

OTDK-dolgozat

Pruzsina Szilvia
BA

2013

**Zárt ajtók mögül az emberek közé – a kultúrdiplomácia és a turizmus
kapcsolatának fejlődése**

**From Behind Closed Doors to the Street – the Development of the
Relationship of Cultural Diplomacy and Tourism**

Pruzsina Szilvia

Kézirat lezárása: 2011. november 17.

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETŐ.....	1
2. KULTÚRA, DIPLOMÁCIA, TURIZMUS.....	3
2.1. KULTURÁLIS TURIZMUS	3
2.2. KULTURÁLIS DIPLOMÁCIA.....	5
2.3. TURIZMUSDIPLOMÁCIA	11
2.4. MÁRKAMÁNIA	12
3. A KULTURÁLIS DIPLOMÁCIA HAZAI INTÉZMÉNY-RENDSZERE ÉS MŰKÖDÉSE.....	15
3.1. KULTURÁLIS DIPLOMÁCIA ITTHON ÉS A VILÁGBAN	16
3.2. A BALASSI INTÉZET ÉS KAPCSOLATRENDSZERE.....	20
3.3. A KÜLFÖLDI MAGYAR KULTURÁLIS INTÉZETEK ÉS TÁRSULT INTÉZETEIK.....	23
3.4. A KULTÚRDIPLOMÁCIAI HÁLÓZAT MÁS KAPCSOLÓDÁSI PONTJAI	25
3.5. FINANSZÍROZÁSI KÉRDÉSEK	27
4. EXTREMELY HUNGARY / CSORDULTIG MAGYAR 2009	30
4.1. A NEW YORK-I MAGYAR KULTURÁLIS INTÉZET.....	30
4.2. PIACELEMZÉS	31
4.3. AZ ÉVAD ELŐKÉSZÍTÉSE, PÉNZÜGYI HÁTTERE.....	34
4.4. AZ ÉVAD FŐ SAJÁTOSSÁGAI ÉS PROGRAMJA	35
4.5. HATÁSOK ÉS SAJTÓVISSZHANG	39
5. KONKLÚZIÓ.....	42
6. IRODALOMJEGYZÉK.....	44
7. MELLÉKLET	I

„Cultural diplomacy, which is about the quest for the tourist dollar as well as a battle for hearts and minds, is a competitive marketplace.”¹

1. BEVEZETŐ

A fent olvasható idézetet azért választottam dolgozatom mottójául, mert hűen tükrözi azt a komplex kérdéskört és megváltozott szemléletmódot, amely napjainkban a kulturális diplomácia, a turizmus és a marketing területein végbemenő összefonódást jellemzi, és amelyet a következő oldalakon részletekbe menően ki is fejtek. Úgy látom, hogy a diplomácia nyilvánossá válásával a kultúra a korábbinál sokkal nagyobb szerepet játszik az államok nemzetközi céljainak elérésében egy vonzó országgép kialakításán keresztül, a turizmus és a marketing eszközeivel, és ez egyaránt szolgálja a gazdasági és politikai érdekeiket.

Véleményem szerint Magyarország számos olyan kincssel rendelkezik, amelyre büszkék lehetünk, és amelyet érdemes megismertetnünk a világgal, ebben pedig a marketingeszközök mellett az egyik legnagyobb szerepe a kulturális diplomácia intézményrendszerének van, hiszen a benne tevékenykedők képviselik hazánkat külföldön, és ők jelentik az elsődleges és leghitelesebb forrást a potenciális turisták számára. Arról nem is beszélve, hogy „soft power”-ként elősegítheti más, önmagukban nehezen elérhető gazdasági és külpolitikai célok megvalósítását az államok között kiépülő jó viszony és kapcsolatrendszer segítségével. Magyarország évről-évre megjelenik a neves nemzetközi eseményeken, ezen kívül az egyes országokban működő intézeteken keresztül ápolja a kapcsolatokat. Témám aktualitását mutatja, hogy 2011 első hat hónapja lehetőséget nyújtott arra, hogy az Európai Unió Tanácsának soros elnöki tisztjét betöltve egy fél éven át különleges figyelmet kapjunk és bemutathassuk a gazdag kulturális életet, amely az országot jellemzi, és amely vonzerőt gyakorolhat a külföldiekre. Ezen kívül az Unió irányítói szerint is nagyobb hangsúlyt kellene fektetni a kulturális diplomáciára a nemzetközi szervezet külkapcsolataiban: 2011 márciusában az Európai Parlament kulturális bizottsága azzal az ötlettel állt elő, hogy Catherine Ashton, az EU jelenlegi

¹ Bound et al. (2007) p. 18

forrás: <http://www.demos.co.uk/publications/culturaldiplomacy>, letöltés ideje: 2011. október 21.

külügyi és biztonságpolitikai főképviseelője, nevezzen ki egy uniós kulturális nagykövetet, aki segítene egységesebben és hatékonyabban képviselni az EU értékeit a globalizálódó világban, beleértve a demokratikus berendezkedést, az emberi jogok tiszteletben tartását, a konfliktusok megelőzést és békés rendezését.²

Hipotézisem, hogy a kulturális diplomácia az elmúlt bő évtizedben jelentős befolyásoló szerepet játszott, és a jövőre nézve egyre növekvő nyomatékkal bír a magyarországi idegenforgalom és az országkép alakításában. Ezt az állítást az alábbi célrendszer segítségével kívánom igazolni:

- a magyar kulturális diplomácia működésének, eszközeinek, céljainak és eredményeinek turisztikai szempontú elemzése az elmúlt évtizedre vonatkozóan;
- a kulturális diplomácia és a magyarországi aktív turizmus kölcsönhatásainak vizsgálata, ezen belül a sikerek, kudarcok, valamint azok okainak felmérése;
- a kulturális diplomácia explicit/implicit megjelenésének megfigyelése a Balassi Intézet, a Magyar Turizmus Zrt. és a Külügyminisztérium stratégiai dokumentumaiban és célkitűzéseiben;
- a magyar kulturális évadok, kiemelten a 2009-es amerikai Extremely Hungary hatásvizsgálata a magyar beutazó turizmusra.

A témában fellelhető magyar és külföldi szakirodalom felkutatásán és feldolgozásán kívül az anyaggyűjtés során elsősorban személyes és e-mailes mélyinterjúkra támaszkodtam a magyar kultúrdiplomáciában és turizmusban dolgozókkal (Balassi Intézet, New York-i Magyar Kulturális Intézet, Külügyminisztérium, Magyar Turizmus Zrt., beutaztató utazási iroda), hogy minél több oldalról körbejárhassam a területet. Ezen kívül statisztikákat dolgoztam fel a magyar beutazó turizmussal kapcsolatban, összevettem őket a jelentősebb kampányokkal és külföldi megjelenésekkel (kiemelten foglalkoztam a 2009-es Extremely Hungary, amerikai magyar évaddal), hatásvizsgálatot végeztem, továbbá megvizsgáltam a jogszabályokat a magyar kulturális diplomácia intézményrendszerére és működésére vonatkozóan.

A kulturális diplomácia és a turizmus kölcsönhatásaival a magyar szakirodalom eddig alig foglalkozott, pedig nagy jelentőséggel bír Magyarország nemzetközi kapcsolataiban és versenyképességének javításában, ezért dolgozatom egyik célja ennek a szakmai ürnök

² Lawmakers want Europe to drive 'cultural diplomacy'
forrás: <http://www.euractiv.com/culture/lawmakers-want-europe-drive-cultural-diplomacy-news-503296>,
letöltés ideje: 2011. október 29.

a betöltése, valamint javaslatok kidolgozása a kulturális diplomácia hatékonyságának fokozására és felhasználására a magyar idegenforgalom fellendítése és az ország nemzetközi hírnevének terjesztése érdekében.

2. KULTÚRA, DIPLOMÁCIA, TURIZMUS

A három terület látványos összefonódása érvényesült az elmúlt évtizedekben, méghozzá több területről párhuzamosan indulva. A folyamatban központi elemnek tekinthetjük a kultúrát, amely az egyes népcsoportok, nemzetek sajátja, akár az angolszász, akár a német iskola szerinti definíciót tekintjük. A kultúra hatott az idegenforgalomra, hiszen igényt teremtett az emberekben, hogy megismerkedjenek más vidékeken élők életmódjával, hagyományaival, művészetével, de hatott a diplomáciára is, mivel a politika felismerte a kultúra „faltörő kosként” való alkalmazásának lehetőségét, hogy általa olyan közegekbe is be lehet hatolni, ahol korábban nem találtak nyitott fülekre. Mindazonáltal a turizmus és a diplomácia is kapcsolatba kerültek, mivel egyrészt a turisztikai szakemberek rájöttek, hogy működésük akkor lehet igazán eredményes egy adott országban, ahol meg akarják ismertetni, és el akarják fogadtatni értékeiket, ha létezik mögötte politikai akarat, amely elősegíti az ilyen jellegű kapcsolatok fejlődését, másrészt a diplomácia is realizálta ezeknek gazdaságilag és politikailag előnyös voltát. Az elméleti modell felállítása után – bár az egyes kategóriák nehezen szétválaszthatóak az átfedések miatt – nézzünk néhány példát ezek gyakorlati megvalósulására.

2.1. KULTURÁLIS TURIZMUS

A 2009-es magyar *Kulturális turizmus fejlesztési stratégiában*³ explicit módon megfogalmazódik, hogy „[...] a kultúra és a turizmus szoros kapcsolatban áll egymással, [...] szinte nem létezik egyik a másik nélkül. A kultúra vonzerőt jelent a turizmus számára, [...] ugyanakkor a turizmus bevételeket hoz a kultúra számára, valamint együtt hatnak az általános imázsra.” Előnyt jelent továbbá, hogy a kultúra változatos kínálatának köszönhetően más turisztikai termékek (pl. aktív turizmus, egészségturizmus, üzleti

³ Az Önkormányzati Minisztérium megbízásából készítette a Budai és Barta Tanácsadó Kft. p 32.
[http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar/6E646D323ECD3262C12576E00034D100/\\$file/Kultur%C3%A1lis_turizmus_fejleszt%C3%A9si_strat%C3%A9gia.pdf?OpenElement](http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar/6E646D323ECD3262C12576E00034D100/$file/Kultur%C3%A1lis_turizmus_fejleszt%C3%A9si_strat%C3%A9gia.pdf?OpenElement), letöltés ideje: 2011. november 5.

turizmus) komplementereként is szolgálhat, amely növeli az ajánlott csomagok élményszerűségét, egyedülállóságát és versenyképességét.

„*A kultúra turizmust teremt.*” – véli Rubovszky Rita is,⁴ a Hungarofest Kht. előző igazgatója, a 2001-es franciaországi, első Magyar Kulturális Évad főszervezője, aki közreműködött a Pécs, Európa Kulturális Fővárosa 2010-es projektben is. Szerinte a kultúrának hazánkban olyan döntő tényezőnek kellene lennie, mint Nyugat-Európában, ahol sokkal nagyobb prioritást élvez az országhép kialakításában és kommunikációjában, azonban úgy látja, hogy Magyarország esetében még nem létezik kiforrott, egységes koncepció arról, hogy mit is akarunk közvetíteni magunkról a világ felé. A kulturális programok ugyanis nem csak abból a szempontból jelentősek, hogy vendégművészeket és látogatókat vonzanak, ami csak a rendezvény idejére koncentrálódik, hanem szakmai kapcsolatok teremtését és ápolását feltételezi, amely egy hosszú távú befektetés (mint ahogy az a kulturális évadok kapcsán is megjelent). Ezek révén egyrészt gazdagodik az itthoni kínálat, másrészt a hazai alkotók is lehetőséget kaphatnak magukat külföldön megismertetni, illetve olyan „húzóérvvé” válni, akik miatt az emberek akár nagyobb távolságokat is megtesznek, vagy nagyobb összegeket költenek, hogy részt vehessenek egy rendezvényen. Ily módon pedig hozzájárulnak egy pozitív visszacsatoláshoz és újabb keresleti hullám generálódásához. Több helyen is megjelent a magyar szakemberek nyilatkozataiban, hogy a kulturális évadoknak külföldön – bár kétségkívül ilyen nem lebecsülendő hatások is érvényesülnek – nem a magyar beutazó turizmus növelése az elsődleges célja, hanem a tájékoztatás és a figyelemfelkeltés, annak az igénynek az inspirálása az emberekben, hogy meg akarják ismerni országunk kultúráját – annak pedig külön örülünk, ha egy részük el is látogat hozzánk. Viszont a pusztán érdeklődésükből is közvetett hasznunk származik, hiszen keresni fogják a magyar árukat, és nem csak a klasszikus értelemben – legyen szó egy személyről, irodalomról, zenéről, gasztronómiáról, építészeti alkotásról, vagy tudományról, ezen kívül jó véleménnyel lesznek Magyarországról, amelyet továbbadnak környezetüknek is, akik közül valaki szintén kedvet kaphat egy utazáshoz, vagy akár egy beruházáshoz is.

Nem elhanyagolandó tendencia továbbá a kulturális élményturizmus népszerűségének számottevő növekedése az elmúlt évtizedben. Rubovszky-nak az a véleménye, hogy „létezik egy igen aktív, kulturális kalandokat kereső (megj.: nem csak) európai

⁴ Interjú a Hungarofest vezetőjével: A kultúra turizmust teremt
http://www.turizmus.com/cikk/index/13/10002/turizmus_hirek/1897?CAKEPHP=87a1ac07550757d460a944d570d01926, letöltés ideje: 2011. szeptember 20.

középréteg, mely akár családotól 2-3 napot is eltölt egy-egy európai városban, hogy megnézzék egy-egy trendinek számító művészeti ág rendezvényét, közben jókat eszik, bort kóstol, múzeumba megy, és az átlagon felül költ”. Erre a piaci szegmensre kellene Magyarországnak is koncentrálnia, de konkrét meghatározásához külföldi felmérésekre lenne szükség, amelyek jelenleg forráshiány miatt nem állnak rendelkezésre. Egyaránt nagyon fontosnak tartom az együttműködést a turizmus operatív bonyolítóival, a szolgáltató szektorral is, a szállásadóktól a vendéglátóhelyeken át a kézműves termékeket értékesítőig, hiszen így például összehangoltabb lehet az események marketingje és jobban biztosítható az igényes, minőségi termékek megléte, amelyek szintén hozzájárulnak a komplex „élménycsomaghoz”, amelyet a turista igénybe vesz.

Nehezítő körülményt jelent, hogy a magyar beutaztató irodák tapasztalatai alapján utazási irodai oldalról nem igazán lehet befolyásolni a külföldi keresletet, az elmúlt tíz évben nagyrészt ugyanaz maradt a kínálatuk, kiegészítve néhány újonnan nyílt étteremmel, szállodával, ráadásul nem kedvez nekik az internetes foglalások elterjedése, sem az a tendencia, hogy az egyéni utazók közvetlenül keresik meg a szolgáltatókat és szervezik meg útjaikat. Némi fellendülést egyedül a MICE⁵ szegmensben látnak, ezen kívül még a távoli desztinációkra való eljutáshoz veszik szívesebben igénybe a turisták az irodák ajánlatait és a csoportos szervezett utakat. A beutaztató irodák képviselői úgy látják, hogy a kultúrdiplomáciai együttműködés háttérmunkálataiba egyáltalán nem vonják be a szakmát, pedig jó ötlet lenne reflektálni a csomagok összeállításakor egy-egy külföldi magyar évad sikeres programjára.

2.2. KULTURÁLIS DIPLOMÁCIA

Ami a kulturális idegenforgalom egyéb aspektusait illeti, Hiller István egy alkalommal a külföldi magyar évadok kapcsán kifejezetten „kultúrdiplomáciai offenzívát” emlegetett, amelynek fő gondolata, hogy „[...] a rendezvénysorozatok egy idő után szerves egésszé állnak össze, és jelentős hatást gyakorolnak a politikai-gazdasági kapcsolatokra is”.⁶ Ennek egyik példaértékű bizonyítéka, hogy 2003-ban Magyarországon a korábbi magyar kulturális évad viszonzásaképp egy francia évad (FranciArt) jött létre, 2005-2006 pedig egy francia-magyar ún. gazdasági év zajlott (MAGÉV és FAGÉV) – utóbbiaknak az lett

⁵ Üzleti turizmus: Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions

⁶ Oroszországban folytatódik a magyar évadok sora: <http://kulturport.hu/tart/rcikk/f/0/106134/1>, letöltés ideje: 2011. november 5.

az eredménye, hogy 1,3 milliárd euró értéket képviselő szerződések születtek magyar és francia vállalatok között, továbbá több mint kétezer nemzetközi szakmai kapcsolat létesült, amelyek révén a későbbiekben húsz beruházás realizálódott.⁷ 2008-ban ennek mintájára valósult meg közös Gazdasági és Kulturális Évad Kínával, valamint Spanyolországgal is (Madridban 2008-tól kezdve működik magyar oktatási-kulturális szakdiplomata).

A 2011-es magyar soros elnökségnek kiemelt prioritása volt a számos előzménnyel rendelkező Duna Régió Stratégia⁸ elindítása a megvalósítás útján – az Európai Parlament már korábban jóváhagyta a tervet. A nagyszabású projekt napjainkban aktuális közös környezetvédelmi, közlekedési, infrastruktúra-fejlesztési és kulturális témákat foglal magába (de ne feledkezzünk meg geopolitikai dimenzióiról sem), amelyek érintik mindazon államokat, amelyeken keresztül folyik, illetve, amelyek a vízgyűjtő területéhez tartoznak. Mindezek segítik a résztvevő országokat a globális kihívásoknak való megfelelésben, nemzetközi versenyképességük javításában, és nem utolsósorban az Európai Unió kohézióját is erősítik (az elnökség májusban Gödöllőn önálló konferenciát is szentelt az ügynek).

A kulturális vonallal kapcsolatban már tavaly óta folyik az egyeztetés, és nagyrészt a magyar lobbinak köszönhetően kezd körvonalazódni a koncepció. A bécsi Collegium Hungaricumban 2010 folyamán elindult egy programsorozat, amely a Dunai Kulturális Klaszter (DCC) megalapítását célozza. A szervezet mellett, hogy igyekezne egy önálló, jellegzetes és jól kommunikálható márkát teremteni, közös projekteket, például fesztiválokat szervezne, ezen kívül információ- és szolgáltatóközpontként is működni egyéb dunai tematikájú csoportosulások javára.⁹ Érdeemes megjegyezni, hogy a DCC megálmodói a kultúrára, mint „kreatív gazdasági” ágra tekintenek, amelynek jelentős szerepet tulajdonítanak a nemzetek gazdaságában, intézményi formának pedig azért választották a klasztert, mert ez többet jelent pusztán kooperációnál, erős hangsúlyt fektet a

⁷ a Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium sajtóközleménye, 2009. január 2.

<http://www.realzoldek.hu/modules.php?name=News&file=print&sid=879>, letöltés ideje: 2011. november 9.

⁸ Ausztria, Bulgária, Csehország, Magyarország, Németország, Románia, Szlovákia és Szlovénia részvételével, az EU-n kívülről pedig Bosznia-Hercegovina, Horvátország (2012-től tag), Montenegró, Moldova, Szerbia és Ukrajna bevonása is
forrás: Európa Pont: Célegyesben a Duna-stratégia:

http://europapont.blog.hu/2011/06/06/celegyesben_a_duna_strategia, letöltés ideje: 2011. november 10.

⁹ Dunai Kulturális Klaszter honlapja: <http://hu.danubecluster.eu/fooldal>, letöltés ideje: 2011. november 10.

hálózatépítésre, amely a tudásalapú társadalmon és a legújabb infokommunikációs technológiákon alapszik, lehetővé téve a hatékonyabb és gyorsabb működést.¹⁰

A nemzetközi rendszer átalakulásának és sokszereplőssé válásának következtében jött létre az ún. nyilvános diplomácia, amely a reálpolitika noopolitikává¹¹ formálódásában mutatkozik meg. Ez a következőket foglalja magába: a kemény hatalom (hard power) mellett a puha hatalom (soft power) megjelenése, amelyet előnyben részesít az előbbivel szemben, és amely a kulturális külpolitika és diplomácia eszközei közé tartozik. Elemzési egységei az államok helyett az eszmék és a különböző nem állami szereplők; zéróösszegű játszmák helyett pedig a mindkét fél számára kedvező (win-win) szituációkra törekszik. Továbbá a konfliktusok ellenében a kooperációra, a biztonsági célú szövetségi hálózatokra és az etikusságra helyezi a hangsúlyt, elutasítja a nemzeti érdekek primátusát, inkább a megosztott érdekeket és információkat, valamint az államok felelősségén alapuló nemzetközi egyensúlyt preferálja.¹² A nyilvános diplomácia (public diplomacy) kifejezést először Edmund Guillon használta 1965-ben, aki úgy gondolta, hogy a társadalmi álláspontok hatással vannak a külpolitika formálódására és alkalmazására. A diplomácia ezen új formája ezért éppen azokra az eszközökre támaszkodik, amelyeket a „hagyományos” nélkülöz: a célország közvéleményének befolyásolása, kapcsolatok kiépítése a külföldi magán- vagy lobbicsoportokkal, beszámolás hazai eseményekről, amelyek hatással lehetnek a politikára, összességében a kultúrák közötti kommunikáció teljes folyamata ide tartozik (Guillon, 1965, idézi Ryniejska, 2010).¹³

Egy brit kutatóintézet, a Demos *Kulturális diplomácia* c. tanulmányában¹⁴ is azt a véleményt láthatjuk tükröződni, hogy a politikusoknak változtatniuk kell hagyományos felfogásukon a puha és a kemény hatalomról, mert napjaink globális kihívásai, a nemzetközi migráció, a klímaváltozás vagy a terrorizmus, nem kezelhetők csak katonai erővel vagy politikák egyoldalú bevezetésével. Úgy gondolják, hogy a kulturális diplomácia ebben jelentős szerepet kap, mert az ezen a területen elért sikerek a nemzetközi kapcsolatok fontos erőforrásai lehetnek. Ennek megvalósítását azonban nem csak a diplomaták felelősségének tartják, hanem az őket delegáló államokénak is, mert

¹⁰ Dunai Kulturális Klaszter: <http://hu.danubecluster.eu/hatter/miert-klasster->, letöltés ideje: 2011. november 10.

