

## Културна дипломация или за евентуалните ефекти от турските сериали върху международните отношения и външната политика

Красимир Коев

*Cultural Diplomacy or Eventual Effects of Turkish TV Series on International Relations and External Policy. This paper presents the contribution of contemporary cultural diplomacy to the improvement of international relations using the tools of "soft power". As an illustration of its opportunities in this direction the effects of Turkish TV series in Arab countries as well as in Bulgaria are investigated and interpreted in three aspects: economic effects, political effects and cultural propaganda.*

**Key words:** cultural diplomacy, "soft power".

### ВЪВЕДЕНИЕ

В епохата на бързо развиващи се глобализационни процеси във всички сфери на обществения живот светът се изправя пред нови явления на международната сцена, които детерминират, а в известна степен и предопределят посоката на международните отношения и на външната политика, провеждана от дадена страна. Един от тези феномени, които провокират изследователския интерес и набират скорост в обществената дебат, е културната дипломация.

Всеизвестен е фактът, че културата в нейното значение на съвкупност от присъщите на дадено общество духовни и материални ценности, се определя като важна част от главните програми и инструменти на ЕС за сътрудничество, а също така и като фактор в двустранните споразумения на Общността с трети страни.

Културната дипломация е не само културно сътрудничество в традиционния смисъл, но е и диалог относно проблемите и ценностите на обществото. Добрата културна дипломация следва да държи сметка за контекста, за средата и как тази среда да стане добронамерена, приятелска и отворена за постигането на определени външнополитически цели.

В един по-тесен смисъл културната дипломация е обмен на идеи, информация, изкуство и други аспекти на културата между народите и нациите с цел задълбочаване на взаимното разбиране. Културната дипломация обаче не би следвало да се ограничава в рамките само на взаимното разбиране и познаване, тя е много значима в аспекта на популяризиране на фундаментални ценности, които дадена страна и народ споделят. [/http://sic.mfa.bg/images/content/1051/summary-short.pdf/](http://sic.mfa.bg/images/content/1051/summary-short.pdf)

Културната дипломация е инструмент за еманципиране на ролята на културата във външната политика. Ако фокусираме вниманието си върху оста външна политика – публична дипломация – културна дипломация, неминуемо ще се натъкнем на противопоставянето "твърда сила/мека сила". Докато външната политика е ориентирана към защита на националните интереси, защита на границите, постигане на икономически просперитет, постигане на определена външнополитическа цел с класическите методи на дипломацията, т.е. с акцент върху "твърдата сила", културната дипломация търси лостове за влияние чрез "мека сила".

Културната дипломация е двупосочен процес. Чрез нея, от една страна, се отдава информация за собствената култура в непозната културна среда, но от друга - се получава специфично знание за чужди култури, за нагласите и стереотипите в тях и за готовността им да приемат своята култура и да я разпознаят. В този смисъл културната дипломация и институциите, които я практикуват, изпълняват функцията на специфичен маркетинг. /Културна дипломация - обучителен модул в програмата за млади дипломати. Република България, Културен институт, Министерство на Външните работи. <http://sic.mfa.government.bg/?act=content&rec=1051/>

Най-значимата роля на културната дипломация е, че тя може да подпомогне и насочи ефективно цялостния процес на дефиниране на външнополитическите цели.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Въпросът, който си поставя настоящата разработка, е дали и до колко масмедийните и телевизионните продукти, произведени в една страна и разпространени и продадени в други страни, могат да служат за целите на културната дипломация. В случая става въпрос за нашумелите напоследък в България турски сериали, които изведнъж превзеха телевизионния екран, а някои от тях, като "Перла" например, предизвикват масова психоза и пълнят форумите в Интернет с екзалтираните мнения на полудели фенки (и фенове). Във връзка с този сериал запазената доскоро територия за домакините и пенсионерите разшири неимоверно своите граници, а някои телевизии вдигнаха до небесата рейтингите си по гледаемост в най-скъпото телевизионно време – прайм тайма.

Предмет на настоящото изложение, обаче, е не да се обсъждат качествата на турските сериали или да се правят сравнения с популярните доскоро латиноамерикански сапунки. Тук се поставя на обсъждане фактът, че телевизионният продукт е произведен в съседна на България страна (Турция), към която масовият българин се отнася с подозрение по различни причини, но най-вече поради обремененост от негативни стереотипи и исторически обусловени нагласи.

Според данните от анкета, проведена сред 20 български граждани на средна възраст 22 години, на въпроса: „Ако следите турският сериал „Перла“, в каква посока оценявате ефекта върху българската общественост?“ 85 % от анкетираните отговарят, че той „променя традиционни нагласи и отношения“, и също 85% смятат, че той „променя стереотипи“. Ако ефектът от излъчваните турски сериали се измерваше дори само с тези промени в масовото съзнание, можем да заключим, че за кратко време те са свършили повече работа в културно-психологически план, отколкото образователните и политическите институции в своята мисия да внушават ценностите на добросъседството и толерантността. Тоест, турските сериали се вписват изцяло в арсенала от средства за въздействие на културната дипломация, провеждана от нашата югоизточна съседка. Подобна заявка за промяна на традиционни нагласи се прави, например, със сериала "Брак с чужденец", където любовта между младите грък и туркиня се противопоставя на непримиримата вражда между техните родители, породена от етническа и културна непримиримост. В този пример отново се изправяме пред мощното влияние на културната дипломация там, където средствата на традиционната дипломация са безсилни.

