-all'estero/>
20. Pesaro, la settimana della cultura dell'Uzbekistan: dall'arte alla musica alla moda // Il Messaggero. 05.06.2023 // [Электронный ресурс] URL: https://www.ilmessaggero.it/spettacoli/cultura/pesaro_settimana_cultura_uzbekistan-7444340.html

21. "La Via della Seta" inaugura a Tashkent // Italiana – Lingua, cultura, creatività nel mondo. [Электронный ресурс] URL: <https://italiana.esteri.it/italiana/eventi/la-via-della-seta-inaugura-a-tashkent/>
22. Венера в лохмотьях и пейзаж из цифр. Что смотреть на выставке современного итальянского искусства // Новости Узбекистана // Газета.uz. 08.01.2022. [Электронный ресурс] URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2022/01/08/modern-art/>
23. Закрытие выставки итальянского ювелирного искусства // Национальный банк Узбекистана. 07.10.2022. [Электронный ресурс] URL: <https://nbu.uz/gallery/events/zakrytie-vystavki-italyanskogo-yuvelirnogo-iskusstva/>
24. Кусочек Рима в Ташкенте // Yuz.uz. 30.04.2021. [Электронный ресурс] URL: <https://yuz.uz/ru/news/kusochek-rima-v-tashkente>
25. Выставка «ItaliAE. От братьев Алинари до мастеров современной фотографии» // TheMag.uz. Доступ: <https://themag.uz/post/vystavka-italiae>

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом рецензируемого исследования выступает специфика внешней культурной политики, проводимой Итальянской Республикой в постсоветских странах. Автор справедливо связывает актуальность своего исследования с новыми перспективами развития стран Востока и Азии, открывающимися в связи с перестройкой современной системы международных отношений, а также широкими возможностями сотрудничества с этими странами по мере роста их экономического и политического потенциала. В соответствии с этим, целью рецензируемой работы декларируется анализ деятельности ключевых акторов итальянской внешней культурной политики в Узбекистане, а задачами – выявление основных направлений итальянской культурной дипломатии в Узбекистане и оценка степени универсальности выявленной модели для продвижения национальной культуры за рубежом. Авторская гипотеза состоит в том, что конкретный состав набора ресурсов «мягкой силы», используемой государством на различных направлениях внешней политики, будет существенно варьировать в зависимости от характеристик объекта, на который направлена эта политика. К сожалению, сам автор не дал себе должного труда для тщательной рефлексии методологии собственного исследования, ограничившись общими фразами об «общенаучных методах анализа и синтеза...», но из контекста можно понять, что для проверки приведённой выше гипотезы применялись исторический и институциональный методы, а также некоторые элементы контент-анализа при исследовании итальянских брендов в Узбекистане. Вполне корректное применение указанной методологии позволило автору получить результаты, обладающие признаками научной новизны. Прежде всего, речь идёт о выявленной в процессе исследования специфике внешней культурной политики Италии в Средней Азии и основных её направлений. Любопытна также подмеченная автором нацеленность Италии на создание образа современной развитой страны в формировании своего имиджа на внешнеполитической арене. Научный интерес представляет также выявленный в процессе анализа набор культурных ценностей, продвигаемых Италией во внешней культурной политике. В структурном плане работа также не вызывает серьёзных нареканий: её логика последовательна и отражает основные аспекты проведённого исследования. В тексте статьи выделены следующие разделы:

- неозаглавленная вводная часть, где формулируются цели и задачи исследования, обосновывается актуальность выбранной темы, аргументируется теоретико-методологический выбор, а также раскрываются некоторые ключевые понятия; - «История вопроса», где анализируется история межгосударственного сотрудничества Италии и Узбекистана, а также современное состояние отношений между этими двумя странами; - «Направления культурной дипломатии Италии в Узбекистане», где собственно анализируются основные направления культурной внешней политики Италии в Узбекистане, хотя данный текстовый блок непропорционален другим блокам и мог бы быть разделён на несколько более меньших; - неозаглавленная заключительная часть, где подводятся итоги проведённому исследованию, резюмируются результаты, делаются выводы и намечаются перспективы дальнейших исследований. С точки зрения стиля рецензируемая статья также может быть охарактеризована положительно. В тексте встречается некоторое незначительное количество стилистических (например, повторы слов в некоторых предложениях) и грамматических (например, пропущенная запятая между двумя предложениями в составе сложного: «...Актуальность исследований в данной области растет и становится возможным рассмотреть деятельность официальных акторов...»; и др.) погрешностей, однако в целом он написан достаточно грамотно, на хорошем русском языке, с корректным применением научной терминологии. Библиография насчитывает 25 наименований, в том числе источники на нескольких иностранных языках, и в должной мере репрезентирует состояние исследований по проблематике статьи. Апелляция к оппонентам имеет место при обсуждении концептуальных оснований проведённого исследования.

ОБЩИЙ ВЫВОД: предложенную к рецензированию работу можно квалифицировать в качестве научной работы, отвечающей всем основным требованиям, предъявляемым к работам подобного рода. Полученные автором результаты обладают признаками научной новизны, должным образом представлены в тексте статьи и будут интересны для политологов, социологов, культурологов, специалистов в области государственного управления, мировой политики и международных отношений, а также студентов перечисленных специальностей. Представленный материал соответствует тематике журнала «Мировая политика». По результатам рецензирования статья рекомендуется к публикации.