¹¹ noos = lélek, ismeret

¹² ld. Melléklet I. és II.

¹³ Ryniejska – Kieldanowicz (2008): Cultural Diplomacy as a Form of International Communication, p. 3. http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Ryniejska_Kieldanowicz.pdf, letöltés ideje: 2011. szeptember 2.

¹⁴ ld 1.

míg régen ez a „műfaj” csak a politikai elitet érintette (pl. az országok uralkodói és nemesei értékes ajándéktárgyakat küldtek követek útján más magas rangúaknak), akik nagyrészt megegyeztek a kulturális elittel, manapság a tömegkultúra megjelenésével mindenki a részesévé válik. A kulturális javak cseréje ezáltal közvetlen hatást fejt ki, méghezzá sokkal gyorsabban és hatékonyabban, mint a nyilvános diplomácia más eszközei, különösen egy olyan nemzetközi rendszerben, ahol a kulturális, vallási és etnikai jellemzők a korábbinál sokkal nagyobb szerepet kapnak az egyének és a közösségek identitásának kialakításában. Ez persze azt is jelenti, hogy a nemzeti kultúrákat nem tekinthetjük többé statikusnak, hanem tudomásul kell vennünk, hogy a kölcsönhatások révén folyamatosan érintkeznek, keverednek és formálódnak. Figyelemreméltónak találtam továbbá azt az elgondolásukat is, hogy a nyilvános diplomáciának nem csak arra kell törekednie, hogy az emberek percepcióit változtassa meg egy országgal kapcsolatban, hanem a viselkedésüket is (természetesen összhangban a kormány prioritásaival) – ami viszont rendkívül közel áll a marketing elveihez. Ehhez azonban az sem árt, ha a kultúrpolitikába szervesen bevonják a kultúra hazai képviselőit és más szakembereket – de nem csak az irányelvek meghatározásának szintjén, hanem a megvalósítás folyamatát tekintve is.

Szilágyi István megfogalmazása szerint „[...] a kulturális külpolitika századunkban az új nyilvános diplomácia keretei között tölti be funkcióját.” (Szilágyi, 2010, p. 204) Miben különbözik ez a hagyományos diplomáciától? A propaganda helyett párbeszédet igyekszik kialakítani, nem csak az államok, hanem a civil társadalom szintjén is, az információk közlésén túlmenően az értékek közvetítésére, a partikularizmus helyett pedig az univerzális kérdésekre (pl. demokrácia, emberi jogok) koncentrál. A stabilitással (status quo) és a problémák makro-szemléletű megközelítésével szemben előnyben részesíti a változásokat, csakúgy, mint a mikroszintű megoldásokat. Újdonságot jelent ezen kívül a kormányzat és az emberek (government to people), valamint az „átlagemberek” közötti (people to people) diplomáciai viszonyrendszer – az utóbbira példák a különböző nem kormányzati szervezetek (NGO¹⁵), vagy a diaszpóra diplomácia, azaz a kapcsolattartás a nemzet országhatárokon túl élő tagjaival.

Ebbe a gondolatmenetbe illeszkedik Dr. Nagy Péter véleménye, aki a virtuális diplomáciáról tényreírásról ír. Szerinte az információs társadalom kora nem hagyta érintetlenül a diplomaták világát sem, nekik is alkalmazkodniuk kell az info-

¹⁵ non-governmental organization

kommunikációs technológiák gyors fejlődéséhez, amelyek által a zárt ajtók mögött folyó titkos tárgyalások nyilvánosabbá váltak, mint azelőtt. Ez a transzparencia viszont ahhoz vezet, hogy az állampolgárok hatékonyabban „ellenőrizhetik” azok munkáját, akik a hatalmat gyakorolják, illetve azt is jelenti, hogy ha nem tetszik nekik, amit látnak, akkor a korábbinál sokkal gyorsabban és hatékonyabban tudják kifejezni ellenvéleményüket, ld. a 2011-es észak-afrikai tüntetések példája, amelyeket az Internet segítségével szerveztek. Ő is kiemeli továbbá a nyilvános diplomácia strukturális változását: az intézményesülést, az állami funkciók bővülését, a nem állami résztvevők számának bővülését; valamint a napirendre kerülő új ügyeket, amelyek témáikban egyszerre differenciálódnak és mélyülnek, továbbá szétválnak ún. kis- és nagypolitikára (low and high politics). Az utóbbi kategóriába tartoznak az államérdekekhez, biztonságpolitikai kérdésekhez szorosan kapcsolódó dolgok, pl. a háborúk vagy a hosszú távú stratégiák, de ideiglenesen ide kerülhetnek más, alacsonyabb szintű problémák, amelyek egy válsághelyzetben eszkalálódnak. A nyilvános diplomácia azonban kétélű fegyver: „[...] képes befolyásolni a közvéleményt, hogy megnyerje támogatását a képviselt ország politikája és álláspontja mellett”, de ugyanakkor, ha rosszul alkalmazkodik, „[...] a legjobb politikákat és álláspontokat is alááshatja, és rendkívül negatív országhatásához vezethet”. (Nagy, 2002) Találó az az idevágó gondolat is, hogy a nyilvános diplomácia egy régi ötlet új köntösbe öltöztetve, hiszen tulajdonképp egy bevett gyakorlat nyert új népszerűséget a kommunikációs eszközök fejlődése és elterjedése, valamint az információk hozzáférhetőségének megugrása által.¹⁶

Hasonlóképpen vélekedik Marietje Schaake, holland EU képviselő is egy 2010-ben vele készített interjúban:¹⁷ „A kultúra célja ma már nem pusztán az, hogy művészeti vagy irodalmi értéket hozzon létre. A „kulturális diplomáciát” napjainkban egyre gyakrabban használják ... a demokráciában való részvétel, a fejlődés, az oktatás, az emberi jogok és a szólásszabadság előmozdítására”. A cikk másik eleme, amelyet kiemelnék, Európával, mint márkával kapcsolatos: szerinte az öreg kontinenst pont a sokszínűség teszi olyan vonzóvá, amelynek a fenntartására törekedni is kell, hiszen annak eltűnésével valószínűleg elvesztené varázsát (felvetődhet azonban bennünk a kérdés, hogy egy másik

¹⁶ Yannis Piliouris: American public diplomacy – Engaging people’s heart and minds, forrás: http://www.bridge-mag.com/magazine/index.php?option=com_content&task=view&id=562&Itemid=81, letöltés ideje: 2011. október 11.

¹⁷ Kulturális diplomácia: hogyan adjuk el az európai kultúrát a világban? http://www.europarl.europa.eu/news/public/story_page/037-106148-337-12-49-906-20101203STO05908-2010-03-12-2010/default_hu.htm, letöltés ideje: 2011. szeptember 10.

kontinensről idelátogató, más kultúrkörben szocializálódott turista mit és hogyan érzékel ebből a sokszínűségből). Ezen kívül az Európai Unió lehetőséget ad arra, hogy az egyes tagállamok érdekeit közösen képviseljük és versenyképesebbek legyünk a világban, mintha ezt egyenként tennénk meg. Schaake a kultúrát a külpolitika stratégiai elemévé emelné, úgy, ahogy ez például a NATO-ban vagy Kínában is érvényesül.

Azonban, hogy egy másik szemléletmódot is bemutassak, visszatérnék Marta Ryniejska már említett tanulmányára, aki többek között hivatkozik Szondi Györgyre. Szondi a nyilvános diplomácia és egy nemzet márkázásának összefüggéseit vizsgálta, és az az álláspontja, hogy a kulturális diplomácia mindig is a közép-európai államok külpolitikájának egyik fő pillérét képezte, célja pedig, hogy a kultúrán keresztül megkedveltesse az ország lakóit, nyelvét és pozitív imázst alakítson ki a külföldiekben. A kölcsönös viszonyt feltételező kulturális kapcsolatokkal szemben egyoldalúnak tartja a kultúrdiplomáciát és a politika helyett inkább a PR (public relations) felől közelíti meg, kijelentvén, hogy az nem a nyilvános diplomácia része, hanem a „hírnév menedzsment” egyik eleme, az országmárkázáshoz hasonlóan.¹⁸ Úgy gondolom, ez a fogalom azonban szorosan kötődik a turizmusmarketinghez is, hiszen jelentése, hogy bizonyos állandó elemeken keresztül¹⁹ következetes és hiteles kommunikációval hosszú távú „fogyasztókat” (turistákat) szerezzünk az országnak, amely a turizmust a gazdaság egyik húzóágazatává teheti.

További érvek az idegenforgalom mellett, hogy a kulturális és az örökségturizmus az elmúlt évtized egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai szegmensei, amelyekből Magyarország is – hála gazdag hagyományainak, művészeti életének és történelmének – aktívabb piaci jelenléttel és megfelelő pozicionálással a jelenleginél jóval többet profitálhatna. A világ feltörekvő hatalmai ezt szintén felismerték, Brazíliáról az emberek nagy részének a karneválok, a zene és a tánc jut eszébe, Kína európai mértékkel mérve óriási összegeket áldoz a kultúrára, Thaiföld pedig egy 2003-as kampánnyal minél több thai étterem létrehozását tűzte ki célul külföldön, hogy így hívják fel a figyelmet magukra és csaljanak minél több turistát az országukba.²⁰

¹⁸ Id. 13, p. 6

¹⁹ turizmus, befektetések, exporttermékek és diplomácia – Horváth (2006)

²⁰ Id. 1

2.3. TURIZMUSDIPLOMÁCIA

Térségünkben maradva, szintén tekintélyes múltra tekint vissza a Visegrádi Négyek együttműködése, amelyben hazánkon kívül Csehország, Lengyelország és Szlovákia vesz részt. Honlapjukon²¹ az összefonódó történelmi gyökerek mellett a közös kultúrát és értékeket jelölik meg kooperációjuk alapjaként, továbbá megjelenik az is, hogy összefogásuk kiterjed az államközi kapcsolatok minden területére, a magas szintű politikai egyeztetésektől a szakértői és diplomáciai találkozókra keresztül a kulturális, kutatás-fejlesztési programokig, valamint a civil szféra hálózataiig. 2004 óta sikeresen működik a *European Quartet – One melody* (Európai négyes – közös dallam) nevű kezdeményezés, amely a négy közép-európai (visegrádi) ország nemzeti idegenforgalmi szervezeteit tömöríti. Mivel a messziről ideutazók általában elég keveset tudnak róluk egyenként, és inkább a térség érdekli őket, a hatékonyabb Európán kívüli promóció érdekében egységes, közös arculatot hoztak létre, mindegyikük számára előnyös négynyelvű internetes oldalt készítettek, évről-évre új marketingtervet fogalmaznak meg, együttesen jelennek meg a nagy turisztikai szakkonferenciákon, továbbá valamennyiüket érintő workshopokat, roadshow-kat, study tourokat, piackutatásokat rendeznek. A 2010-es csúcstalálkozó vívmánya volt, hogy „[...] megállapodtak a turizmusdiplomáciai együttműködés erősítésében is, mind az Európai Bizottság Turisztikai Tanácsadó Bizottságában, mind a Turisztikai Világszervezetben (UNWTO). Ez utóbbi esetében Magyarország Végrehajtó Tanácsban betöltött tagsága alapján felajánlotta a négy ország érdekeinek képviselését a szervezet döntéshozó testületében”.²² Említésre méltó a tény, hogy a kooperáció intenzívebbé tétele óta a régió államainak egymás közötti vendégforgalma konzekvensen növekszik.

Fellelhető ezen kívül egy 2005-ös dokumentum,²³ amely a magyar turizmusdiplomácia fő irányvonalait és eredményeit taglalja. Ebben a V4-es együttműködésen kívül szerepel más nemzetközi szervezetekben, pl. az Európai Unióban, az UNWTO-ban, az OECD-ben²⁴ végzett tevékenység, valamint a bilaterális kapcsolatok és megállapodások felsorolása.

²¹ About the Visegrad Group <http://www.visegradgroup.eu/about>, letöltés ideje: 2011. november 10.

²² Kulcsár László: Visegrádi együttműködés az idegenforgalom élénkítésében: <http://infovilag.hu/hir-17052-visegradi-egyuttmukodes-az.html>, 2011. november 10.

²³ Dr. Kolber István regionális fejlesztésért és felzárkóztatásért felelős tárcanélküli miniszter levele Lasztovicza Jenő országgyűlési képviselő részére: <http://www.parlament.hu/irom37/17504/17504-0001.pdf>, letöltés ideje: 2011. november 11.

²⁴ Organisation for Economic Co-operation and Development

2.4. MÁRKAMÁNIA

Bár nem tartozik szorosan a modellhez, megemlítenék egy olyan jelenséget, amely az elmúlt évtizedekben nemzetközi trenddé vált, ez pedig az országmárkázás, amely lényegében egy komplex marketing tevékenységet jelöl, és amely mind a turizmus, mind pedig a kultúrdiplomácia eszköze lehet a külvilág véleményének alakításában. Ez a befolyásolás az országimázsokon keresztül történik, amely tulajdonképpen az emberekben egy államról „[...] *gondolatban festett kép, hiedelmek és benyomások összessége*” (de Vicente, 2004, idézi Horváth, 2006 p. 9)

Az országmárkázás abban különbözik az országimázs-építéstől, hogy ebben az esetben maga a kormányzat, illetve egy vállalat törekszik úgy bemutatni az államot, hogy hírnevét egyfajta tökésként felhasználva gazdasági, társadalmi vagy politikai érdekeit érvényre juttassa otthon és külföldön egyaránt. Ehhez azonban az kell, hogy maguk az állampolgárok is tudjanak és akarjanak azonosulni a képviselni kívánt képpel (Szondi 2008, hivatkozik Anholtra). Szondi egyébként a 2. fejezetben körüljárt nyilvános diplomáciával rokonítja az országmárkázást. Utóbbit inkább arra használják, hogy az ország versenyelőnyökre tegyen szert tájai, népei és kultúrája egyediségének hangsúlyozása által, amelyek egyértelműen megkülönböztetik más államoktól, valamint a nyilvános diplomációhoz képest, amely inkább a viselkedést igyekszik befolyásolni, jobban támaszkodik vizuális és szimbolikus elemekre (például logók, szlogenek). Úgy is jellemezhető, mint jelek, jelképek és terek teremtése a fogyasztók számára, amelyek hatására a vásárlók beruháznak az országban, megveszik termékeit, ellátogatnak oda, és pénzt költenek ott. (Szondi, 2008) Miért van rá szükség? Az UNWTO statisztikái szerint²⁵ kevés ország osztozik a nemzetközi turistaérkezések túlnyomó részén, a többieknek ezért olyan egyedülálló stratégiát és márkát kell építeniük, amelyekkel piaci részeket céloznak meg, hogy versenyképesek lehessenek a nemzetközi porondon.²⁶

Szondi György ötféle változatot mutat be a nyilvános diplomácia és az országmárkázás viszonyára,²⁷ egy körképet adva a témában fellelhető szakirodalomról:

- 1) különálló fogalmak, egymástól függetlenek:** eszközeikben, rész céljaikban és aktoraikban, stb. eltérnek;

²⁵ UNWTO: Tourism Highlights (2011) pp 6-9

http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr_1.pdf, letöltés ideje: 2011. november 9.

²⁶ Id. Melléklet III.

²⁷ Id. Melléklet IV.

- 2) az országmárkázáson belüli kisebb kategória a nyilvános diplomácia:** a területet kutatók leginkább ezt a felfogást képviselik, mint a már említett Anholt, aki kidolgozta a „brand pentagont” (márka gyémántmodell), amely abból áll, hogy a márkázás öt egymással szorosan összefüggő összetevője a turisztikai promóció, a külföldi befektetések vonzása, a márkák exportja, a külpolitika és a kultúra, ezekből jön létre a nemzeti márka-stratégia. Ezt az elméletet egészítette ki később Hildreth-tel közösen, majd ennek továbbfejlesztése lett a Versenyképes Identitás c. szintetizáló műve. Idesorolhatjuk Lewist is, aki szerint a nyilvános diplomácia a politikusok márkázási technikája;
- 3) a nyilvános diplomácián belüli kisebb kategória az országmárkázás:** ezt a megoldást is számos kormányzat alkalmazza a gyakorlatban, hiszen mindegyikük folytat valamilyen szinten nyilvános diplomáciát, de az országmárkázás nem mindig jelenik meg explicit módon – ennek értelmében a márkázás csak diplomáciai eszköz. Ezt az iskolát képviseli Peter van Ham, aki kelet-európai példákat hoz fel, amikor is a márkázást (feltűnő volta miatt) valamilyen nemzeti ügyre, problémára válaszként kezdték alkalmazni, pl. tagság valamely nemzetközi szervezetben. Egy másik példa a 2000-ben alapított Hungaricum Klub, amelynek egyik célja EU-csatlakozásunk külföldi népszerűsítése volt egy magyar termékekből összeállított „kosár” által;
- 4) átfedés van köztük:** a téma egyik fő szakértője Jan Melissen, aki úgy gondolkodik, hogy a fogalmak különböző oldalról közelítik meg ugyanazt a problémát, de a cselekvési területeik ugyanazok, akkor a leghatékonyabbak, ha együttműködnek egymással, valamint hasonlítanak abban is, hogy mindkettő sikerességét nagyon bonyolult mérni. Dinnie a metszetükbe a következőket teszi: kultúra, identitás, imázs, értékek. Szondi ezt azzal egészíti ki, hogy ha a kapcsolatépítést mind az országmárkázás, mind a nyilvános diplomácia központi elemének tekintenénk, akkor ennek mentén lehetővé válna a kettő további integrációja. Emellett Kathy Fitzpatrick úgy véli, hogy mindkét terület profitálhat a hálózati kommunikációból, mindazonáltal a hálózatok sokkal rugalmasabban kezelhető vizsgálati egységek, mint a nemzetek, és gyorsabban is alkalmazkodnak a környezet változásaihoz – hozzám is ez a megközelítés áll a legközelebb;
- 5) a kettő egy és ugyanaz:** azonos a végcéljuk, az ország promóciója által a pozitív imázs megteremtése. Ebből a nézőpontból viszont nem látszanak a fő különbségek, amelyek miatt nem is használhatóak ki igazán a benne rejlő lehetőségek. Olyan

véleményekkel is találkozni (Blitz és Snow), amelyek mindkét fogalmat a propaganda szinonimáiként kezelik – ami véleményem szerint egyáltalán nincs így.

Megállapíthatjuk, hogy a nyilvános diplomácia és az országmárkázás egyaránt dinamikusan fejlődő tudományterületek, nemzetközi szakirodalmuk egyre gyarapszik, de mindeddig nem született egy őket és más területeket, például a nemzetközi kapcsolatokat, a marketinget, a PR-t, a történelmet, a pszichológiát, stb. felölelő, azokat következetesen integráló és szintetizáló munka, mivel kutatásuk meglehetősen nehézkes. A legelterjedtebb módszer máig a vizsgálatukra az országspecifikus esettanulmányok készítése, amelyek többnyire dokumentumok elemzésén és mélyinterjúkon alapszanak, de időnként kísérleteznek a kvantitatív felmérésekkel is. Nem látható előre, hogy az ismertett elméletek közül melyik lesz az uralkodó, mivel a két terület határai még képlékenyek. Szondi szerint az egyiknek alárendelni a másikat nem jó megoldás, mivel az korlátozza a koncepciók potenciálját, ehelyett interdiszciplináris megközelítést javasol azok egyesítéséhez és az ellentétek feloldásához. Vigyázni kell viszont mindkét fogalom nyugati interpretációival és alkalmazásával, mivel egyáltalán nem biztos, hogy a világ más tájain ugyanúgy fognak működni, mint ahol eddig a legtöbbet kutatták őket.

Talán ez a gondolatmenet is kellően érzékeltette, hogy meglátásom alapján milyen szoros összefüggések mutatkoznak a kulturális diplomácia és a turizmus céljai, feladatai és eszközei között, a következő fejezetben pedig ennek gyakorlati alkalmazását szeretném áttekinteni és érzékeltetni a magyar intézményrendszer bemutatásán keresztül.