Във връзка с тези разсъждения можем да си позволим и още по-смели обобщения, а именно за ефектите на турските сериали върху международните отношения и външната политика. Показателен е примерът с промяната на отношението към Турция в арабския свят именно поради излъчването на сериала "Перла" по тези географски ширини. В броя си от 14.08.2009г. в. "Хюриет" пише: "Преди арабите знаеха малко за Турция. Смятаха я за заден двор, за мръсна и не толкова напреднала в сравнение с Арабския свят. Но гледките от Босфора, показани в "Перла" промениха имиджа на страната на 180 градуса, всички искат да дойдат тук. Бумът на арабски интерес към Турция е обясним от гледна точка на културните и религиозните прилики между мюсюлманския изток и една ислямска държава, която иска да е част от Европейския съюз".

"Перла" се излъчва в Близкия изток в продължение на 2 години и половина и се гледа с огромен интерес из целия регион – от бежанските лагери в Ивицата Газа до богаташките имения в Рияд. Последният епизод пък е гледан от близо 85 млн. зрители – абсолютен рекорд за тази част от света. Само в Саудитска Арабия

историята за драматичната любов между Мехмет и Гюмюш (или Инджи, както я знаем в България) се следи редовно от около 4 млн. души.

През последните две години в Египет, Саудитска Арабия, Катар, Северна Африка са излъчени с изключителен успех поне четири турски сериала. От историческия „Прекършени криле“, през екшън драмата „Долината на вълците“, до любовните трепети в „1001 нощи“ и „Перла“. Резултатът от тази медийна инвазия е, че броят на арабските туристи скача с почти 50 процента и през 2008 година посетилите Турция са почти два милиона.

Разбира се, в случая със засиления арабски интерес към Турция трябва да се направи уточнението, че „меката сила“ на културната дипломация съвпада по време на действие със силата на директните политически послания. Вестник „Хюриет“ (в броя си от 14.08.2009) отбелязва, че усилията на Партията за справедливост и развитие да засили връзките на страната с Мюсюлманския арабски свят дават резултати. В подкрепа на тези усилия е и изказването на премиера Реджеп Ердоган на форума в Давос, насочено срещу Израел. В отговор на това процентът на туристите от Израел пада драстично, но това е за сметка на потока от гости от Арабия, който не секва. За първите 6 месеца на 2009 г. броят на арабските туристи рязко се е увеличил - като се започне с 21 на сто от Обединените арабски емирства и се стигне до 51 на сто от Мароко. (статия във в. „Капитал“ от 28.08.2009 г., в която се цитира вестник „Хюриет“ в броя му от 14 август 2009)

Комуникационният директор на медийната компания „Вестел“ Зейнеп Орал пестеливо разкрива нейната маркетингова стратегия: „Актьорът Каванч Татлъту (главен герой от сериала „Перла“, наречен Брад Пит на Близкия Изток) е нашият посланик. Очакваме много от обиколката му в Сирия, където се надяваме да удвоим медийното си влияние. Сега имаме сделки едва за 5 процента, но след турнето на Татлъту, може да скачат до 10“.

Слушайки цифрите, мнозина биха казали, че в основата на турската „сапунена“ индустрия стоят главно бизнес интереси и те наистина биха били прави, ако ефектите се измерваха едностранно и само количествено.

За целите на разработката, обаче, е важно да се обърне внимание върху скритите послания на турските сериали, които могат да бъдат интерпретирани в следните посоки:

- Турция е модерна европейска страна;
- Турция желае добросъседство в отношенията;
- Турция притежава богато културно-историческо наследство;
- Турция е изключително привлекателен обект за туризъм.
- Хората от Балканите са близки по манталитет и начин на живот и трябва да се подкрепят взаимно.

Тези послания могат да бъдат обособени най-малко в три групи:

- икономически послания, насочени предимно към арабските страни
- политически послания, насочени към Европейския съюз
- културна пропаганда.

От направения по-горе обзор става ясно, че посоката на икономическите послания е била много точно дефинирана: Турция е единствената страна от Средиземноморския регион, в която туризмът отбелязва ръст през 2009г. В останалите страни от региона, сред които Гърция, Египет, Испания, се наблюдава спад на туризма. През първите седем месеца годината Турция е била посетена от над 14 милиона и 934 хиляди туристи, а през същия период на миналата година броят им е бил 14 милиона и 772 хиляди.