3. A KULTURÁLIS DIPLOMÁCIA HAZAI INTÉZMÉNY- RENDSZERE ÉS MŰKÖDÉSE

Ahhoz, hogy átlássuk, és megfelelően értékeljük a kulturális diplomácia tevékenységét és céljait, először meg kell vizsgálni azt a viszonyrendszert, amelybe illeszkedik. Környezetébe tágabb értelemben beletartoznak olyan befolyásoló tényezők, mint az adott ország gazdasága, bel- és külpolitikai törekvései, földrajzi és geopolitikai helyzete, természeti adottságai, társadalma, jogi rendszere, valamint technológiai fejlettsége. Szűkebb értelemben én elsősorban a gazdaságon belül a turizmushoz és a külpolitikához fűződő kapcsolatait elemzem, például hogy a három terület intézményrendszere milyen szorosan fonódik össze, vannak-e átfedések a céljaikban, illetve, hogy hogyan működnek együtt azok megvalósításában.

Hogyan kapcsolódik össze a kultúra és a politika? Ha kellő tapintattal alkalmazzák, a kultúra megolajozza a politikai gépezet kerekeit, a nehéz időkben biztosítja, hogy nyitva maradjanak előtte az ajtók, alkalmas üzenetek közvetítésére és segít újratárgyalni az álláspontokat az idők változásával. (Bound et al., 2007). Ami Magyarországot illeti, kultúrpolitikánk még mindig magán viseli az elmúlt század nyomait, amely tetten érhető például a kulturális intézményrendszer irányításának paternalista vonásaiban és az állampolgári kezdeményezések alacsony szintjében. Inkei Péter, a Budapesti Kulturális Obszervatórium igazgatója szerint, Nyugat-Európában a testületi igazgatás és a felelősségvállalás jobban érvényesül, mint hazánkban. Mindezekért azonban nem csak az állam okolható, hanem a társadalmi és a gazdasági tényezők is: mások az életkörülmények, alacsonyabb a diszkrecionális jövedelem mértéke, kevésbé széles a kultúra előállítóit és fogyasztóit „kitermelő” középosztály, csakúgy, mint a potenciális támogató magánszemélyek és vállalatok száma. Hazánk azonban előnyt kovácsolhat olyan „adottságokból” is, mint a határon túli magyarsággal való kapcsolatok, a magas színvonalú oktatás és művelődés hagyományai, illetve a kultúrpolitika gyakorlatias, de merevséget nélkülöző jellege. (Inkei, 2011)

3.1. KULTURÁLIS DIPLOMÁCIA ITTHON ÉS A VILÁGBAN

Újkori történetét tekintve a 19. század végétől kezdve beszélhetünk a mai értelemben kulturális diplomáciáról, mint a diplomácia egyik új ágáról, de igazán a 20. században kezdett érvényesülni. Már a két világháború között is felismerték a kulturális tevékenységek „feszültségoldó” voltát, ennek köszönhetően pedig kulturális attasékat vagy titkárokat neveztek ki, akik igyekeztek kapcsolatokat kötni, és bizalmat teremteni a fogadó ország elitjében hazájuk iránt, ami sokszor kiváló hosszú távú befektetésnek bizonyult. Ez a típusú diplomácia azzal az előnnyel bír, hogy nagyobb a rugalmassága, továbbá nem rendelkezik közvetlen politikai tartalommal. Halász Iván az 1930-as évek közepén alapított British Councilt és a volt gyarmatokra kiterjedő intézményrendszerét hozza fel példának, amelynek feladata a nyelvoktatás mellett napjainkig a brit kultúra terjesztése. (Halász, 2010) A kulturális megállapodásoknak sok esetben szimbolikus jelentősége is lehet, mondjuk, ha nincs mód „komolyabb” témájú szerződés megkötésére, de jelezni szeretnék a másik fél felé, hogy elismerik az erőfeszítéseiket és a jövőben kilátásba helyezik a szorosabb együttműködést – ami a diplomaták világában ugyanolyan fontos, mint a meglévő egyezmények. Valamint abban az esetben is hasznos, ha valamilyen okból kifolyólag beszűkül egy ország külpolitikai mozgástere, de nem akar teljesen elszigetelődni, illetve ha nem engedheti meg magának, hogy nagy összegeket áldozzon külkapcsolataira. Jól látta ezt a húszas évek Magyarországon Klebelsberg Kunó vallás- és közoktatásügyi miniszter is, aki a tudományt és a kultúrát kitörési pontnak tekintette, amelyekben az elért kiemelkedő eredmények által bizonyítani lehet az ország életrevalóságát, így elérhetik, hogy a többi európai állam egyenrangú félként kezelje őket.

Az első világháborútól egészen a hidegháború végéig a kulturális diplomácia egy speciális mögöttes tartalommal is bírt, amely nem volt más, mint a propaganda. Ennek segítségével próbálták ugyanis hangsúlyozni a politikusok országuk tekintélyét, feljebbvalóságát, vagy akarták érvényesíteni akaratukat és alátámasztani követeléseiket, továbbá saját lakosságukat – gyakran populista eszközökkel – túlzott nacionalizmusra „nevelni” és lelkesíteni céljaik támogatásában – pl. Magyarországon az irredentizmus, a hitleri Németország, a Szovjetunió, vagy az Amerikai Egyesült Államok, ahol még a CIA és a külügyminisztérium kulturális kapcsolatokért felelős főosztálya is hozzájárult a kulturális diplomácia felvirágzásához (H. K. Finn, 2003). A kétpólusú világrend felbomlásával azonban átalakult a nemzetközi rendszer és újra lehetőség nyílt a nemzeti kultúrák szélesebb spektrumú és torzítatlan bemutatására. A domináns értékrend erősítése

azonban egyben a szociális kohéziót is szolgálja. Azokon a helyeken, ahol a nemzetállami gondolkodás, vagy a nemzetépítés hangsúlyos (pl. Kelet-Európa új államaiban), ott máig kiemelkedő mítoszteremtő és ápoló szerepet kap a kultúra. (Inkei, 2011).

Erdős André, volt ENSZ nagykövet szerint a diplomácia jelentős szerepet játszik a nemzetközi konfliktusok megelőzésében és rendezésében, amihez azonban nem kell szükségszerűen mindenkivel mindenben egyetértenünk. Definíciója alapján „[...] a kulturális diplomácia egyik értelmezése, hogy az országok a kultúráról, a kulturális örökségről, a művészetekről, az ehhez történt saját specifikus hozzájárulásairól kommunikálnak egymással”. Ezen kívül „segít begyógyítani a történelem okozta sebeket, feldolgozni a traumákat” is. (Erdős, 2010, pp. 191-194). Ez az – irányított – információáramlás viszont elősegíti azt, hogy a világ népei jobban megismerjék egymást, amely az érzelmek révén pozitív attitűdöt, kölcsönös megértést, empátiát hoz létre.

Bálint Natália tanulmányában kicsit árnyaltabban mutatja be a kulturális diplomáciát: három síkot említ, amelyen értelmezhető: egyrészt jelentheti egy ország tudatosan felépített, egy bizonyos cél elérése érdekében folytatott kulturális külpolitikáját, másrészt egy hosszú távú, átfogó intézkedésrendszert, amely például kulturális központok nyitásán keresztül nyilvánul meg, harmadrészt pedig idetartozónak véli a hazai oktatás-nevelést is, amely az újonnan felnövekvő generációk (egészséges) nemzeti identitásának kialakulásában játszik szerepet. A nemzetközi kapcsolatokban, úgy véli, ez az ország névjegye, amely alapján az első benyomást kialakítják róla a többiek, és amelyen a későbbiekben meglehetősen nehéz változtatni. A kulturális értékek bemutatása azonban pozitív irányba befolyásolhatja a percepciókat és elősegítheti a jó viszony kialakítását másokkal. Jelentőséggel bír továbbá a nemzeti érdekérvényesítésben is: Joseph Nye gondolatait idézi az ún. puha hatalomról (soft power), amelynek része a kulturális diplomácia is. Ennek külpolitikai eszközei, a kemény hatalommal (hard power) ellentétben, nem az állam katonai és gazdasági erejéből fakadó nyomásgyakorlás, hanem a kultúra vagy a politikai eszmék, amelyek révén „[...] a vonzódás kialakításával érjük el céljainkat” – hiszen aki szimpatikusnak talál minket, azt könnyebb meggyőznünk saját igazunkról, és arról, hogy kövessen minket. Nye ezt az elméletet továbbfejlesztve azt mondja, hogy a legeredményesebb akkor lehet egy ország külpolitikai céljainak megvalósításában, ha a kemény és a puha hatalmat – céljainak és erőforrásainak megfelelően – okosan kombinálja (smart power) (Nye, 2002, idézi Bálint, 2010 p. 197).

A huszadik század történelmi eseményeinek és a technikai forradalom kibontakozásának következtében egyre nagyobb teret nyer a globalizáció; az infokommunikációs eszközök, a média és a nemzetközi migráció elősegíti a kultúra homogenizálódását, az államok nemzetközi szervezetekbe tömörülésével pedig számos esetben háttérbe szorulnak a nemzeti hagyományok és érdekek. A kulturális diplomáciának épp ezért részt kell vállalnia a kollektív és önálló nemzeti identitás megőrzésében egyaránt, amely békés úton hozzájárul az állami jelenlét megerősítéséhez és a sokszínűség fenntartásához. (Kiss J., 2003, idézi Bálint, 2010). A hivatásos politikusok mellett nagyobb hangsúlyt kellene kapniuk az íróknak, költőknek, képzőművészeknek, zenészeknek és a tudósoknak, akik közvetlenebb kapcsolatot képesek kialakítani egy másik ország lakosaival, és akiknek intenzívebb külföldi megjelenésük mellett hazájukban is szélesebb teret kellene adni, például a kulturális és más projektek állami támogatásán keresztül. A szerző szerint ugyanakkor problémát jelent az, hogy a „[...] kulturális diplomácia nem határozza meg magát megfelelő mértékben, és gyakran ugyanazokra a sztereotípiákra épít, amelyek ellen küzdenie kellene”, ami a nem kellőképpen átgondolt stratégiából vagy a rossz pozicionálásból fakadhat (Bálint, 2010, p. 7).

Ami Magyarországot illeti, 2004-ben hívták életre a 2013-ig szóló, jelenleg is érvényes *Magyar Kulturális Stratégiát* a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) irányítása alatt, amelyben a második Nemzeti Fejlesztési Tervvel és az európai uniós keretprogrammal összhangban kijelölték a legfontosabb fejlődési irányokat. A kultúra gazdasági – társadalmi – politikai – technológiai környezetének bemutatását követően rámutattak a magyar sajátosságokra, pl. az egyes társadalmi rétegek közötti nagy távolságok, a közösségi kulturális tevékenységek visszaesése, a vidék hátránya a fővároshoz képest, a kulturális kirekesztődés veszélyének megjelenése. A szerzők új helyzetet látnak abban, hogy a rendszerváltással a határon túli magyar kisebbségek újra a kulturális politika figyelmébe kerültek. Véleményem szerint az EU-csatlakozás ezt a tendenciát tovább erősítette a szomszédos országokban élő magyarság esetében. Az írás három stratégiai feladatot (esélyteremtés, érték- és hagyományörzés, új értékek létrehozása), ezeken belül pedig összesen nyolc stratégiai irányt sorol fel. Kiemelném továbbá a kulturális politika eszköztárának áttekintését, amelyen belül a finanszírozás és az Európai Unió nyújtotta lehetőségek kiaknázásán túl szerepel a helyi és regionális kultúrpolitikák összehangolása, a jogi feltételek kedvezőbbé tétele, a médiapolitika, és explicit módon a kulturális diplomácia is említésre kerül. Felismerték, hogy az utóbbi évtizedekben jelentősen

kibővült a hazai művészeti alkotások piaca, kulturális túlkínálat és ezáltal sokkal szorosabb verseny is jött létre. Megfogalmazták, hogy a nemzeti kultúránkat az EU-n kívüli, harmadik országok irányába is egyre nagyobb intenzitással népszerűsíteni kell, valamint hogy a kultúrpolitikának szorosan kapcsolódnia kell azon területekhez, amelyeket érint, elsősorban a gazdasághoz, a turizmushoz és a politikához. Más országok példája alapján úgy látják, hogy a kultúrpolitika irányítására „*félíg vagy egészen társadalmi ellenőrzéssel működő szervezetet*” kell kialakítani.²⁸ Ezzel azért értek egyet, mert szerintem fokozná az átláthatóságot, a hatékonyságot és a minőségi kulturális termékek javára válna. Osztom azt a véleményt is, hogy egyre nagyobb szerepet játszanak a kultúrdiplomáciában a virtuális terek, és hogy törekednünk kell arra, hogy minél több igényes tartalom legyen elérhető az országunkról a világhálón. A szerzőknek abban is igazuk van, hogy a tengeren túli magyarság (főként Észak-Amerika) esetében fennáll a teljes asszimilálódás veszélye, mivel az előregedéssel csökken azon generációk képviselőinek a száma, akik aktívan használták a magyar nyelvet és tevékenységük révén éltették a kis közösségeket.

Egészen 2010-ig nem rendelkezünk olyan hivatalos, központi dokumentummal, amely összefoglalta és meghatározta volna a magyar kulturális diplomácia irányelveit. Csak tavaly januárban született meg ugyanis a külföldi magyar intézetek, a Collegium Hungaricumok igazgatóinak és más szakdiplomataik közös állásfoglalása, amelyet a Balassi Intézet adott közre, és amelyben megfogalmazódtak a rövid- és középtávú célok, továbbá a szorosabb együttműködésnek az igénye. A dokumentum szerzői kijelentik, hogy „*[...] Magyarország kulturális jelenléte a világban messze meghaladja gazdasági erejét, és ebből következik, hogy számára a kulturális diplomácia az érdekek érvényesítésének különösen hatékony eszköze.*” Célul tűzik ki hazánk nemzetközi jelenlétének erősítését a kultúra, a tudomány és az oktatás területein elért sikerek, valamint a külföldi intézményrendszer tevékenysége által, továbbá a művészeti alkotások és innovációk szabad áramlásának intenzívebbé tételét. Mindezek mellett kiemelt fontosságú feladatnak tartják az ország iránti érdeklődés növelését, a magasabb vásárlóerőt képviselő, minőségi turisták vonzását és nem utolsósorban a külföldön élő magyarok nemzettudatának megőrzését.²⁹

²⁸ Magyar Kulturális Stratégia, forrás: http://www.kulturpont.hu/content.php?hle_id=9670, p. 20, letöltés ideje: 2011. október 9.

²⁹ Balassi Intézet: A kulturális diplomácia főbb irányelvei, Preambulum

Érdemesnek tartom továbbá megjegyezni azt is, hogy mi a külügyi tárca véleménye: a 2008-ban elfogadott *Magyar Külkapcsolati Stratégiában*³⁰ a cselekvési területek között több helyen is megemlíti a kultúra és az idegenforgalom szerepe. *„A gazdag és sokrétű kulturális hagyományokkal rendelkező Magyarország a kultúra, mint külkapcsolati tényező felértékelődésének egyértelmű haszonélvezője lehet. Az országról alkotott képet minden egyes polgára alakítja saját magatartásával, tevékenységével, és ezzel részleges felelősséget visel alakulásáért. A kulturális külpolitika feladata - építve a 2011. évi uniós elnökségből adódó lehetőségekre is – korszerű és hiteles Magyarország- és magyarságkép megjelenítése.”* Továbbá a Külkapcsolati tevékenység intézményei és eszközei között megtalálhatjuk a szakdiplomatakat, a magyar kulturális intézetek külföldi hálózatát, az oktatási-kulturális szakdiplomatakat és a magyar kulturális évadokat is.

3.2. A BALASSI INTÉZET ÉS KAPCSOLATRENDSZERE³¹

A Balassi Bálint Intézet 2002. elején jött létre a Magyar Nyelvi Intézet és a Nemzetközi Hungarológiai Központ összevonásával. Elődei munkájának továbbvitelén kívül működése sok új feladattal egészült ki, amelyet mutat a névváltoztatás is: 2005-től kezdve Balassi Bálint Magyar Kulturális Intézetnek hívják (a továbbiakban BI). 2007-ben került az irányítása alá a Magyar Ösztöndíj Bizottság, (MÖB), valamint a külföldi magyar intézetek hálózata, ezáltal a nemzet- és országgépért felelős intézmények központja lett, és erősödött szakmai irányító jellege – emögött az a kultúrpolitikai szándék állt, hogy hasonló funkciót töltsön be, mint a már említett British Council, a német Goethe Institut vagy a spanyol Cervantes Intézet. A BI továbbá a magyar kulturális diplomácia nemzetközi kapcsolatrendszerének ernyőszervezete, illetve központi költségvetési szerve és irányítója. A hozzátartozó és vele együttműködő szervezeten keresztül hatékonyan törekszik képviselni és népszerűsíteni „[...] az egységes és egyetemes magyar kultúrát” a világban, ezzel párhuzamosan a határokon túl élő magyarság kultúráját bemutatni a hazai közönségnek, valamint ápolni a kettő közötti kapcsolatokat.³²

<http://www.bbi.hu/data/files/intezet/szakmaidokumentaciok/strategia02.pdf>, letöltés ideje: 2011. szeptember 9.

³⁰ Külügyminisztérium: Magyarország külkapcsolati stratégiája http://www.mfa.gov.hu/kum/hu/bal/Kulpolitikank/kulkapcsolati_strategia/hu_kulkapcs_strat.htm, letöltés ideje: 2011. november 17.

³¹ ld. Melléklet V.

³² Balassi Intézet: Magunkról <http://www.bbi.hu/index.php?id=1&cid=146>, letöltés ideje: 2011. október 1.

2011 márciusában született egy közigazgatási és igazságügyi miniszteri (KIM) utasítás a BI-ről,³³ amelyben a megjelölt alaptevékenységek közül a legfontosabb a külügyi szakdiplomáciai, valamint a nemzetközi oktatási és kulturális tevékenység, de ugyanezek jelen vannak a határon túli magyarsághoz kapcsolódóan is. Szerepelnek még felsőoktatás szervezési és képzési feladatok a külföldön történő magyar nyelvoktatás miatt, ezen kívül szálláshelynyújtás – a vendégoktatói hálózat kiépítése végett –, továbbá közművelődési tevékenységek ellátása, amelynek megfelelően a budapesti intézet gazdag programkínálatot dolgozott ki a magyar publikum számára.

Az intézetben az Oktatási és Tudományos Igazgatóság a magyar idegen nyelvként való oktatásáért, ezen belül a Márton Áron Szakkollégium a határon túli magyarok magyarországi felsőoktatásáért felelős, de hozzá tartozik még a vendégoktatói (lektori) hálózat, csakúgy, mint a hungarológiai szakkönyvtár. A Nemzetközi Igazgatóság irányítja a Külföldi Magyar Intézetek, illetve az oktatási-kulturális szakdiplomata munkáját, valamint alá került besorolásra a MÖB is.

A BI 2010 júliusa óta a Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium (KIM) felügyelete alatt áll (korábban a kulturális tárcához tartozott), de tevékenysége révén bizonyos esetekben együttműködik a Külügyminisztériummal, illetve a Magyar Turizmus Zrt-vel is, ahogy az a továbbiakban kifejtésre kerül. Hatos Pál, a BI jelenlegi főigazgatója szerint³⁴ „[...] az intézmény missziója a magyarság hírnevének eljuttatása a világba”, nem tekinti azonban feladatának (vagy csak közvetve, az országhépen keresztül) a beutazó turisták számának növelését, hanem inkább a tájékoztatásra helyezi a hangsúlyt. Úgy gondolja, az országunkról és általában a magyarokról kedvező kép él azokban, akik már valamilyen kapcsolatba kerültek velünk, gondot jelent viszont, hogy kis állam lévén kevesen tudnak rólunk, ezért minél többekkel – főként a fiatal nemzedékekkel – meg kell ismertetnünk a magyar kultúrát, azáltal, hogy bekapcsolódunk a legújabb trendekbe. Fontosnak tartja továbbá, hogy egységes és hiteles képet közvetítsünk Magyarországról, valamint hogy az egyes országokban lévő intézetek programját a befogadó közönség kultúrájának és érdeklődésének megfelelően differenciáljuk. Az a véleménye, hogy a BI, az MT Zrt. és a külügyi tárca kooperációja napi szinten és hatékonyan megvalósul, mind a szervezet, mind pedig a stratégiai célok összehangolásának köszönhetően. Sáringer

³³ 17/2011. (III.2.) KIM utasítás a Balassi Intézet Szervezeti és Működési Szabályzatának meghatározásáról, http://www.bbi.hu/data/files/intezet/SZMSZ_17_2011_KIM_utasitas.pdf, letöltés ideje: 2011. október 10.

³⁴ személyes interjú, 2011. október 15.

János szavaival élve: „[...] a gazdasági tárca óvatosan távol tartja magát a kulturális diplomáciától.” (Sáring, 2010, p. 8)

Pröhle Gergely, EU kétoldalú kapcsolatokért, sajtóért és kulturális diplomáciáért felelős helyettes államtitkárnak (KÜM) is az a meglátása, hogy az országgépépítés alapvetően valamilyen kulturális élményhez kell hogy kapcsolódjon – hiszen ez többnyire egy nemzetek felett álló, közös nyelv, ezért alkalmas eszköz a különbségek áthidalására. Összetettnek tartja azonban a jelenlegi helyzetet abból a szempontból, hogy egyrészt a kommunikáció felgyorsult, ezért a média nagyon leegyszerűsített üzenetekkel operál, amely megnehezíti a változatos tartalmak megjelenítését, másrészt mert az Európai Unió tagjaként – bár annak illetékessége nem terjed ki a kulturális értékekre – el kell tudnunk helyezni magunkat egy tágabb környezetben is, miközben törekszünk saját nemzeti identitásunk megőrzésére.³⁵ A külügyi és az oktatási tárca viszonyát a következőképpen jellemezte: „A hatályos kormányrendelet kimondja ugyan, hogy a Külügyminisztérium részt vesz a külképviseletek és a kulturális intézetek munkájának összehangolásában, e feladatának azonban – egyértelmű hatás- és felelősségi körre vonatkozó szabályozások híján – nem tud megfelelő színvonalon eleget tenni. A KÜM továbbra is inkább csupán jelentéktelen „díszítőelemnek” tekinti a kulturális külpolitikát, a külképviseletek kulturális céljaira rendelkezésre álló forrás lepadt, felhasználása esetleges”.³⁶ Ugyanitt olvasható, hogy „[...] a Balassi Intézet részletes működési szabályainak kidolgozására az OKM³⁷ minisztere kap felhatalmazást, ugyanakkor a Külügyminiszter csak a külképviseletek és a külföldi kulturális intézetek működésének és feladatainak összehangolásában vesz részt, valamint meghatározza az intézetek igazgatóinak és helyetteseiknek diplomáciai rangsorát, a kölcsönös tájékoztatás rendjét, a biztonsági és iratkezelési szabályokat, valamint a futárkapcsolattal összefüggő előírásokat. A Külügyminiszter jogai tehát elsősorban a technikai jellegű ügyek kezelésére szorítkoznak, a szakmai munka konkrét irányának meghatározásában nem vesz részt.”

³⁵ Hatos Pál és Pröhle Gergely közös, Cooltúrdiplomácia c. előadása 2011. október 15-én, a ReGeneráció kormányzati karrierexpón

³⁶ Pröhle Gergely (2007): A magyar kultúra szerepe Magyarország nemzetközi politikai és gazdasági kapcsolatainak fejlesztésében (vitaindító), p6; p9
http://www.mtaki.hu/docs/kul kapcsolati_strategia/prohle_a_magyar_kultura_teljes.pdf, letöltés ideje: 2011. szeptember 8.

³⁷ megj.: most már a KIM

3.3. A KÜLFÖLDI MAGYAR KULTURÁLIS INTÉZETEK ÉS TÁRSULT INTÉZETEIK

Már a 19. század végén meglehetősen erőteljes „országimázs-tevékenységet” folytatott a magyar politika, amelynek apropói az Osztrák–Magyar Monarchián belüli Béccsel való folyamatos versengés, valamint az államalapítás ezredik évfordulóját hirdető millenniumi ünnepek voltak. Ezeknek köszönhetően jelentős összegeket áldoztak nagyszabású építkezésekre és a kultúrára, amelyek mind reprezentációs célokat szolgáltak. A századfordulót követő évekre Budapest hatalmas átalakuláson ment keresztül, európai léptékkal mérve is a legmodernebb, legpezsgőbb kulturális élettel bíró városok egyikévé vált.

Ebbe a folyamatba illeszkedik az első állandó magyar tanszékek és intézetek alapítása is az 1910-es évektől (pl. Fraknói Vilmos aktív római tevékenysége), akkor még azzal a céllal, hogy a tehetséges, kutatni vágyó magyarok elmerülhessenek az adott ország tudományaiban, történelmében és művészeiben. Időnként külföldi nyelvtanárokat is toboroztak magyar iskolák számára, könyvtárat hoztak létre, ezen kívül erősíteni kívánták általuk az országok közötti kulturális kapcsolatokat is. (Magyary, 1927) Az intézetek megnyitása az első világháború miatt több esetben halasztásra kényszerült, de a húszas években folytatódott, ekkor azonban már más politikai motivációk is álltak mögötte. Amint azt korábban említettem, Klebelsberg Kunó miniszter a korábbinál szélesebb feladatkörrel rendelkező kulturális intézetek létrehozását indítványozta, amelyek – a kutatási tevékenység mellett – nagy szerepet kaptak a trianoni szerződést követően Magyarországról kialakult negatív országgép javításában. „*A kultúra kenyér és hatalmi kérdés, azért a kultusztárca az adott viszonyok között honvédelmi tárca*”³⁸ – nyilatkozta. A klebelsbergi hagyományt követi ma – átformált küldetéssel – világszerte tizenkilenc Collegium Hungaricum és magyar kulturális intézet, amelyek Ausztráliát kivéve minden kontinensen jelen vannak, és aktívan közreműködnek a magyarsággép alakításában. Hálózatukhoz kapcsolódik továbbá hat társult intézet is.

A BI 2009 januárjában közreadott stratégiáját³⁹ áttekintve megállapítható, hogy legfőbb célja a külföldi intézetekben egy olyan pozitív közeget kialakítani, amely az érdeklődőket ellátja minden szükséges információval, de törekszik az élményszerűsége, emellett nagy

³⁸ Gróf Klebelsberg Kunó életrajza, forrás: <http://www.kulturkuria.hu/node/6548>, letöltés ideje: 2011. november 3.

³⁹ Id. 29

hangsúlyt helyez a magyar mint idegen nyelv oktatására, a kulturális ismeretek átadására, valamint a helyi magyar diaszpórával való kapcsolattartásra is. Igyekszik továbbá segíteni a hazaiak nemzetközi tudományos és művészeti életben való megjelenését és érvényesülését, valamint támogatja a különböző képzéseket, az innovációt és a mobilitást. Kelléktára sokszínű: kulturális és civildiplomáciai, illetve protokolláris eszközök, országmárka/arculat kialakítása, valamint saját produkciók és projektek, amelyekhez még számos kiegészítő szolgáltatás kötődik. A hazai kulturális diplomácia irányelveit összefoglaló dokumentum kapcsán azonban Derdák András, a párizsi intézet volt vezetője úgy látja, hogy „[...] az intézetek nem elsősorban a székházukban való programszervezésért, még kevésbé elsősorban a helyi magyarságért vannak, sokkal inkább a piaci és egyéb szereplőkkel való kooperáció érdekében”. Ezáltal fennmarad az a probléma, hogy ebben a rendszerben a magyar intézetek az államigazgatás részei, pedig tevékenységük nem ilyen jellegű – ez viszont feszültséget jelent az adminisztrációban és a munkáltatói jogok megállapításakor. Derdák szerint fontos lenne egy objektív szempontrendszernek a kidolgozása is, amellyel mérhető az egyes intézmények sikeressége.⁴⁰

A már hivatkozott 17/2011-es jogszabállyal változást állt be a külföldi magyar intézetek élén álló igazgatók kijelölésében, ugyanis a továbbiakban – az intézet főigazgatójához hasonlóan – a közigazgatási miniszter nevezi ki őket, a magyar főigazgató javaslatára. Korábban a külföldi intézetek vezetői ugyanis a Külügyminisztérium alkalmazásában álltak.

A Társult Intézetek Hálózatát 2007-ben kezdte kiépíteni a BI, azzal a céllal, hogy a többi intézethez hasonlóan a magyar kultúra külföldi terjesztését segítsék. Napjainkban öt ilyen működik: Eszéken (2007-től), Lendván (2008-tól), Göteborgban, Krakkóban és Magyarokanizsán (2009-től). A svédországi intézmény kivételével az alapítások a magyar külpolitikai stratégiával összhangban állva az élénkebb és hatékonyabb szomszédságpolitika megteremtését is célozták.

⁴⁰ Kelemen Éva: Közös állásfoglalás összegzi a kulturális diplomácia irányelveit <http://kultura.hu/main.php?folderID=1450&articleID=297746&ctag=articlelist&iid=1>, letöltés ideje: 2011. október 2.

3.4. A KULTÚRDIPLOMÁCIAI HÁLÓZAT MÁS KAPCSOLÓDÁSI PONTJAI

Fent említett feladatai mellett a BI tömöríti ezen kívül az **oktatási-kulturális szakdiplomatak** hálózatát. Jelentőségük abban áll, hogy amelyik országban nincs lehetőség arra, hogy Magyarország önálló intézetet tartson fenn, de fontos a kulturális jelenlét, ott ők látják el a kultúrdiplomáciai feladatokat, koordinációjukért a Külügyminisztérium felelős, a külképviseletek szervezetéhez tartoznak. Elsőként 2006-ban Kínában (Peking, Sanghaj) és Izraelben (Tel-Aviv), 2007-ben Horvátországban (Zágráb) és Szerbiában (Belgrád), majd 2008-ban az Egyesült Arab Emírségekben (Abu-Dzabi) és Spanyolországban (Madrid) kezdtek működni e megújult keretek között. A belgrádi, zágrábi és madridi helyszíneken hosszú távon önálló kulturális intézetet is tervez létrehozni a BI, az Emírségekben működő szakdiplomatak pedig négy másik közel-keleti országhoz (Bahrein, Kuvait, Katar, Szaúd-Arábia) is szeretnék akkreditálni a közeljövőben. (Sáringer, 2010)

A helyzetüket az bonyolítja, hogy a külföldi magyar nagykövetségek szervezetébe illeszkednek, de mivel az Oktatási és Kulturális Minisztérium (OKM) jelöli ki őket, így egyszerre tartoznak a külügyi és a kultusztárca befolyása alá, irányításukból ugyanakkor a közigazgatási minisztérium is részt vállal. Ennek pozitív oldala, hogy megkönnyíti az együttműködést, hátránya lehet viszont a felelősségi és hatáskörök összefonódása. (Bálint, 2010) Ami a projektfinanszírozás kérdéseit illeti, elvileg annak fedezetét a Balassi Intézeten keresztül az OKM biztosítja.

A **vendégoktatóknak (lektorok)** különböző államközi egyezmények révén nyílt lehetőségük más országok egyetemeken hosszabb-rövidebb munkát vállalni, ahol magyar nyelvet tanítanak külföldieknek, valamint a magyar kultúra népszerűsítéséért felelősek, a velünk szomszédos országokban pedig, ahol jelentősebb magyar kisebbség él (Románia, Szlovákia, Szerbia, Szlovénia, Horvátország), ők segítik a magyar anyanyelvűek továbbképzését is. Létszámuk jelenleg meghaladja a negyven főt, de rajtuk kívül még számos magyar vendégtanár is dolgozik külföldön, akik kiterjedt kapcsolatrendszerükkel járulnak hozzá a hazai kulturális értékek bemutatásához. 2007-ben indult el a *Vendégoktatók a magyar kultúráért* nevű program, amelyet azért hoztak létre, hogy finanszírozási háttérrel teremtsen a magyar lektorok számára. Sajnos azonban nem bizonyult elég működőképesnek, mivel úgy működik a rendszer, hogy a lektornak magának kell megelőlegeznie egy adott projekthez szükséges pénzösszeget, amelyet, ha

nyer a pályázata, utólag visszafizetnek neki. Így viszont értelemszerűen csak kisebb rendezvények megszervezésére adódik alkalom, mint ha mondjuk vállalati szponzorációval történne a támogatás.

2007-ben jutalmazta először az oktatási és kulturális miniszter a **Magyar Kultúra Követe**⁴¹ címmel azt a hat – nem kizárólag magyar – művészt és művészetpártolót, akik kiemelkedő tehetségükkel, szakmai munkájukkal és kapcsolataikkal hozzájárultak Magyarország hírnevének terjesztéséhez a világban. Ezzel a gesztussal gyakorlatilag tiszteletbeli kulturális diplomatává emelte a díjazott személyeket, valamint arra kérte őket, hogy folytassák, amit korábban is tettek: segítsenek megismertetni a gazdag magyar kultúrát a külföldiekkel, működjenek közre a korábbi évadokhoz hasonló nagy volumenű rendezvények megszervezésében és lebonyolításában, illetve – a mecénásokhoz hasonlóan – támogassák magyar kollégáik érvényesülését, mert a 21. század stratégiai erőforrásai az oktatás, a kultúra és az innováció, amelyekben nekünk is élen kell járnunk.⁴² Az elkövetkezendő három évben, hagyományosan január 22-én, a magyar kultúra napján még tizenkilencen vehették át a Követeknek⁴³ járó oklevelet, köztük több amerikai vonatkozású személy: például 2008-ban Julie Marton-Lefèvre, budapesti születésű környezetvédelmi és tudományos szakdiplomata, 2009-ben Kati Marton magyar származású író, 2010-ben pedig Juliet Kinchin, a New York-i Modern Művészetek Múzeuma (MOMA) kurátora. A díjazottak között találunk még elismert író, költőt, zenészt, előadó- és képzőművészt egyaránt. 2011-ben nem kerültek átadásra újabb kinevezések.

Az **EUNIC** (European Union National Institutes for Culture) az Európai Unió nemzeti kulturális intézeteinek hálózata, amelynek jelenleg 26 államból 31 szervezet a tagja. Szlogenje: „az európai integráció motorja a kultúra”. Célja ennek megfelelően az európai nemzetek közötti kölcsönös megértés előmozdítása különböző kulturális projekteken és más programokon, továbbá a civil társadalom fejlődésének segítésén keresztül. A magyar hálózat 2007-ben jött létre, jelenleg 16 tagból és 3 társult tagból áll, amelyek az egymással történő kommunikáción túl jó kapcsolatokat ápolnak magyar köz- és

⁴¹ Global Ambassador of Hungarian Culture

⁴² Átadták a Magyar Kultúra Követe címeket
<http://kultura.hu/main.php?folderID=911&ctag=articlelist&iid=1&articleID=295931>, letöltés ideje: 2011. november 5.

⁴³ a díjazottak teljes névsorát ld. Melléklet VI.

magánintézményekkel, ezen kívül támogatják olyan EU-tagállamok kulturális projektjeit is, amelyek nem rendelkeznek Magyarországon állandó képvislettel.⁴⁴

A szervezet látványos rendezvényei voltak a hazánkban első alkalommal 2011. április 2-án, a Budapesti Tavaszi Fesztivál keretében megrendezésre került EUNIC-nap, illetve a május hatodikai Európai Kulturális Intézetek Éjszakája, amelyek gazdag irodalmi, zenei és képzőművészeti programkínálattal várták a hazai közönséget.⁴⁵

3.5. FINANSZÍROZÁSI KÉRDÉSEK

Nem csak Magyarországon változtak meg az elmúlt időszakban a kultúra finanszírozási feltételei, hanem egész Európában. Az életszínvonal emelkedésével nőtt a lakosság kulturális célokra fordított költsége, méghozzá az alap- és luxuscikkek fogyasztásához képest magasabb mértékben. Ennek köszönhetően a növekvő keresletet hamar követte a kínálat is, bővült a kulturális javak piacának szereplői köre, fellendültek az ún. kreatív iparágak és a szolgáltatói szektor. Ezzel párhuzamosan a keresleti oldalon is történtek változások, mivel a népesség egyre nagyobb része vett részt a közép- és felsőfokú oktatásban, amely emelte a kulturális igényeket, és mert a legkisebbek, valamint az idősek is egyre markánsabb fogyasztói csoportként kezdtek megjelenni. Mindazonáltal a globalizációs trendek miatt egyre jellemzőbbé vált az érték- és identitásválság, amelynek köszönhetően a kulturális érdeklődés az önkifejezési egyik eszköze lett. A kormányzatok azonban nem tudtak lépést tartani a finanszírozásban a szükségletekkel, amelyen tovább rontott az elmúlt években kibontakozó világgazdasági válság hatása, a megszorítások és a kulturális költség lefaragása. Még mindig élénken él a köztudatban az a meggyőződés, hogy az államnak feladata és kötelessége a kultúra támogatása, azonban a források apadása komoly dilemmát okoz a döntéshozóknak, hogy mire fordítsák a rendelkezésre álló összeget – amint azt tapasztalhattuk is, ez együtt jár a hatékonyság csökkenésével.

Problémát jelent az is, hogy több régióinkbeli országhoz hasonlóan, gyenge a közigazgatás középső szintje és hiányosak a tervezési régiók, valamint a kistérségek hatáskörei, a megyék pénzügyi forrásai pedig szinte semmire nem elegendőek – ebből a szempontból sokkal kedvezőbb helyzetben vannak a föderális felépítésű államok, ahol a tartományok

⁴⁴ EUNIC-nap. A színpadon: Európa http://www.urania-nf.hu/rendezvenynaptar/110402_eunic_nap.php, letöltés ideje: 2011. október 17.

⁴⁵ Nyelv és Tudomány: Európai kulturális intézetek éjszakája Budapesten: <http://www.nyest.hu/hirek/europai-kulturalis-intezetek-ejszakaja-budapest>, letöltés ideje: 2011. október 17.

egyedibb politikát vihetnek és stabilabb saját forrásokkal is bírnak. Létezik példa arra is, hogy a központi és a helyi finanszírozás komplementer módon működnek (pl. Észtországban, Litvániában vagy Írországban). Az EU-csatlakozás óta a közösségi irányelveknek megfelelően itthon is kezd érvényesülni a közigazgatás központossítottóságának enyhülése, a regionalizáció és a szubszidiaritás, valamint az uniós tagság pozitív következménye az is, hogy hozzáférünk korábban nem elérhető pénzügyi alapokhoz és támogatásokhoz, amelyekből szintén jut a kulturális célokra – és mivel az EU számára közömbös, hogy melyik szakmai terület jut pénzhez, kedvező az újszerű kezdeményezésekre nézve. Ez azonban nem elegendő, és hibás feltételezés kizárólag az Uniótól, vagy a kormányzattól várni a problémák megoldását. Tudatosítani kellene, hogy a Nyugat-Európában és a tengerentúlon elterjedt társadalmi szerepvállalás, a szponzoráció és a jótékonykodás szerves részét képezi a kultúrpolitikának. Ezekért elsősorban a szabad tőkével rendelkező üzleti és magánszereplők a felelősek, amelyek mellett kiegészítésképpen megjelenhet az állam is.

A kormányzati szerepvállalás mértéke alapján négyféle kultúrpolitikai modellt különböztethetünk meg (Inkei, 2011, hivatkozik Keane – Zhang, 2008-ra):

- rásegítő (facilitator): a kormányzat csak a keretfeltételeket teremti meg (pl. jogi szabályozás), de nem vállalkozik a direkt finanszírozásra, sem intézmények fenntartására;
- mecénás (patron): az állam törekszik bizonyos intézmények és folyamatok pártolására, de határokat szab politikai befolyása érvényesítésének;
- menedzser (architect): a kultúra fontosságát szem előtt tartva az egyes célok jelentőségének arányában járul hozzá a működési feltételek megteremtéséhez;
- művezető (engineer): próbálja ellenőrzése alá vonni a teljes folyamatot – pl. pártállami irányítás esetén.

Magyarországon már a rendszerváltás idején is egy kevert modell érvényesült, amely azóta sem tisztult le, egyszerre van ugyanis jelen az állam kivonulásának igénye azzal, hogy azért maradjon is és finanszírozzon. Ebben az értelemben a legalkalmasabbnak a mecénás opciót tartom, mert véleményem szerint egyrészt a jogi szabályozás nem elégséges a piaci folyamatok kordában tartására, aminek köszönhetően a szolgáltatások sajnos nem mindig a minőségi javulás, hanem inkább a mennyiségi bővülés irányába toldódnak el, másrészt mert szükséges ahhoz, hogy kifelé egy egységes és hiteles képet

tudjunk sugározni magunkról a világnak. A kormányzatnak tehát olyan szinten kell részt vennie a kultúrpolitika alakításában, hogy abban aktívan megjelenjenek az értékközpontú elemek és a kulturális nevelés.

Az elmúlt évek munkájának eredményeképpen azonban születtek jó megoldások is, mint amilyen a személyi jövedelemadó 1%-ának felajánlása közcélokra, különböző társadalmi és non-profit szervezeteken keresztül, amelyekből a kultúra is részesedik, és amelyet már több közép-kelet-európai ország is átvett tőlünk. Érdemes megemlítenünk továbbá a filmgyártásra és az előadóművészetre pozitívan ható jogszabályok megalkotását, vagy a közhasznú szervezeteknek nyújtott adótámogatásokat szabályozó törvényt,⁴⁶ amelyre külföldön is felfigyeltek amiatt, hogy adott esetekben a támogatás 170%-át lehetett visszaigényelni. Ide sorolható ezen kívül a Nemzeti Kulturális Alap (NKA) is, amelynek „[...] költségvetési önállóságát az elkülönített állami pénzalap státus valamint a kulturális járulék bevezetése”⁴⁷ hivatott biztosítani. Az NKA ugyanis egyedülálló abból a szempontból, hogy más külföldi alapokkal szemben nem társ-, hanem projektfinanszírozással támogat kulturális beruházásokat (Inkei, 2011). Forrásait és mozgásterét növelné az a kezdeményezés is, amelynek megvalósítása érdekében L. Simon László, az NKA Bizottságának új elnöke törvénymódosítási javaslatot szeretne benyújtani, hogy gazdasági társaságok is támogathassák a szervezetet, amelyért cserébe adókedvezményt kapnának.⁴⁸

⁴⁶ 1997. évi CLVI tv. A közhasznú szervezetekről

http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99700156.tv, letöltés ideje: 2011. november 15.