[http://www.stroitelstvo.info/news/2009/08/27/775264\\_niama\\_kriza\\_za\\_turizma\\_v\\_turc](http://www.stroitelstvo.info/news/2009/08/27/775264_niama_kriza_za_turizma_v_turc)  
[iia/](#)

За политическите послания може да се направят обобщения за премереност и ориентация към дългосрочни цели. Модерна Турция много държи на връзките си със Западния свят и се стреми към членство в Европейския съюз. Ако се позовем на съществуващия контекст, обаче, европейските нагласи за приемането на Турция в ЕС са доста противоречиви. Съвсем естествено е страната да търси лоби за своето евентуално членство и също така е съвсем нормално тя да намери подкрепа в съседни страни членки на ЕС. Една от възможните причини за инвазията на турските сериали в България е именно тази. Турция се стреми към промяна на публичния си образ на първо място сред съседите и частично успява да постигне това, ако съдим по данните от направени социологически проучвания. Вестник „Капитал“ (брой от 28.08.2009г.) цитира изследване от 1992 г. на "Отворено общество" на тема "Социални дистанции и етнически стереотипи за малцинствата в България", според което българите определят турците най-вече като фанатици (85%), набожни (73%), отмъстителни (65%) и жестоки (52%). Изследването, представено тази година, е различно. Асоциациите в низходяща градация се подреждат така: вяра (24.8%), турско робство (15.1%), работливи (14.4%), търговци (12.1%). Видно е, че социалните представи търпят устойчиво позитивно развитие и вероятно тази тенденция ще стане още по-интензивна.

Третата група послания, свързани с културната пропаганда са най-многобройни.

На първо място те поставят акцент върху културно-историческото наследство на Турция, което се вписва изцяло в термините на Законодателната резолюция на Европейския парламент от 10 април 2008 г. относно Европейска програма за култура в глобализиращия свят (2007/2211(INI)).

На второ място тези послания целят разчупването на традиционни представи и консервативни нагласи. Високото ниво на еманципация и светските възприятия на турците вече не са трън в очите на голяма част от източните мюсюлмани. Любопитен факт в това отношение са цитираните в арабски медии няколко шумни дела за развод, в които основен мотив на отчаяните съпруги е прекалената консервативност на мъжете им, превърнала се в абсолютно неприемлива за тях, след като са проследили телевизионната любов на Мехмет и Инджи от "Перла". (в. "Новинар", 13.07.2009г.) Разбира се, в същото време турският сериал тревожи консервативните араби. Саудитският духовник Шейх ал Лухайдан заклеява сериала "Перла" като проводник на злото и дори заявява, че е допустимо продуцентите на сателитната телевизия да бъдат убити за "показване на непристойни сцени". Но дори такива крайни изказвания не успяват да помрачат блясъка на "Перла", нито да спрат масовия интерес на арабите към бившата имперска столица Истанбул. <http://www.marica.bg/show.php?id=10170>

И на трето място, културната пропаганда, осъществявана чрез турските сериали, отбелязва сериозен ефект върху сближаването на различия в интеркултурен план. В това отношение може да бъдат цитирани наблюденията на социалния антрополог Харалан Александров, който отговаря на въпроса "Защо гледаме турските сериали"- "защото откриваме колко общо имаме с турците. Ние сме част от османската цивилизация и огромна част от формирането на нашия менталитет се случва в този период и сега ние си даваме сметка колко близко, родно и скъпо ни е развитието на турските семейни драми. Те са много подобни на българските – а именно драмата на късно модернизирало се патриархално общество. И докато всеки човек, който се интересува от дълбинната драма на турската идентичност, чете Орхан Памук, за широките зрителни тези сериали показват точното това (б.а. "драмата на късно модернизирало се патриархално общество"). [www.vsekiden.com](http://www.vsekiden.com)

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В обобщение на изложеното дотук е трудно да бъде направен генерален извод за сериозни ефекти на турските сериали върху международните отношения и външната политика, защото би било неуместно да се твърди, че те се творят пред телевизионните екрани. Но посочените примери за “стопляне на отношения”, за промяна на традиционни нагласи и за последователните усилия на Турция в имиджова посока илюстрират един безспорен успех на турската културна дипломация. Тя ориентира своите послания не към висшите политически кръгове, а към широките слоеве на населението и демонстрира “bottom-up” управленски подход, който е напълно съвместим с очакванията на крайните бенефициенти от турската външна политика.

## **ЛИТЕРАТУРА**

[1] <http://sic.mfa.bg/images/content/1051/summary-short.pdf>

[2] <http://sic.mfa.government.bg/?act=content&rec=1051/>

[3] [http://www.stroitelstvo.info/news/2009/08/27/775264\\_niama\\_kriza\\_za\\_turizma\\_v\\_turcia/](http://www.stroitelstvo.info/news/2009/08/27/775264_niama_kriza_za_turizma_v_turcia/)

[4] <http://www.marica.bg/show.php?id=10170>

[5] [www.vsekiden.com](http://www.vsekiden.com)

[6] в. “Хюриет”, 14.08.2009

[7] в. “Капитал”, 28.08.2009

## **За контакти:**

Красимир Коев – докторант в катедра “Европеистика”, Русенски университет “Ангел Кънчев”, тел. 082 888 813, e-mail:

**Докладът е рецензиран.**