⁴⁷ NKA: <http://www2.nka.hu/pages/ismerteto/0101.html>, letöltés ideje: 2011. november 15.; megj.: 2010. január 1-jével az Országgyűlés megszüntette a kulturális járulékot, mint külön ún. kisadót és helyette az Alap fő bevételi forrásaként az ötöslottó szerencsejáték játékadójának 90 százalékát jelölte meg, <http://kultura.hu/main.php?folderID=911&ctag=articlelist&iid=1&articleID=318093>, letöltés ideje: 2011. október 24.

⁴⁸ Adókedvezmény a Nemzeti Kulturális Alapot támogató cégeknek: <http://gazdasagiradio.hu/cikk/69956/>, letöltés ideje: 2011. október 30.

4. EXTREMELY HUNGARY / CSORDULTIG MAGYAR 2009

A magyar kulturális diplomácia intézményrendszerének és idegenforgalmi kapcsolódásainak ismertetését követően esettanulmány-szerűen szeretném bemutatni az Amerikai Egyesült Államokban (USA) működő Magyar Kulturális Intézet tevékenységét, azon belül pedig kiemelten a 2009-es évadot és rendezvénysorozatot, amely a Csordultig magyar címet kapta és – a gazdasági válság ellenére – nagy sikereket könyvelhetett el.

4.1. A NEW YORK-I MAGYAR KULTURÁLIS INTÉZET

Az USA, illetve a lakosait jelentő piac több szempontból is jelentős Magyarország számára: egyrészt mert gazdaságilag a világ egyik legnagyobb és legdinamikusabban fejlődő államáról van szó, másrészt mert diplomáciailag és politikailag meghatározó szerepet betöltő nagyhatalom, harmadrészt mert területén jelentős magyar származású kisebbség él⁴⁹, és nem utolsósorban azért, mert a Magyar Turizmus Zrt. szerint kiemelt célpiac. Ezek az érvek indokolták azon döntést, hogy 2001 decemberében New Yorkban, a nyüzsgő metropoliszban is nyisson a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma egy külképviseletet – amely akkor még a főkonzulátuson belül csupán egy irodát jelentett. 2005-ben történt egy nagyobb átalakulás, új igazgató került az intézet élére, amely átköltözött mostani, jóval tágasabb helyére a Broadway-re, a híres Soho negyedbe. Azóta is eredményesen működik közre a magyar kultúra iránti érdeklődés felkeltésében és megismertetésében, amelynek hála Magyarországot egy kreatív, színvonalas, gazdag kulturális élettel rendelkező országgént tartják számon. Ezen kívül hozzájárul az országok közötti kulturális és tudományos kapcsolatok elmélyítéséhez (pl. ösztöndíj megállapodások), magyar nyelvtanfolyamokat szervez külföldiek részére, valamint lehetőséget nyújt a hazai művészeknek és értelmiségieknek, hogy tehetségüket és munkásságukat az amerikai közönségnek is bemutathassák.⁵⁰ Kezdetben erősebben érvényesült az arculatában azon igény, hogy a felsorolt szerteágazó feladatok mellett a városban és környékén élő magyar emigráció elvárásait kielégítse, amely kettősség a programok összetételében is megjelent.

⁴⁹ mintegy 1,5 millió fő, forrás: Magyar Köztársaság Nagykövetsége – Washington D.C.
http://www.huembwas.org/about/hungary_bilat_hu.htm, letöltés ideje: 2011. augusztus 10.

⁵⁰ Magyar akták nyílnak Amerikában:
<http://www.extremelyhungary.org/images/press/hunpressstorycorps.pdf>, letöltés ideje: 2011. október 28.

Az intézet, ahol egyébként egy tágas kiállítótér is található, kisebb volumenű, főleg a szakmai közönséget megszólító eseményeken felül külső helyszíneken is rendszeresen jelen van olyan nagyobb tömegeket vonzó rendezvényekkel, mint például felolvasóestek a Public Library-ben, előadások a Columbia Egyetemen, koncertek a Symphony Space-ben vagy kiállítások a Lincoln Centerben.⁵¹

A New York-i intézetet 2011 januárjától Szép Fruzsina, a Sziget fesztivál korábbi programigazgatója vezeti, aki azelőtt több magyar kulturális évad zenei kurátoraként is dolgozott, valamint részt vállalt a Magyar Zenei Exportiroda beindításában is.⁵² Munkatársainak elmondása alapján⁵³ nagyon jó kapcsolatokat ápolnak a Balassi Intézettel, illetve a városban működő főkonzulátussal, gyakoriak a közös megjelenéseik és rendezvényeik, a Csordultig magyar előkészítésében és lebonyolításában is együttműködtek. A BI meghatározott bizonyos prioritásokat, de ezen kívül szabad kezet kaptak, nincsen egy minden külföldi kulturális intézet által követendő kőbevésett központi politika, évente csak pár egyeztetést tartanak, ahol az összes intézet igazgatója megjelenik. Ők is azt a nézetet képviselik, hogy az intézetek fő feladata a figyelemfelkeltés, a tájékoztatás és a minél kedvezőbb országkép kialakítása, de természetesen próbálják mérni az egyes marketingakciók sikerességét, például a sajtóvisszhang révén, vagy az adott országokból érkező vendégek és az általuk hazánkban eltöltött éjszakák számán keresztül. Véleményük szerint a fő vonzerők, amelyek miatt az amerikaiak Magyarországra utaznak, azok Budapest hírneve, az építészeti emlékek, valamint a kulturális örökségek, és egyre érvényesebb rájuk is az a tendencia, hogy a komplex élményeket keresik a luxus helyett.

4.2. PIACELEMZÉS

Amint az *MT Zrt. 2011-es marketingtervében*⁵⁴ is szerepel, az USA jelenleg a nyolcadik a magyar küldőpiaci rangsorban (2008-ban még a negyedik helyen állt), az amerikai turisták fajlagos költsége pedig jóval meghaladja az átlagot⁵⁵, amely egy magas

⁵¹ Magyar Kulturális Központ, New York: <http://www.magyarintezet.hu/kiadvany/10NewYork.pdf>, letöltés ideje: 2011. október 29.

⁵² Új igazgató nyolc külföldi magyar intézet élén: <http://www.litera.hu/hirek/uj-igazgato-nyolc-kulfoldi-magyar-intezet-elen>, letöltés ideje: 2011. október 29.

⁵³ interjú Balogh Gyulával és Ráchidi Máriával (2011. szeptember 19.)

⁵⁴ Magyar Turizmus Zrt., Marketingterv 2011: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/strategiai-dokumentumok/marketingterv-akcioterv>, letöltés ideje: 2011. szeptember 7.

⁵⁵ 2008-ban 17.600 Ft/fő/nap, az átlag 11.200 Ft, összesen 91,5 millió Ft volt az amerikaiak költsége

vásárlóerővel rendelkező csoportot jelöl. Utazási szokásaikat jellemzi ezen kívül, hogy általában több országot és fővárost (főleg Bécs-Prága-Budapest) felölelő körutazásokra érkeznek Közép-Európába, és szárazföldi, vagy az egyre nagyobb népszerűségnek örvendő dunai hajóutak keretében látogatnak el Magyarországra. Különös jelentőséggel bír ezért a környező országokkal való együttműködés az országmarketingben, például a Visegrádi Négyek már említett *European Quartette*, az *Arts in Europe*⁵⁶, vagy a *CEE*⁵⁷ (Central Europe Experience) nevű kezdeményezés, amely hat államot tömörít – ezek az összefogások különösen a földrajzi távolság, illetve az ebből fakadó magas költségek miatt lényegesek, és mert a hazai szolgáltatók megjelenése az amerikai piacon korlátokba ütközik.

1. táblázat: Az amerikai vendégforgalom alakulása 2008–2011:

	2008	2009	2010	2011. jan-aug.
Vendégforgalom a ker. szálláshelyeken	185.000 (-6,9%)	140.000 (-24%)	164.000 (+16,7%)	n.a.
ebből szállodában	176.000 (-6,2%)	135.000 (-23,3%)	159.000 (+18%)	n.a.
Vendégéjszakák a ker. szálláshelyeken	480.000 (-10,2%)	369.000 (-23,2%)	415.000 (+12,6%)	284.000 (+4,3%)
ebből szállodában	453.000 (-10,3%)	352.000 (-22,5%)	398.000 (+13,1%)	272.000 (+5,4%)
részesedés az összes magyarországiból	4,8%	4,0%	4,4%	2,1%
Átlagos tartózkodás	2,6 nap (-0,4%)	2,6	2,5	n.a.

Forrás: saját készítésű, a KSH és az MT Zrt. statisztikái alapján

A 2009-es külképviseleti jelentésben az is megjelenik, hogy a gazdasági válság miatt 2008-ban az amerikaiak jóval kevesebbet utaztak Európába, azon belül pedig a közép-kelet-európai régióra ez különösen igaz volt – és igaz ma is. Viszont amíg versenytársaink ennek következtében megemelték marketing-költségvetésüket, valamint egyéb kedvezményekkel próbálták az USA-belieket arra bírni, hogy látogassanak el hozzájuk, Magyarország éppen ellenkezőleg, promóciós büdzséjének 30%-kal való csökkentésére kényszerült, amely további versenyhátrányhoz vezetett. (2009-ben azonban pénzügyi okokból már a konkurens országoknak is követniük kellett a magyar példát és a közelebbi

⁵⁶ Belgium, Hollandia, Magyarország, Monaco, Németország, Svájc; forrás: <http://www.artsineurope.com/>, letöltés ideje: 2011. október 26., ld. Melléklet VII.

⁵⁷ Ausztria, Csehország, Lengyelország, Magyarország, Németország és Szlovákia részvételével; forrás: <http://www.gotocentraleurope.com/>, letöltés ideje: 2011. október 26.

célpiaicaikra kezdtek koncentrálni). Ide kapcsolódik az a politika, hogy az MT Zrt. két kategóriába sorolja a külpiaacokat, B2B és B2C⁵⁸ – az USA ezek közül az előbbibe tartozik, amely azt jelenti, hogy elsősorban a vállalati szférával (a szakmával) folytatnak intenzív kommunikációt, nem közvetlenül a fogyasztókkal, és rajtuk keresztül próbálnak – kisebb költségvetésből – minél több emberhez eljutni.

Budapest meghatározó szereppel rendelkezik, mivel az amerikai vendégek itt töltik el a mintegy 500.000 magyarországi vendégéjszakájuk 90%-ot meghaladó részét. A maradék 50.000 főként a Nyugat-Dunántúl, Észak-Magyarország, a Balaton és az Észak-Alföld turisztikai régiói között oszlik meg (jellemzőek egyébként még a rokonoknál, barátoknál és a folyami hajókon eltöltött vendégéjszakák is, amelyek nem jelennek meg ezekben a statisztikákban). Ez nem csökkenti a fővárosra jellemző magas idegenforgalmi területi koncentrációt, az időbelivel viszont szerencsésebb a helyzet. Az Egyesült Államokból származó beutazó forgalomra ugyanis az átlagnál alacsonyabb szezonális jellemző: 2007-ben a vendégéjszakák 36,3%-a összpontosult a június-augusztusi főszezonra. Emellett a tavasz és az ősz jelentős, mivel ezek az időszakok jobban kedveznek a már említett körutazásoknak, amelyet igazol, hogy a májusi, a szeptemberi és az októberi vendégéjszakák aránya is meghaladja a 10%-ot. Az utóbbi évek egyre markánsabb trendje továbbá, hogy a szervezett, csoportos utazások aránya csökken, utazásuk megtervezéséhez és a foglaláshoz egyre többen használják a világhálót (2008-ban már a turisták közel 50%-a). Utazási motivációikat tekintve a legtöbben (43%) pihenés, rekreáció céljából érkeznek Európába, család, vagy barátok meglátogatása miatt 28%-uk, üzleti okokból kb. 20%-uk. Legkedveltebb szabadidős tevékenységeik az éttermi étkezés, a vásárlás, ezt követi a történelmi, világörökségi helyek látogatása, a városnézés és kisebb városok felkeresése – amelyekben felfedezhetünk kulturális alapú mozgatóerőket is.

A Magyar Turizmus Zrt. fő céljai az USA-val kapcsolatban a forgalom és a vendégéjszakák számának növelése, illetve legalább a gazdasági válság előtti szintre hozása, az idősebb korosztályok mellett a fiatalok megszólítása, Magyarország márkájának erősítése a régióon belül, valamint a Budapesten kívül realizálódó forgalom ösztönzése és a külföldi touroperatorokkal való aktívabb, hatékonyabb kooperáció.⁵⁹

⁵⁸ Business to Business, Business to Consumer

⁵⁹ az USTOA (United States Tour Operators Association) 46 utazásszervezőjéből 21 rendelkezik valamilyen magyar programmal

4.3. AZ ÉVAD ELŐKÉSZÍTÉSE, PÉNZÜGYI HÁTTERE

A New York-i Magyar Kulturális Intézet igazgatója 2005-től 2009 végéig Orsós László Jakab volt, az ő kezdeményezésére jött létre az Extremely Hungary nevet viselő egész éven át tartó rendezvénysorozat⁶⁰. Az események megtervezésének alapjául a piacon végzett felmérések szolgáltak, külön rendelésre azonban ilyen nem készítették. Lényegében a végső döntések a kulturális tárca akkori minisztere, Hiller István kezében voltak Budapesten – amelyeket természetesen hosszas belső egyeztetés előzött meg. A két és fél évet felölelő előkészítési időszak során a programterv kialakítását segítette egy kifejezetten emiatt 2007-ben felállított ún. Tanácsadó Testület, amelynek kilenc tagja⁶¹ különböző területek szakértőjeként járult hozzá tanácsaival az évad magas színvonalához, változatosságához és ezáltal sikereihez is, a lebonyolításban közreműködött ezen kívül egy sajtókommunikációért, marketingért és PR-ért felelős stáb is mind itthon, mind pedig Amerikában.

Az évad kettős célja az volt, hogy egyrészt a világ egyik leggazdagabb szellemi élettel bíró városában a marketing eszközeivel segítsen megismertetni, népszerűsíteni és „eladni” a magyar művészeti alkotásokat, másrészt a programok szokatlan, újszerű stílusával karakteresebbé és egyedibbé tegye a Magyarországról és lakosairól alkotott képet, valamint a külföldi kulturális megjelenésünket. Nem kis kihívást jelentett ez egy olyan közegben, ahol az extravagáns átlagosnak számít.

A névválasztást Orsós László Jakab nem találta olyan optimálisnak, mint mondjuk a 2006-os német Ungarischer Akzent (Magyar Akcentus) évad esetében, azt nyilatkozta, hogy rengeteget tipródtak rajta, olyat próbáltak találni, amely szokatlan, felkelti az amerikaiak érdeklődését. Előnye viszont, hogy jól érzékelteti azt a „sokkoló élményt”, hogy lépten-nyomon magyarokba botlik az ember, akármerre jár a világban.⁶²

A rendezvénysorozat büdzséje 700 millió forint volt (kb. ugyanannyi, mint amennyit a 2004-es nagy-britanniai magyar évadra költöttek), amelynek egy részét a magyar költségvetés fedezte, sok projektet viszont társfinanszírozással valósítottak meg különböző hazai és amerikai intézményekkel. Nagy segítséget jelentettek az olyan

⁶⁰ Id. Melléklet VIII.

⁶¹ Bíró Yvette, Heller Ágnes, Karvalits Ferenc, Kornai János, Körösi Orsolya, Rockenbauer Zoltán, Szántó András, Lauter Éva, Orsós László Jakab – forrás: A magyar kultúra New Yorkban: <http://www.litera.hu/hirek/a-magyar-kultura-new-yorkban>, letöltés ideje: 2011. október 28.

⁶² Dömötör Ágnes: Orsós László Jakab: Hoppá, ez magyar volt - <http://www.origo.hu/kultura/20090125-extremely-hungary-new-york-i-magyar-evad-orsos-laszlo-jakab.html>, letöltés ideje: 2011. november 4.

költségcsökkentő megoldások is, mint amikor az amerikai partnerek kedvezményes terembérletet ajánlottak fel vagy csupán egy jelképes összeg kifizetését kérték, illetve, hogy a vendéglőadók utazási költségei egy részének fedezésével járultak hozzá a programok sikereihez.⁶³ A fent említett összeget egyébként három részre osztva használták fel, az évad kezdete előtt is fordítottak közel 40 milliót az előkészületekre és a beharangozó kampányra, 2009-ben 511 millió fogyott el, a fennmaradó részt pedig az ún. levezető programokra szánták, megadva ezáltal a fesztivál ívét.

A szervezést megnehezítette, hogy az amerikai társintézmények sokszor nem voltak hajlandók még csekély kompromisszumok megkötésére sem, csak olyan rendezvénynek akartak helyet adni, amely teljességgel illeszkedett a profiljukba – ennek ellenére több program bemutatása is köszönhető olyan, a magyar kultúrát pártoló, befolyásos emberek támogatásának, mint például Charles Simonyi, Kati Marton vagy Soros György, akit az évad fővédnökének kértek fel.⁶⁴

4.4. AZ ÉVAD FŐ SAJÁTOSSÁGAI ÉS PROGRAMJA

Az évad elsősorban New Yorkra összpontosított, de számos programot tartottak Washington D.C-ben, a fővárosban is (előbbiben főkonzulátus, utóbbiban magyar nagykövetség található). Ezt azzal a racionális döntéssel indokolták a szervezők, hogy lehetetlen lett volna az Egyesült Államok egész területén jelen lenni 10 hónapon keresztül ekkora költségvetésből – ettől függetlenül persze voltak olyan művészek, akik produkciójukkal turnészerűen több USA-beli városba is ellátogattak. A számok így is magukért beszélnek: 2009-ben összesen 38 helyszínen 135 magas színvonalú kulturális esemény zajlott le mintegy 490 fellépő közreműködésével az évad keretei között.⁶⁵

A Csordultig magyar rendezvénysorozatán keresztül a szervezők elsősorban a kortárs kultúrából szerettek volna ízelítőt adni az amerikai közönségnek, még hozzá olyan programokkal, amelyek ötvözték a magyar hagyományokat a modernséggel. Továbbá ki akarták domborítani, hogy milyen eredményesek voltak a magyarok, illetve a magyar származású amerikaiak a kulturális és a tudományos életben (pl. a rengeteg találmány

⁶³ Magyar kulturális évad az Egyesült Államokban:
<http://culture.hu/main.php?folderID=1232&articleID=273143&ctag=articlelist&iid=1>, letöltés ideje: 2011. november 1.

⁶⁴ Hiller pártpolitikai széthúzás nélküli amerikai magyar évadot akar:
<http://culture.hu/main.php?folderID=1232&articleID=278591&ctag=articlelist&iid=1>, letöltés ideje: 2011. november 1.

⁶⁵ A részletes ismertetőt ld. Melléklet IX.

révén), és érzékeltetni mindezek máig tartó hatását a mindennapi életre – ezáltal szólítva meg az átlagembereket.⁶⁶ Ezt a szemléletet az évad alcíme, Art and Culture Beyond Expectations (művészet és kultúra a várakozásokon felül) is remekül érzékelteti. A programigazgató azt is megemlítette, hogy feltett szándékuk volt olyan szakemberekre (producerekre, kurátorokra) hatni, akikkel a jó kapcsolatok kialakítása hosszú távú érdekünk, mivel segíthetnek a magyar tehetségek jobb érvényesülésében, valamint a hazai kultúra külföldi megismertetésében.

A rendezvénysorozatnak két fő súlypontja volt, tavasszal és ősszel, de a kiemelt alkalmak között is folyamatos és aktív marketingtevékenység folyt. A programok igyekeztek minél több művészeti ágat felölelni és mindegyikben legalább egy különleges eseményt megvalósítani. A bemutatott területek a következők voltak: fotográfia, film, irodalom, képző- és iparművészet, színművészet, zene. A felsoroltakon kívül szerveztek még gasztronómiai rendezvényeket is.⁶⁷

A gazdag kínálatból hét program emelkedett ki, amelyek az évad gerincét képezték, ezek a következők voltak:

- **a PanEuropean Picnic-kel** az 1989-es év történelmi eseményéről emlékeztek meg, amikor tömegek vonultak az osztrák-magyar határhoz demonstrálni a Vasfüggöny lebontásáért, a határnyitásért. A rendezvényt New York központjában, az Empire-Fulton Ferry State Parkban tartották, amely a Manhattan és Brooklyn hidak között helyezkedik el, és a PEN⁶⁸ World Voices (Világ Hangjai) egyhetes programjának záróakkordját képezte. Magyarországot és a kortárs magyar irodalmat képviselte többek között Nádas Péter, Garaczi László, Térey János, Bán Zsófia és Babarczy Eszter. A szervezésben az írószövetségen kívül a magyar és az osztrák kulturális központ is közreműködött;⁶⁹
- az előző esemény témájához kapcsolódott a **Rebel Waltz** – Underground zenék a Vasfüggöny mögül fantázianevet viselő zenei minifesztivál, amellyel szintén a közép-kelet-európai rendszerváltások huszadik évfordulóját ünnepelték. Az ex-szocialista országok nyolcvanas években virágkorukat élő közkedvelt együtteseinek fellépései

⁶⁶ ld. 51

⁶⁷ A magyar kultúra New Yorkban: <http://www.litera.hu/hirek/a-magyar-kultura-new-yorkban>, letöltés ideje: 2011. október 28.

⁶⁸ Nemzetközi Írószövetség

⁶⁹ Páneurópai Piknik 2.0: <http://www.extremelyhungary.org/images/press/hunpresspaneuropicnic.pdf>, letöltés ideje: 2011. november 4.

mellett (Magyarországról a Kontroll Csoport) panelbeszélgetést is szerveztek, amelyek által az amerikai közönség képet kaphatott azokról az időről, amikor az előző korosztályok még csak virágnyelven, házilag barkácsolt erősítőkkal lázadhattak a rendszer és a cenzúra ellen;⁷⁰

- a rangos New York-i Museum of Modern Arts-ban (MOMA) került sor **Forgács Péter: Hunky⁷¹ Blues**, Az amerikai álom c. dokumentumfilmjének bemutatására; amely az 1890 és 1921 között Amerikába kivándorolt több ezer magyar történetét, az új társadalomba való integrációjukat és asszimilációjukat meséli el, valamint az új generációk életét mutatja be, amelyhez a háttéranyagokat a Library of Congress, az Ellis Island-i Bevándorlási Múzeum, valamint a New Brunswick-i magyar közösség bocsátották rendelkezésre;⁷²
- a **Bajuszverseny** meghirdetésével a szervezők tréfás módon a nagy magyar bajszos államférfiak (például Rákóczi Ferenc, Andrassy Gyula, Kossuth Lajos, Deák Ferenc, Széchenyi István...) előtt szerettek volna tisztelegni.⁷³ A hét kategóriában összesen hatvan nevező indult (köztük nők is), akiknek két és fél hónap alatt kellett minél tekintélyesebb arcszörzetet növeszteniük. A nyertesek különböző kulináris ajándékokban részesültek, a fődíj pedig egy kétszemélyes ötnapos budapesti utazás volt;
- a **Cabaret Magyar** nevű produkció megjelenítette, hogyan gondolkodnak az amerikai művészek a magyarokról a Rubik kockától Houdinin és Gábor Zsazsán át az úrturizmusig, miközben ötvözték a századeleji zenés kabarék hangulatát a 21. századi szellemiséggel és technikával. Az USA-beli előadók mellett fellépett a méltán népszerű Budapest Bár is;⁷⁴
- az **Opera Unbound** (Opera Kötetlenül) helyszíne a Brooklyn Museum volt, amely minden hónap első szombatján késő estig nyitva tart, amikor ingyenes tematikus estekkel várják a látogatókat. A Magyar Kulturális Intézet rendezvényének középpontjában a magyar zene és az opera műfaja állt, amelyeket igyekeztek

⁷⁰ Extremely Hungary: Rebel Waltz: <http://extremelyhungary.org/rebel.php>, letöltés ideje: 2011. november 4.

⁷¹ az amerikaiak a kelet-európai bevándorló munkásokat nevezték így

⁷² Hunky Blues: Amerikai álom <http://www.extremelyhungary.org/images/press/hunpresshunkyblues.pdf>, letöltés ideje: 2011. november 4.

⁷³ Extremely Hungary: Moustache contest: <http://extremelyhungary.org/mustache/about.html>, letöltés ideje: 2011. november 4.

⁷⁴ Extremely Hungary: Cabaret Magyar <http://extremelyhungary.org/cabaret.php>, letöltés ideje: 2011. november 4.

„fogyaszthatóvá tenni” a közönség számára. Például Yonderboi, a kedvelt magyar DJ mixelt híres operaáriákat, amelyekhez amerikai színészek suttozták mikrofonba a szöveget, bemutattak filmen egy kortárs alternatív operát, amelyet az izlandi énekesnő, Björk férje készített a kétezres évek eleji Budapest éjszakai életéről Ursula Andress főszereplésével, de volt még interaktív operaszerző program és magyar gasztronómiai bemutató is;⁷⁵

- a **Fire + Fire** (Tűzet tűzzel) című évadzáró fesztivál különleges világzenei esemény volt a New York-i Symphony Space-ben, melynek keretében az afro-amerikai (jazz, rock, rap) és a cigányzene motívumait egyesítette tizenhat amerikai és magyar előadó⁷⁶ cimbalmok, hegedűk, blues gitárok, afrikai dobok, ének és tánc segítségével.⁷⁷ (A produkció akkora sikert aratott, hogy 2010-ben a budapesti Művészetek Palotájában is bemutatásra került.)

Közülük csupán a Bajuszverseny volt, amely egy kicsit megosztotta a publikumot (az amerikai magyarok egy része nevetségesnek találta), a többi nagy sikereket aratott, különösen a zenei események. Külön kiemelném még az ünnepélyes megnyitót, amelyen elhangzott Kurtág György kifejezetten erre az alkalomra írt Hommage á Bartók⁷⁸ c. műve, továbbá a Budapesti Fesztiválzenekar Fischer Iván által vezényelt koncertje is vastapsot váltott ki a New York-i Carnegie Hall 2800 fős közönségéből, csakúgy mint Palya Bea fellépése. Amint azt Orsós László Jakab megjegyezte, a programok némelyike csupán egy szubkultúrát képviselő szűk rétegnek szólt, akik azonban rendkívül kifinomult ízléssel rendelkeznek, és nagyra értékelték a hozzájuk „elvitt” magyar előadókat. Ezen kívül a nagysikerű német évaddal ellentétben, az USA-ban azért volt nehezebb dolguk a szervezőknek, mert Németországban a magyar kultúra jelentős előélettel rendelkezik, amelyre lehetett építeni, míg Amerikában jóval kevesebb ilyen referenciapont kínálkozott. Az igazgató által említett érdekes körülmény továbbá, hogy az évad 2009. január 24-én vette kezdetét, négy nappal Barack Obama, az új elnök beiktatása után, és ez szintén jó hatással volt az amerikai kedélyekre, ami közvetve az évadra is kedvező befolyást gyakorolt.⁷⁹

⁷⁵ Id. 63

⁷⁶ pl. Szakcsi Lakatos Béla, Mohamed Fatima, a Farkas testvérek (Budapest Bár), Szalóki Ági...

⁷⁷ Extremely Hungary: Fire + Fire: <http://www.extremelyhungary.org/fire/about.html>, 2011. november 4.

⁷⁸ tisztelgés Bartók előtt

⁷⁹ Id. 63

2009 a magyar idegenforgalom belföldi profiljában a kulturális turizmus kiemelt témaéve volt, ezért az MT Zrt. több minisztériummal együttműködve szerepet vállalt az amerikai magyar kulturális évadból. A főbb programokon tiszteletét tette dr. Róna Iván, az MT Zrt. akkori vezérigazgatója, valamint Hiller István kulturális miniszter is. A New York-i külképviselet rendszeresen megjelent az évad rendezvényein saját standdal, magyarországi study tourt szerveztek amerikai újságírók részére, illetve gasztronómiai hetet szerveztek a hazai kulináris élet bemutatására. Promócióra az OKM Kulturális Szakállamtitkársága által kifejezetten erre a célra elkülönített keretösszegeből adódott alkalom: számos, a hazai kínálatot bemutató, valamint az évad eseményeit népszerűsítő PR-cikk, hirdetés, reklám jelent meg az írott sajtóban, az utcai felületeken (pl. fényújságon, városnéző busz oldalán), a rádióállomások műsorain, továbbá a United Airlines fedélzeti magazinjában egyaránt. A képviselet a Magyar Kulturális Központtal közösen karácsonyi fogadást rendezett a New York-i főkonzulátuson, amelyen mintegy kétszáz újságíró, valamint turisztikai szakember vett részt.⁸⁰

4.5. HATÁSOK ÉS SAJTÓVISSZHANG

A New York-i intézet dolgozói az évaddal kapcsolatban elmondták, hogy a programokkal főként az amerikai közönséget próbálták megszólítani, nem pedig a kint élő magyarok közösséget, ezért aztán az ő köreikben nem arattak osztatlan sikereket. Ezt a nézőpontot érzékelteti egy, az Amerikai Magyar Népszava c. újságban (az USA legnagyobb magyar nyelvű lapja) megjelent cikk,⁸¹ amely egyenesen kidobott pénznek titulálta a rendezvénysorozatra költött 700 millió forintot. A főszerkesztő úgy vélte, „[...] az évad eseményeire fél év múlva senki sem fog emlékezni”, valamint hogy „[...] akkor érne valamit, ha az Amerikában élő magyarok próbálnák elérni az amerikai politikai, gazdasági, kulturális elitet”. Ezen kívül szerintem inkább többet kellett volna fordítani az USA-beli magyar kulturális intézményrendszer bővítésére, mert a jó ötleteket megvalósító színes évad „[...] New York gazdag kulturális kínálatában feloldódik, ha nem célzottan viszik be a közönséget.” Szívesebben vették volna például, ha a keretösszegeből kisebb magyar klubokba is szerveztek volna eseményeket. Voltak, akik az

⁸⁰ Magyar Turizmus Zrt. 2009-es amerikai külképviseleti jelentés:

<http://itthon.hu/szakmai-oldalak/kulkepviseletek/beszamolok>, letöltés ideje: 2011. szeptember 25.

⁸¹ Kidobott pénz volt az amerikai magyar kulturális évad?

http://fn.hir24.hu/csucsfogyaszto/2008/12/19/kidobott_penz_volt_amerikai, letöltés ideje: 2011. augusztus 10.

operetteket, a Magyar Állami Népi Együttest vagy Sebestyén Mártát hiányolták a palettáról, de egyrészt belátható, hogy sajnos nem lehet minden felmerülő igényt kielégíteni, másrészt Orsós szerint ők próbálkoztak már ilyesmivel New Yorkban, de nem volt rá fogadókészség. Mindazonáltal az események alkalmat adtak az ott élő magyaroknak is, hogy ellátogassanak rájuk, illetve, hogy rajtuk keresztül megismertessék gyökereiket és egykori hazájukat barátaikkal és rokonaikkal.

Hogyan lehet mérni az évad sikerességét? Minden bizonnyal a legszemléletesebb mutató az egyes rendezvények látogatottsága, amelyről elmondhatjuk, hogy elég tekintélyes számra rúg, a kurátor szerint azonban kultúrdiplomáciai szempontból mégsem ez a legfontosabb, hanem a hosszú távú szakmai kapcsolatok kialakítása, amelyek később is fennmaradnak, lehetővé téve a jövőbeli közös munkát.⁸² Ilyen például az, hogy a washingtoni Nemzeti Galéria egyik művészettörténésze Budapestre jött előadást tartani a Szépművészeti Múzeum által kiállított lószobor miatt, amelyet Leonardo da Vinci műhelyének tulajdonítanak. Nem elhanyagolható azonban a sajtóvisszhang sem, az amerikai magyarok képviselőitől eltekintve nem találkoztam negatív felhangú kritikákkal az évaddal kapcsolatban, sőt a hangadó külföldi médiumok⁸³ rendszeres időközönként nagyon kedvezően számoltak be róla. Az intézet- és programigazgató Orsós László Jakab, valamint Hiller István is teljes mértékben meg volt elégedve: *„A New York-i és washingtoni Magyar Évad a magyar kulturális diplomácia eddigi legátfogóbb és legjelentősebb vállalkozása [...] az Extremely Hungary-nek nemcsak a kortárs magyar kultúra bemutatásában van jelentősége, hanem az évad időkeretén messze túlnyúló kapcsolatok kialakításában is. Az amerikai média az elmúlt évtizedekben soha nem foglalkozott annyit a magyar kultúrával, mint az elmúlt 10 hónapban, elismerően mutatva be azt.”* – nyilatkozták.⁸⁴ A korábbi magyar kulturális évadokhoz⁸⁵ hasonlóan azt is vizsgálták a szervezők, hogy mennyi hazai művész kapott a későbbiekben meghívást – a kulturális beruházásoknak az idegenforgalomban és a gazdasági kapcsolatokban mérhető eredményei vannak, azonban többnyire legalább egy évre van szükség ahhoz, hogy egyértelműen ki lehessen mutatni a hatást. A brit, a holland, az orosz és a német évad után ugyanis – jelentős részben azok miatt – láthatóan emelkedett a hazánkba érkező

⁸² Szócs László: A magyar önmagában még nem érdekes:

http://nol.hu/kult/20091121-a_magyar_onmagaban_meg_nem_erdekes#, letöltés ideje: 2011. október 9.

⁸³ The New York Times, Financial Times, New York Post, The Washington Times, The Wall Street Journal, The Village Voice, stb.

⁸⁴ Csordultig volt velünk New York: http://www.nol.hu/kult/csordultig_volt_velunk_new_york, letöltés ideje: 2011. október 31.

⁸⁵ A teljes listát ld. Melléklet X.

szervezett üzleti és magánturizmus.⁸⁶ Az amerikai esetben ez nem volt ennyire egyszerű, mivel a gazdasági válság hatására jelentősen csökkent az amerikaiak tengerentúli utazásainak száma, beleértve az országunkat célzó utakat is, de remélhetőleg hosszú távon élvezhetjük majd az évad e pozitív hozadékait.

A rendezvénysorozat nem csak a magyar kultúra legfrissebb képviselőit mutatta be az amerikai közönségnek színvonalas programok garmadájának segítségével, hanem a múlt század magyarokhoz kötődő találmányait és elhíresült művészeti alkotásait is, amelyek hatást gyakoroltak az Egyesült Államok kulturális életére. Pozitívumként értékelem továbbá azt is, hogy a magyar jelenlét az évad lezárulását követően is folyamatos maradt – ami egyébként tudatos döntés volt, hogy minél jobban kihasználhassák a felkeltett érdeklődést, például 2010 tavaszán a Lincoln Centerben kortárs magyar filmfesztivált rendeztek, fellépett Schiff András zongoraművész, valamint Esterházy Péter is tartott felolvasóestet. Szintén az évad jótékony hatása, hogy a Library of Congress 2011-ben programjára tűzött számos, Liszt Ferenc munkásságával kapcsolatos rendezvényt is, a zeneszerző születésének kétszázadik évfordulója alkalmából, 2013-ban pedig Magyarország lesz a washingtoni Smithsonian Folklife rangos nemzetközi népművészeti és hagyományörző fesztivál díszvendége.⁸⁷ Összességében megállapíthatjuk, hogy párbeszédet indított az amerikaiak hazánkról eddig kialakult országgképéről és jó irányba terelte azt, önálló márkaként pozicionálva a magyar évadot.

2010-ben több okból sem volt évad: a megelőző évben az USA mellett, igaz, kisebb kapacitásokkal, de folyt egy japán-magyar kulturális idény is, továbbá jelen voltunk a sanghaji világkiállításon egy önálló magyar pavilonnal, másrészt a gazdasági lehetőségek és a kormányváltás is közrejátszott. Harmadrészt itt volt nekünk Pécs, amely egy év erejéig Európa egyik Kulturális Fővárosa lett, valamint a felkészülés a szintén jelentős forrásokat és energiákat felemésztő 2011-es magyar soros elnökségre, amely szintén felért egy önálló rendezvénysorozattal a kulturális programok sokaságát tekintve.

Hiller István, volt miniszter az elkövetkezendő években is nagy hangsúlyt fektetne a magyar kulturális évadok folytatására, mert az a véleménye, hogy „[...] Magyarország jelenét és jövőjét a kultúrával, az oktatással, a tudománnyal lehet a legjobban bemutatni”

⁸⁶ Hiller: Az egész magyarság kultúrájának érdekét szolgálta az amerikai magyar évad: <http://culture.hu/main.php?folderID=1232&articleID=293196&ctag=articlelist&iid=1>, letöltés ideje: 2011. november 1.

⁸⁷ Kultúrdiplomácia és gasztronómia: http://www.turizmus.com/cikk/index/5/10002/turizmus_hirek/15484, letöltés ideje: 2011. november 14.

⁸⁸. Ami a jövőt illeti, a következő ilyen jellegű fesztiválra 2012-ben kerülhet sor, helyszínül pedig a Közel-Kelet, azon belül pedig az Arab-öböl térsége merült fel (Tel-Avivon kívül már Abu-Dzabiban is működik magyar oktatási-kulturális szakdiplomata), mivel az ott található országokhoz hazánknak Hiller szerint „[...] *nagyon komoly gazdasági érdekei fűződnek*”⁸⁹ – ebben a kijelentésben pedig markánsan megjelennek a kultúrdiplomácia nemzeti érdekérvényesítést kínáló lehetőségei is.

5. KONKLÚZIÓ

Dolgozatomban azt vizsgáltam, hogyan alakult át a kulturális diplomácia és az idegenforgalom viszonya az elmúlt évtizedekben, miként változott meg az előbbi alapvetően politikai elitekhez kötődő volta annak köszönhetően, hogy a kormányzatok felismerték, komoly szerepet tölthet be az országok imázsának formálásában és a turizmusban is. Egy elméleten keresztül bemutattam azokat az összefüggéseket és kölcsönhatásokat, amelyek a két terület között fennállnak, valamint a nemzetközi irodalomnak a kérdéskörhöz kötődő iskoláit. Ezt követően a felállított modellt gyakorlati megvalósulását a kulturális diplomácia magyarországi intézményrendszerének példája révén tanulmányoztam, különös tekintettel a Balassi Intézet kapcsolati hálójára és a Magyar Kulturális Intézetekre. Ezen belül kiemelt figyelmet szenteltem a New York-i intézetnek és a 2009-es Magyar Kulturális Évadnak, amely az *Extremely Hungary / Csordultig magyar* címet kapta. Általuk elemeztem a lehetséges együttműködési formákat a turisztikai szektorral, a bennük rejlő lehetőségeket és az esetleges nehézségeket.

Ami a bevezetőben vázolt hipotézist és a célrendszert illeti, az alábbi következtetésekre jutottam:

- turisztikai szemmel vizsgáltam a magyar kulturális diplomácia működését, eszközeit, céljait és eredményeit az elmúlt évtizedben, és úgy találtam, hogy intézményrendszerének formálásában több olyan előremutató, integráló lépés történt, amely megkönnyíti a jövődöbéli kooperációt az állami irányításban a szakterületekért felelős minisztériumok, valamint az idegenforgalmi szakma között – véleményem szerint ez meg fogja könnyíteni a hatékonyabb és sikeresebb akciókat;

⁸⁸ Id. 86

⁸⁹ Id. 86

- a téma szakirodalmának feltárása alapján az volt a benyomásom, hogy míg külföldön (főként Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban) már évtizedek óta aktívan alkalmazzák a kulturális diplomáciát az idegenforgalom fellendítésének érdekében, Magyarországon ez a trend csak a kétezres évek elején kapott szárnyra, és a politikai akarat hiányában nem is erősödött meg kellőképpen. Rendkívül jó kezdeményezésnek és folytatandó hagyománynak tartom a magyar kulturális évadok sorozatát, amelyek kimutathatóan pozitív hatást gyakorolnak nem csak a beutaztató turizmusra, hanem az országimázsra is;
- sorra vettem az összekapcsolódó intézmények (Balassi Intézet, Külügyminisztérium, Magyar Turizmus Zrt.) stratégiai dokumentumait, amelyekből azt az információt szűrtem le, hogy kölcsönösen megfogalmazzák az együttműködés igényét, valamint összehangolják és támogatják egymás céljait, amelyeknek gyakorlati megvalósulását az egyes területek képviselői és szakértői is megerősítették az interjúk során;
- bár a 2009-es amerikai Magyar Kulturális Évad, az Extremely Hungary aktív turizmust ösztönző voltát sajnos a kedvezőtlen világgazdasági helyzet miatt nem lehet olyan egyértelműen kimutatni, mint a korábbi esetekben, de a fellelhető források túlnyomó többsége azt tükrözi, hogy a szakmai kapcsolatok szempontjából hosszú távon mindenképpen sok gyümölcsöt hozó rendezvénysorozatról beszélhetünk.

Mindezek alapján úgy gondolom, hogy a kulturális diplomácia és a turizmus összefonódása nagy jelentőséggel bír Magyarország nemzetközi kapcsolataiban és versenyképességének javításában, valamint a külföldiekben hazánkról élő kép alakításában egyaránt, és törekednünk kell a kulturális diplomácia hatékonyságának fokozására és felhasználására a magyar idegenforgalom fellendítése és az ország nemzetközi hírnevének terjesztése érdekében.

6. IRODALOMJEGYZÉK

I. ELSŐDLEGES FORRÁSOK:

Joganyag:

1012/2008 (III. 4.) Korm. Határozat Magyarország külkapcsolati stratégiájáról, Magyar Közlöny, 2008/36. szám, pp 1732- 1744

17/2011. (III.2.) KIM utasítás a Balassi Intézet Szervezeti és Működési Szabályzatának meghatározásáról.

In: http://www.bbi.hu/data/files/intezet/SZMSZ_17_2011_KIM_utasitas.pdf,
letöltve: 2011. október 10.

1997. évi CLVI tv. A közhasznú szervezetekről.

In: http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99700156.tv, letöltve: 2011. november 15.

Mélyinterjúk, előadások:

Interjú Meszlényi Júliával, a Pegatur Budapest Kft. utazási iroda ügyvezető igazgatójával (2011. augusztus 31.)

Interjú a New York-i Magyar Kulturális Intézet munkatársaival, Balogh Gyulával és Ráchidi Máriával (2011. szeptember 19.)

Interjú Balogh András, volt thaiföldi nagykövettel (2011. október 12.)

Interjú Hatos Pállal, a Balassi Intézet főigazgatójával (2011. október 15.)

Hatos Pál és Pröhle Gergely közös, Cooltúrdiplomácia c. előadása 2011. október 15-én, a ReGeneráció kormányzati karrierexpón

II. MÁSODLAGOS FORRÁSOK:

Monográfiák, tanulmányok, cikkek:

Balassi Intézet: A kulturális diplomácia főbb irányelvei (2009. január)

In: <http://www.bbi.hu/data/files/intezet/szakmaidokumentaciok/strategia02.pdf>, letöltve: 2011. szeptember 9.

Bálint N. (2010): Kulturális diplomáciai stratégiák a nemzeti érdekérvényesítésben. *Délkelet-Európa*, 2010. 1. évf. 2. szám, pp. 197-206

Bound, K. – Briggs, R. – Holden, J. – Jones, S. (2007): Cultural diplomacy

In: <http://www.demos.co.uk/publications/culturaldiplomacy>, letöltve: 2011. október 21.

Dömötör Á (2009): Orsós László Jakab: Hoppá, ez magyar volt. 2009. január

In: <http://www.origo.hu/kultura/20090125-extremely-hungary-new-york-i-magyar-evad-orsos-laszlo-jakab.html>, letöltve: 2011. november 4.

- Dr. Kolber István regionális fejlesztésért és felzárkóztatásért felelős tárcanélküli miniszter levele Lasztovicza Jenő országgyűlési képviselő részére (2005) In: <http://www.parlament.hu/irom37/17504/17504-0001.pdf>, letöltve: 2011. november 11.
- Erdős A. (2010): Kulturális diplomácia, *Délkelet-Európa*, 2010. 1. évf. 2. szám, pp. 191-196
- Finn, H. K. (2003): The case for cultural diplomacy, In: Foreign Affairs, 2003. 6. No., A4/7032. In: http://www.zusas.uni-halle.de/docs/Article_KaneFinn.pdf, letöltve: 2011. szeptember 10.
- Halász I. (2010): Diplomácia és diplomaták: a diplomácia intézménytörténete és civilizációs meghatározottsága, Aula, Budapest, pp. 128-133
- Hankiss J. (1998): A kultúrdiplomácia alapvetése. *A magyar mint idegen nyelv, hungarológia*, JPTE, 1998. pp. 176-178
- Horváth B. (2006): Országmárkázás, avagy az országimázs növelésének új lehetősége és alkalmazás Magyarország esetében, szakdolgozat, Budapesti Corvinus Egyetem
- Inkei P. (2011): Állami kultúratámogatás és kulturális politika Magyarországon az elmúlt húsz évben, In: Új utak a művészeti menedzsmentben, Budapest, 2011. In: <http://www.budobs.org/pdf/kulturafinanszirozasi2011.pdf>, letöltve: 2011. október 7.
- Kelemen É. (2010): Közös állásfoglalás összegzi a kulturális diplomácia irányelveit. 2010. március, In: <http://kultura.hu/main.php?folderID=1450&articleID=297746&ctag=articlelist&iid=1>, letöltve: 2011. október 2.
- Kiss I. (2009): Magyar divat New York utcáin. 2009. október
In: <http://hg.hu/cikk/design/7907-magyar-divat-new-york-utcain>, letöltve: 2011. október 29.
- Korényi Z. (2006): Gróf Klebelsberg Kunó életrajza
In: <http://www.kulturkuria.hu/node/6548>, letöltve: 2011. november 3.
- Kulcsár L. (2010): Visegrádi együttműködés az idegenforgalom élénkítésében. 2010. február, In: <http://infovilag.hu/hir-17052-visegrad-egyuttmukodes-az.html>, letöltve: 2011. november 10.
- Külgyminisztérium: Magyarország külkapcsolati stratégiája. (2009)
In: http://www.mfa.gov.hu/kum/hu/bal/Kulpolitikank/kulkapcsolati_strategia/hu_kulkapcs_strat.htm, letöltve: 2011. november 17.
- Magyar Gallup Intézet: Országkép-kutatás 2002. In: <http://www.gallup.hu/orszagkep.htm>, letöltve: 2011. szeptember 9.
- Majoros I. (1999): A kultúrdiplomácia sokszínűsége. *Magyar Tudomány*, 1999. (44. évf.) 11. sz. pp. 1385-1387
- Magyar Kulturális Stratégia (2004), szerk: Harsányi László, In: <http://www.nefmi.gov.hu/kultura/2004/elkeszult-magyar>, letöltve: 2011. november 3.
- Magyar kulturális turizmus fejlesztési stratégia (2009) – Budai és Barta Kft.
In: [http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar/6E646D323ECD3262C12576E00034D100/\\$file/Kultur%C3%A1lis_turizmus_fejleszt%C3%A9si_strat%C3%A9gia.pdf?OpenElement](http://www.bm.gov.hu/web/portal.nsf/dokumentumtar/6E646D323ECD3262C12576E00034D100/$file/Kultur%C3%A1lis_turizmus_fejleszt%C3%A9si_strat%C3%A9gia.pdf?OpenElement), letöltve: 2011. november 5.
- Magyar Turizmus Zrt. 2009-es amerikai külképviseleti jelentés.
In: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/kulkepviseletek/beszamolok>, letöltve: 2011. szeptember 25.
- Magyar Turizmus Zrt., Marketingterv 2011

- In: <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/strategiai-dokumentumok/marketingterv-akcioterv>,
letöltve: 2011. szeptember 7.
- Magyary Z. (1927): A külföldi magyar intézetek és egyéb tudományos kapcsolataink, *A magyar mint idegen nyelv, hungarológia*, JPTE, 1998. pp. 165-175
- Metz K. (2001): Magyar évad Franciaországban. 2001. április
In: <http://www.europaiutas.hu/20014/16.htm>, letöltve: 2011. szeptember 12.
- Nádor-Nikitits G. (2004): Magyar kultúrdiplomácia az EU-csatlakozás küszöbén. *Stratégia és kultúra* (Éger -Kiss J. szerk.). Teleki László Alapítvány, Budapest 2004. pp. 77-131
- Nagy P., Dr. (2002): Virtuális diplomácia – mítosz vagy valóság? *Külügyi Szemle* 1. évf. 2002/1. pp. 73-121 <http://www.inco.hu/inco7/infopol/cikk1h.htm>, letöltve: 2011. szeptember 5.
- Paikert G. (1998): Külföldi magyar intézetek. *A magyar mint idegen nyelv, hungarológia*, JPTE, 1998. pp. 179-185
- Piliouris, Y.: American public diplomacy: Engaging people's heart and minds. (s.a.)
In: http://www.bridge-mag.com/index.php?option=com_content&view=article&id=489:american-public-diplomacy-engaging-peoples-heart-and-minds&catid=33:frontlines-2009&Itemid=38,
letöltve: 2011. október 11.
- Pócs B. (2009): Kultúraadagoló. In: <http://www.nol.hu/lap/arcok/20090618-kulturadagolo>, 2009. június, letöltve: 2011. szeptember 7.
- Pröhle G. (2007): A magyar kultúra szerepe Magyarország nemzetközi politikai és gazdasági kapcsolatainak fejlesztésében (vitaindító),
In: http://www.mtaki.hu/docs/kul kapcsolati_strategia/prohle_a_magyar_kultura_teljes.pdf
letöltve: 2011. szeptember 8.
- Ryniejska – Kieldanowicz, M. (2008): Cultural Diplomacy as a Form of International Communication
In: http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Ryniejska_Kieldanowicz.pdf,
letöltés ideje: 2011. szeptember 2.
- Rubovszky R. (2009): Kultúrafogyasztás és a kulturális politika cselekvési lehetőségei. 2009. június, In: <http://www.hungarofest.hu/data/content/986-1-kulturfogyasztas.pdf>,
letöltve: 2011. július 25.
- Sáringer J. (2011): A magyar kulturális diplomácia jelene és jövője:
In: http://www.grotius.hu/doc/pub/PYARYD/2010_13_saringer_janos.pdf, letöltve: 2011. július 25
- Szemere K. (2011): Egymásra csúszó kulturális évadok. 2011. január
In: http://nol.hu/kult/egymasra_csuszo_kulturalis_evadok, letöltve: 2011. július 25.
- Szendi Horváth É. (2007): Számomra a kulturális diplomácia a diplomácia költészete. In: *Diplomata c. folyóirat*, 2007. (8. évf.) 9. sz. pp. 21-23
- Szilágyi I. (2010): Nemzeti identitás, nemzetfelfogás és kulturális diplomácia a huszonegyedik században. *Magyar Tudomány*, 2010. (171. évf.) 2. sz. pp. 198-207 In: <http://www.matud.iif.hu/2010/02/09.htm>, letöltve: 2011. szeptember 9.
- Szondi G. (2008): Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences.
In: http://ftp.clingendael.nl/publications/2008/20081022_pap_in_dip_nation_branding.pdf,
letöltve: 2011. október 22.
- Szőcs L. (2009): A magyar önmagában még nem érdekes. 2009. november

- In: http://nol.hu/kult/20091121-a_magyar_onmagaban_meg_nem_erdekes#, letöltve: 2011. október 9.
- Taylor, K. (2009): Hungarian Festival in the Works for 2009.
In: <http://www.nysun.com/arts/hungarian-festival-in-the-works-for-2009/80893/>
- UNWTO: Tourism Highlights, 2011.
In: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr_1.pdf, letöltve: 2011. november 9.
- Újváry G. (2004): „A magyar kultúra őrszemei”. A magyar kulturális és tudományos külpolitika és a külföldi magyar kulturális intézetek és lektorátusok. *Stratégia és kultúra* (Éger -Kiss J. szerk.) Teleki László Alapítvány, Budapest 2004., pp. 25-76

EGYÉB FORRÁSOK:

- Adókedvezmény a Nemzeti Kulturális Alapot támogató cégeknek. 2011. október 25.
In: <http://gazdasagradio.hu/cikk/69956/>, letöltve: 2011. október 30.
- A magyar kultúra New Yorkban
In: <http://www.litera.hu/hirek/a-magyar-kultura-new-yorkban>, 2007. június 8. letöltve: 2011. október 9.
- A magyarok a Marsról jöttek. 2009. november 16. In: <http://hg.hu/blog/8186-a-magyarok-a-marsrol-jottek#>, letöltve: 2011. október 3.
- American-Hungarian Executive Circle. In: <http://americanhungarian.org/index.php>, letöltve: 2011. november 5.
- A Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium sajtóközleménye, 2009. január 2. In: <http://www.realzoldek.hu/modules.php?name=News&file=print&sid=879>, letöltve: 2011. november 9.
- A New York-i bajuszverseny nyertesének díja egy budapesti utazás. 2009. április 17.
In: http://www.kulturpart.hu/rengeteg/10846/a_new_yorki_bajuszverseny_nyertesenek_dija_egy_budapesti_utazas, letöltve: 2011. november 7.
- Arts in Europe. In: <http://www.artsineurope.com/>, letöltve: 2011. október 26.
- Átadták a Magyar Kultúra Követe címeiket. 2010. január 21. In: <http://kultura.hu/main.php?folderID=911&ctag=articlelist&iid=1&articleID=295931>, letöltve: 2011. november 5.
- Az Extremely Hungary számos kulturális kapcsolatot indukált. 2009. december 8.
In: <http://www.nefmi.gov.hu/miniszterium/2009/extremely-hungary>, letöltve: 2011. november 5.
- Az NKA támogatása növekedhet, a közgyűjteményeké csökkenhet. 2011. október 4.
In: <http://kultura.hu/main.php?folderID=911&ctag=articlelist&iid=1&articleID=318093>, letöltve: 2011. október 24.
- Central Europe Experience.
In: <http://www.gotocentraleurope.com/>, letöltve: 2011. október 13.
- Csordultig volt velünk New York. 2009. november 22.
In: http://www.nol.hu/kult/csordultig_volt_velunk_new_york, letöltve: 2011. október 29.
- Dunai Kulturális Klaszter. In: <http://hu.danubecluster.eu/fooldal>, letöltve: 2011. október 25.
- Duna Régió Stratégia (2011). In: <http://www.eu2011.hu/hu/duna-regio-strategia>, letöltve: 2011. november 5.

- EUNIC-nap. A színpadon: Európa. 2011. április 2.
In: http://www.urania-nf.hu/rendezvenynaptar/110402_eunic_nap.php, letöltve: 2011. október 17.
- Európa Pont: Célegyesben a Duna-stratégia. 2011. június 6.
In: http://europapont.blog.hu/2011/06/06/celegyesben_a_duna_strategia, letöltve: 2011. november 10.
- European Quartet. In: <http://www.european-quartet.com/>, letöltve: 2011. november 8.
- Extremely Hungary: Istvan Banyai takes on Hungary (2009)
In: <http://extremelyhungary.org/istvan.html>, letöltve: 2011. október 29.
- Extremely Hungary: Cabaret Magyar. (2009)
In: <http://extremelyhungary.org/cabaret.php>, letöltve: 2011. november 4.
- Extremely Hungary: Fire + Fire. (2009)
In: <http://www.extremelyhungary.org/fire/about.html>, letöltve: 2011. november 4.
- Extremely Hungary: Moustache contest. (2009)
In: <http://extremelyhungary.org/mustache/about.html>, letöltve: 2011. november 4.
- Extremely Hungary: Rebel Waltz. (2009)
In: <http://extremelyhungary.org/rebel.php>, letöltve: 2011. november 3.
- Hiller: Az egész magyarság kultúrájának érdekét szolgálta az amerikai magyar évad. 2009. november 23.
In: <http://culture.hu/main.php?folderID=1232&articleID=293196&ctag=articlelist&iid=1>, letöltve: 2011. november 1.
- Hiller pártpolitikai széthúzás nélküli amerikai magyar évadot akar. 2009. január 26.
In: <http://culture.hu/main.php?folderID=1232&articleID=278591&ctag=articlelist&iid=1>, letöltve: 2011. november 1.
- Hungarofest: Külföldi kulturális évadok 2001-2005.
In: <http://www.hungarofest.hu/content/172>, letöltve: 2011. július 25.
- Hunky Blues: Amerikai álom (2009)
In: <http://www.extremelyhungary.org/images/press/hunpresshunkyblues.pdf>, letöltve: 2011. november 4.
- Interjú a Hungarofest vezetőjével: A kultúra turizmust teremt. 2010. február 18.
In: http://www.turizmus.com/cikk/index/13/10002/turizmus_hirek/1897?CAKEPHP=87a1ac07550757d460a944d570d01926, letöltve: 2011. szeptember 29.
- Kidobott pénz volt az amerikai magyar kulturális évad? 2008. december 19.
In: http://fn.hir24.hu/csucsfogyaszto/2008/12/19/kidobott_penz_volt_amerikai, letöltve: 2011. augusztus 10.
- Kulturális diplomácia: hogyan adjuk el az európai kultúrát a világban? 2010. március 12.
In: http://www.europarl.europa.eu/news/public/story_page/037-106148-337-12-49-906-20101203STO05908-2010-03-12-2010/default_hu.htm, letöltve: 2011. szeptember 10.
- Kultúrdiplomácia és gasztronómia. 2011. november 13.
In: http://www.turizmus.com/cikk/index/5/10002/turizmus_hirek/15484, letöltve: 2011. november 14.
- Külföldi magyar intézetek vezetői értékelték. 2011. július 5.
In: <http://kultura.hu/main.php?folderID=1318&articleID=314959&ctag=articlelist&iid=1>, letöltve: 2011. július 25.
- Lawmakers want Europe to drive 'cultural diplomacy'. 2011. március 22.

- In: <http://www.euractiv.com/culture/lawmakers-want-europe-drive-cultural-diplomacy-news-503296>, letöltve: 2011. október 29.
- Magyar akták nyílnak Amerikában (2009)
In: <http://www.extremelyhungary.org/images/press/hunpressstorycorps.pdf>, letöltve: 2011. október 28.
- Magyar évadok Európában – a kulturális kapcsolatok közvetlenül is hatnak a gazdaságra. 2003. május
In: <http://www.piacessprofit.hu/?template=magazin-cikk&id=3086>, letöltve: 2011. november 5.
- Magyar Köztársaság Nagykövetsége – Washington D.C.
http://www.huembwas.org/about/hungary_bilat_hu.htm, letöltve: 2011. augusztus 10.
- Magyar kulturális évad az Egyesült Államokban. 2008. szeptember 13.
In: <http://culture.hu/main.php?folderID=1232&articleID=273143&ctag=articlelist&iid=1>, letöltve: 2011. november 1.
- Magyar Kulturális Központ, New York. (s.a.)
In: <http://www.magyarintezet.hu/kiadvany/10NewYork.pdf>, letöltve: 2011. október 29.
- Nyelv és Tudomány: Európai kulturális intézetek éjszakája Budapesten.
In: <http://www.nyest.hu/hirek/europai-kulturalis-intezetek-ejszakaja-budapesten>, letöltve: 2011. október 17.
- Oroszországban folytatódik a magyar évadok sora. 2004. november 26.
In: <http://kulturport.hu/tart/rcikk/f/0/106134/1>, letöltve: 2011. november 5.
- Ősszel folytatódik a New York-i és washingtoni Magyar Kulturális Évad. 2009. augusztus 4.
In: <http://www.litera.hu/hirek/osszel-folytatodik-a-new-york-i-es-washingtoni-magyar-kulturalis-evad>, letöltve: 2011. szeptember 4.
- Páneurópai Piknik 2.0 (2009)
In: <http://www.extremelyhungary.org/images/press/hunpresspaneuropicnic.pdf>, letöltve: 2011. november 4.
- Új igazgató nyolc külföldi magyar intézet élén. 2011. március 2.
In: <http://www.litera.hu/hirek/uj-igazgato-nyolc-kulfoldi-magyar-intezet-elen>, letöltve: 2011. október 29.
- Visegrad Group. In: <http://www.visegradgroup.eu/about>, letöltve: 2011. november 10.

7. MELLÉKLET

I. 1. táblázat: A reálpolitika és a noopolitika összevetése

Reálpolitika versus noopolitika	
Elemzési egység: az államok	Eszmék, hálózatok, nem-állami szereplők
A kemény hatalom elsőbbsége (erőforrások, stb.)	Puha hatalom elsőbbsége
A hatalmi politika miatt zéróösszegű játszma	Lehetőség a győztes-győztes és a vesztes-vesztes játszma
Anarchikus és konfliktusos rendszer	Érdekharmónia, együttműködés
Fenyegetések által meghatározott és kondicionált szövetségek	Biztonsági célú szövetségi hálózatok
Nemzeti érdekek elsőbbsége	Megosztott érdekek elsőbbsége
Amorális, olykor morál nélküli ethosz	Az etika fontossága
A magatartás hatalom és fenyegetettség általi meghatározása	A szereplők megosztott céljai
A hatalmi ellensúlyt államok közötti egyensúly alkotja	Felelősségen alapuló egyensúly
A nemzetállami hatalom elhasználódása	„Globálisan kialakított” hatalom
Információk ellenőrzése	Információk megosztása
„noos” – lélek, ismeret + „reálpolitika”	

Forrás: Szilágyi (2010) p. 204

II. 2. táblázat: A kemény és a puha hatalom összehasonlítása

Kemény hatalom versus puha hatalom	
Erőszak	Meggyőzés, ideológia
Anyagi valóság	Képiség, szimbolikus tér
Gazdaság, hadsereg	Lehetőség a győztes-győztes és a vesztes-vesztes játszma
Külső ellenőrzés	Önellenzés
Információ	Szavahihetőség, presztízis
Kormány	Társadalom
Közvetlen kormányellenőrzés	Közvetett, nem számon kérhető
Szándékolt	Nem szándékolt

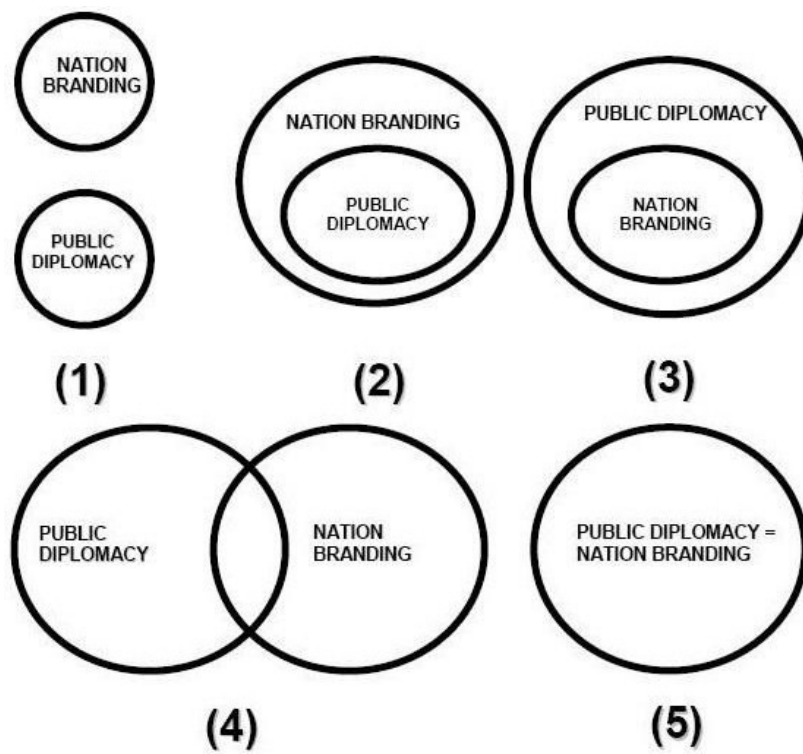
Forrás: Szilágyi (2010) p. 205

III. 3. táblázat: A nyilvános diplomácia és az országmárkázás különbségei

	Nyilvános diplomácia	Országmárkázás
Cél	Politikai érdekek promóciója	(Többnyire) gazdasági érdekek promóciója
Kontextus	Politizált, fókusza és prioritásai változhatnak a kormányzat lecserélődésével	(Többnyire) nem politizált, az aktorok és a szereplők közös megegyezésén alapul
	Identitásvezérelt	Imázsvezérelt
	A nemzetközi kapcsolatok és a kultúra által vezérelt	Marketing és fogyasztásvezérelt
Célcsoport	Aktív közvélemény/tőkések	Passzív tömegek/fogyasztók
	állampolgárok	(imázs-, termék-, hely-) fogyasztók
	Geopolitikailag kulcsfontosságú országok	Sokkal univerzálisabb, bármely államra alkalmazható
Íránya	Külföldi közvélemény	A hazai és a külföldi közvélemény felé is – utóbbi esetben csak a hazaiak „beleegyezésével” lehet sikeres
A kormányzat szerepe	Kezdeményező, egyben az üzenetek küldője is – nagyobb hatással bír a kormányzat az üzenetekre	Lehet kezdeményező, de a küldő csak ritkán (propaganda veszélye) – a kormányzati irányítás csekély vagy hiányzik
Szereplők	Állami és nem állami szereplők: kormányzat, kormányzati szervezetek, nagykövetségek, minisztériumok (kulturális, külügyi tárca), kulturális intézmények, NGO-k, diaszpóra	Nemzeti turisztikai hivatalok, utazási irodák, beruházási és export ügynökségek, kereskedelmi testületek és kamarák, multinacionális szervezetek,
Stratégiák	Kapcsolatépítés és ápolás	Imázs menedzsment
	Bizalomépítés	
	Hangsúly a lényegi és tartalmi elemeken	Hangsúly a vizuális és szimbolikus elemeken
	Decentralizált megközelítés, különböző célországokban más, a helyi közönségre szabott stratégiák	Centralizált, a márka esszenciája általi megközelítése a homogén közönségnek
	Pozitív és negatív elemek egyaránt megjelennek, amelyek kapcsolatot teremthetnek az emberek és a kultúrák között	Kizárólag pozitív és „piacképes” elemek megjelenítése egy ország népeiről és kultúrájáról
Taktikák	Kiállítások, filmfesztiválok, nemzetközi csereprogramok, nyelvtanítás külföldieknek, hálózatépítés, évfordulók, újságcikkek politikusokról, hiteles események	Logó, szlogen, hirdetés vezető nemzetközi TV-csatornákon, szponzorált hirdetések/cikkek nemzetközi magazinokban, e-marketing, honlapok, sajtósok study tourja, brossúrák
Média	A tömegmédia kevésbé fontos, az információ bemutatása és interpretációja a fontos, a szociális média egyre nagyobb szerepe	A tömegmédia a fő csatorna, amely többnyire passzív, fizetett hirdetéseket közvetít
Költségvetés	Kormányzat által finanszírozott	PPP (public-private-partnership)
Időkeret	folyamatos	Alkalmi, kampányszerű
Értékelés	Rövid-, közép- és hosszú távú	Többnyire hosszú távú

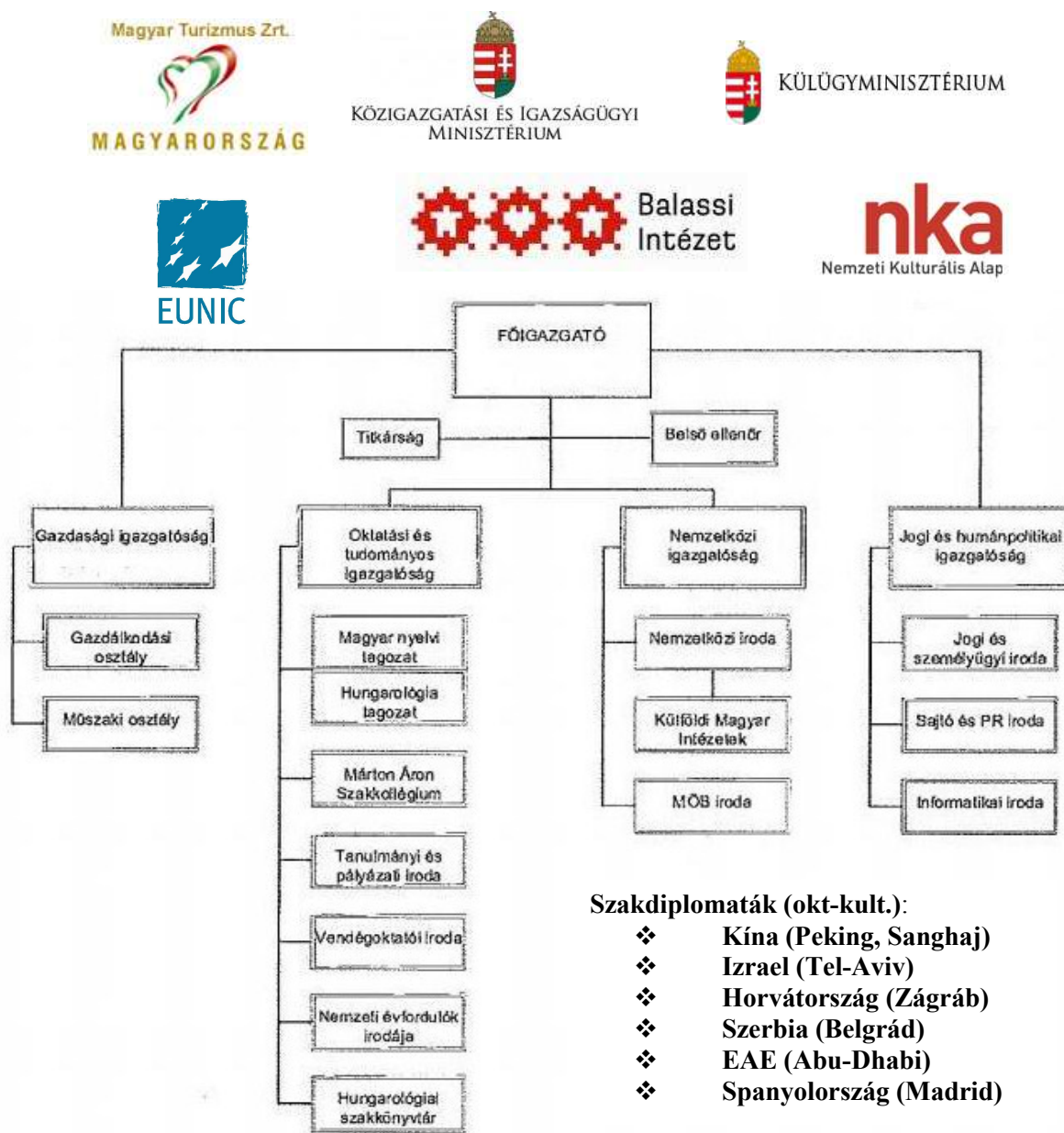
Forrás: Szondi (2008) pp. 17-18 (fordítás)

IV. 1. ábra: Az országmárkázás és a nyilvános diplomácia lehetséges relációi



Forrás: Szondi (2008) pp. 14-15

V. 2. ábra: A Balassi Intézet szervezeti felépítése és kapcsolatrendszere



A Külföldi Magyar Intézetek hálózata:

- | | | |
|---------------------------------|------------|-------------|
| ❖ Bécs (CH) | ❖ Helsinki | ❖ Prága |
| ❖ Berlin (CH) | ❖ Kairó | ❖ Róma |
| ❖ Brüsszel | ❖ London | ❖ Stuttgart |
| ❖ Bukarest | ❖ Moszkva | ❖ Szófia |
| + sepsiszentgyörgyi fiókintézet | ❖ New York | ❖ Tallinn |
| ❖ Delhi | ❖ Párizs | ❖ Varsó |
| | ❖ Pozsony | |

Forrás:

17/2011. (III.2.) KIM utasítás a Balassi Intézet Szervezeti és Működési Szabályzatának meghatározásáról, http://www.bbi.hu/data/files/intezet/SZMSZ_17_2011_KIM_utasitas.pdf, 2. függelék, valamint Sáringer (2008)

a kis képek jobbról balra, fentről le:

<http://agribusiness.hu/product/8493/>

<http://www.valtozoegyesulet.hu/alegkissebb.htm>

http://www.kulugyminisztium.hu/NR/rdonlyres/47BF3930-2E91-46C5-864F-5EEBA7C10401/0/kum_elolaphtml.htm

http://www.urania-nf.hu/rendezvenynaptar/110402_eunic_nap.php

<http://www.artmoments.hu/location/view/152>

<http://www.culturelle.hu/sponsors.php>

a letöltések ideje: 2011. október 10.

VI. A Magyar Kultúra Követei (2007-2010):

2007.

Valerie Solti - Solti György világhírű karmester özvegye, a Liszt Academy Network és a Solti Alapítvány életre hívója, Fehér László festőművész, Fischer Iván karmester, Kertész Imre író, Kocsis Zoltán zongoraművész, Sebestyén Márta előadóművész

2008.

Eötvös Péter zeneszerző és karmester, Esterházy Péter író, Kányádi Sándor költő-műfordító, Julia Marton-Lefèvre magyar származású környezetvédelmi és tudományos szakdiplomata, Palya Bea énekművész, Schiff András zongoraművész és karmester

2009.

Fischer Ádám karmester, Konrád György író, Kurtág György zeneszerző, Kati Marton magyar-amerikai író, Tompa Gábor erdélyi rendező, Vásáry Tamás zongoraművész, Zoób Kati divattervező

2010.

Eszenyi Enikő színművész, Forgács Péter filmrendező, Szakcsi Lakatos Béla zongoraművész és zeneszerző, Tarr Béla filmrendező, Juliet Kinchin, a New York-i Modern Művészetek Múzeuma (MOMA) kurátora, Kobayashi Ken-Ichiró, a Nemzeti Filharmonikusok vezető karmestere

Forrás:

<http://www.nefmi.gov.hu/miniszterium/kituntetettek/kertesz-imre-magyar>

<http://www.nefmi.gov.hu/kultura/2008/magyar-kultura-kovete>

<http://www.nefmi.gov.hu/miniszterium/2009/hiller-istvan-atadta>

<http://www.nefmi.gov.hu/miniszterium/kituntetettek/hiller-istvan-atadta-100121>

http://www.hirado.hu/Hirek/2011/01/21/14/Atadtak_a_kitunteteseket_a_magyar_kultura_napja_alkalmabol.aspx

a letöltések ideje: 2011. november 5.

VII. 3. ábra: A New York-i Magyar Kulturális Intézet partnerei



Forrás: <http://www.gotocentraleurope.com/>, letöltés ideje: 2011. október 19.



Forrás: <http://www.european-quartet.com/>, letöltés ideje: 2011. október 19.

VIII. 4. ábra: Plakátok a Csordultig magyar évadról



Forrás:

Extremely Hungary: Cabaret Magyar: <http://extremelyhungary.org/cabaret.php>, letöltés ideje: 2011. október 15.

Extremely Hungary Moustache Contest Starts February 1st:

<http://www.bumpershine.com/2009/01/30/extremely-hungary-mustache-contest-starts-feb-1st.html>, letöltés ideje: 2011. október 15.

Bányai István alkotásai:



Forrás: <http://www.flickr.com/photos/extremelyhungarybanyai/>, letöltés ideje: 2011. november 1.

IX. A Csordultig magyar 2009-es évadának programjai

A tervezett főbb New York-i rendezvények:

Január 16. – május 3., International Center of Photography: Az elveszett Munkácsi-archívum; az 1896 és 1963 között élt Munkácsi Márton fotográfus 4000 elveszettnek hitt negatívjából készült válogatás.

Január 24. – február 14., hivatalos megnyitó – Carnegie Hall: Magyar Ünnepek koncertsorozat; Haydn remekművei, Eötvös Péter-koncert, Palya Bea fellépése, Kurtág György *Hommage á Bartók* ősbemutatója és mesterkurzusa.

Január 24. – március 21., The Forbes Gallery: Zsolnay kiállítás; 150-200 remekműű kerámia a Zsolnay-gyárból, a szecessziós művészet legendás magyarországi műhelyéből.

Február 26., French Culinary Institute: Bemutatkozik a magyar konyha, magyar szakácsok főzőiskolája New York-iaknak a város első számú kulináris intézményében.

Március, Janos Gat Gallery: Kortárs magyar videóművészek alkotásai.

Március 15. – augusztus 2., The Jewish Museum: Forgács Péter: A dunai exodus; interaktív multimédiás installáció két dunai utazást megörökítő privát film alapján.

Április 2–4., Danspace: Glimpse; a magyar származású New York-i táncos-koreográfus, Vicky Shick és Fekete Hedvig magyar táncos közös produkciója.

Április 27. – május 3., PEN World Voices Fesztivál, nemzetközi irodalmi fesztivál magyar fókusszal, a panelbeszélgetésekben hat magyar író, köztük Nádas Péter részvételével.

Május 3., PanEuropean Picnic; az 1989-es Páneurópai Piknik felidézése és irodalmi futballmeccs.

Május 4., Forgács Péter: Hunky Blues; dokumentumfilm a kelet-európai bevándorlásról az USA-ba, korabeli filmfelvételek és fotók a New Brunswick-i magyar közösségről.

Május 9. – szeptember, Yeshiva University Museum: Hogyan éltek?, fotókiállítás a magyarországi zsidóság hétköznapijairól 1870-1940 között.

Május 16-19., Magyar Kulturális Intézet: magyar design vásár a New York-i Design Héten, fiatal magyar tervezők és munkáik bemutatkozása.

Július, Lincoln Center: Magyar színházi előadások; a budapesti Katona József Színház Ivanov, valamint a Pintér Béla és Társulata Parasztopera című előadása.

- Július, Lajkó Félix koncert, a karizmatikus hegedűs a folk, a jazz, a cigányzene és a zsidó klezmer muzsika elemeit ötvözi eredeti módon.
- Október 3., Brooklyn Museum: Opera a Marson és a Földre Szállt Operabál, a nagy múltú Osztrák-Magyar Operabál modern New York-i partivá alakul: operaelőadások, filmek, DJ-k és VJ-k.
- Október, Café Sabarsky at the Neue Galerie: Magyar kabaré és sanzon est, a közép-európai századforduló szellemi és kulturális életének központjai, a kávéházak hangulatát idézik meg, Falusi Mariann jazzénekesnő koncertje.
- Október 22-31., Museum of Modern Art: Tarr Béla-filmsorozat.
- November, Fire+Fire: magyar cigányzene és fekete amerikai jazz revü, két olyan kultúra találkozása, amely megtermékenyítően hatott a világ zenéjére, divatbemutató, tánc- és videóprodukciók.
- November 6-8., Joe's Pub, LaMaMa Experimental Theatre, Le Poisson Rouge: Szamizdat! Underground zenei fesztivál, hétfégi koncertsorozat a berlini fal leomlásának 20. évfordulójához kapcsolódva az 1980-as évek alternatív közép-európai zenekarainak részvételével.
- Ősz, 92nd Street Y, Tisch Center for the Arts: Zene, irodalom, tánc, tudomány rendezvénysorozat, két komolyzenei koncert nagy magyar zeneszerzők műveiből, konferencia Politikai változások Kelet-Európában címmel.
- Ősz, BAMcinémathék, Hollywood aranykora magyar szemmel, a filmsorozat bemutatja azt a nagy szerepet, amelyet a magyar rendezők, producerek és színészek játszottak a 20. század elejének filmiparában Fried Vilmostól (William Fox) és Cukor Adolftól (Adolph Zukor), a Century Fox és a Paramount alapítóitól Kertész Mihályig, a Casablanca rendezőjéig.
- Ősz, Galapagos Art Space: Békebeli szalon és kabaré, a száz évvel ezelőtti szalonok atmoszférájában 21. századi szellem: a közönség kedvére borozgathat, magyar kártyajátékokkal ismerkedhet, és diskurálhat New York-i és magyar művészek, írók és zenészek karcos és vidám kabaréja előtt és után.

A washingtoni rendezvények:

Február 7., Library of Congress: A fesztivál washingtoni eseményeinek hivatalos nyitórendezvényén Kurtág György nemzetközi hírű zeneszerző erre az alkalomra írt Bartók átíratát adja elő.

Február 8., John F. Kennedy Center for the Performing Arts: Palya Bea a Millenium Színpadon, az európai színpadokat meghódító fiatal magyar énekesnő világzenei koncertje.

Március 17. – április 19., American University, Katzen Arts Center: Vajda Lajos és kortárs magyar művészet; Vajda Lajos (1908-1941) festményei, kortárs magyar művészek alkotásai, szimpózium és filmvetítések.

Március 20. – július 5., National Museum of Women in the Arts: Magyar női szociofotó az 1920-1930-as években, kiállítás a két világháború közötti időszak nagy társadalmi érzékenységű fotográfusnőinek ritkán látható műveiből.

Május 10. – szeptember vége, National Gallery of Art: Leonardo bronz lovasa a Szépművészeti Múzeumból; az amerikai intézmény megvizsgálja a Leonardónak tulajdonított alkotás eredetiségét, és amennyiben az bebizonyosodik, kiállítja a szobrot.

Szeptember – október (hétvégeken), National Gallery of Art: Kortárs magyar filmsorozat, tíz vetítés fiatal magyar filmesek utóbbi 2-3 évben készült alkotásaiból, valamint a magyar filmnyelv 1970-es, 1980-as évekbeli radikális megújítója, Bódy Gábor műveiből.

Forrás:

Csordultig magyar: <http://www.muvesz-vilag.hu/kulturmix/507>, letöltve: 2011. október 21.

X. 5. ábra: Az eddigi magyar kulturális évadok

- 2001. Franciaország (MagyArt)
- 2002. Olaszország (Ungheria in primo piano)
- 2004. Nagy-Britannia (Magyar Magic)
- 2004. Hollandia (Hongarije aan Zee / Partra magyar!)
- 2005. Oroszország (Szem előtt Magyarország)
- 2006. márc. - 2007. nov. Németország (Ungarischer Akzent)
- 2007. szept. - 2008. ápr. Kína (Szabadság, szerelem)
- 2009. szept.-nov. Japán (Magyar Kulturális Fókusz),
febr.-dec. Amerikai Egyesült Államok (Extremely Hungary)



A képek forrásai (sorrendben):

http://www.hungarofest.hu/index.php?section=modules_core/content/content_pages.php&content_pages_title=Francia%20Kultur%C3%A1lis%20%C3%89vad%202001

http://www.hungarofest.hu/index.php?section=modules_core/content/content_pages.php&content_pages_title=Olasz%20Kultur%C3%A1lis%20%C3%89vad%202002

http://www.erikanet.hu/oldal.php?menupont_id=65882&cikk_id=753

http://fidelio.hu/klasszikus/hirek/magyar_kulturalis_evad_hollandiaban

http://www.kontextus.hu/hirvero/hirvadasz_2005_0215.html

<http://www.nefmi.gov.hu/kultura/2005/magyar-kulturalis-evad>

<http://www.nefmi.gov.hu/nemzetkozi-kapcsolatok/hirarchivum/2009>

a letöltések ideje: 2011. november 14.