

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Johan Skytte poliitikauuringute instituut

Svea Ideon-Marks
VÄIKERIIGI KULTUURIDIPLOMAATIA EESTI NÄITEL

Magistritöö

Juhendaja: Olga Bogdanova, MA

Tartu 2022

Autorsuse deklaratsioon

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite seisukohad, ning kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Töö sõnade arv: 19 365

Svea Ideon-Marks

16.05.2022

Annotatsioon

Kuna võim on nihkumas riikidelt võrgustikele, saavad edukad olla need riigid, kes suudavad meelitada ja mobiliseerida võrgustikke koostööks. Selleks on vaja teiste riikide usaldust ja austust, mis omakorda eeldab tööd riigi mainekujunduse ja atraktiivsusega. Väikeriikide jaoks on aga veelgi olulisem saavutada positiivne kuvand välismaailma ees, et kompenseerida oma väiksusest ja ressursside piiratusest tulenevaid puudusi. Läbi kultuuri on võimalik tutvustada ja lähendada riike, ka mõjutada, luua positiivset kuvandit ning liita inimesi. Hästi planeeritud kultuuridiplomaatia saab panustada rahvuslike huvide kaitsesse võõrsil.

Kultuuridiplomaatia praktilisi meetodeid on vähe uuritud, eriti Eesti kontekstis. Ka vastavate ministeriumide aastaaruanded ei ole avalikud, mistõttu viib autor läbi juhtumiuuringu Eesti kultuuridiplomaatiast eesmärgiga välja selgitada, kas ja kuidas Eesti kultuuridiplomaatia toetab riigi rahvuslikke huve.

Uuringu tulemusel saab öelda, et Eesti kultuuridiplomaatia panustab riigi rahvuslike huvide ja välispoliitiliste eesmärkide saavutamisse, kasutades selleks erinevaid koostöövorme nii riikide, välisriigi strateegiliste partnerite kui kultuurikollektiivide vahel. Tähtsal kohal on uute kontaktide loomine ja hoidmine ning Eesti ja välisriigi kultuuritegijate ühendamise. Tegevuse üldeesmärgiks on usalduse ja ühise mõttevälja tekitamine ning koostöö jätkusuutlikkus tuleviku perspektiivis.

Märksõnad: pehme jõud, väikeriik, avalik diplomaatia, kultuuridiplomaatia, bränding

Abstract

Power is shifting from states to networks. Only countries that are able to attract and mobilize networks for cooperation can be successful, which in turn requires working with the country's reputation. However, it is even more important for small states to have a positive image in the international arena, in order to compensate for the disadvantage of their small size and limited resources. Culture allows to introduce and bring countries closer together, to influence, to create a positive image and to connect people. Herewith a well-planned cultural diplomacy can contribute to the protection of national interests abroad.

The practical methods of cultural diplomacy have been studied only little, especially in the Estonian context. The annual reports of the respective ministries are also not public, which is why the author conducted a case study of Estonian cultural diplomacy in order to find out whether and how Estonian cultural diplomacy supports the national interests of the country.

As a result of the study, it can be said that Estonian cultural diplomacy contributes to the achievement of the country's national interests and foreign policy goals, using various forms of cooperation between countries, foreign strategic partners and cultural collectives. The creation and maintenance of new contacts and the unification of Estonian and foreign cultural figures are important. The overall goal of the activity is to build trust and common thinking as well as to ensure the sustainability of cooperation for the future.

Keywords: soft power, small state, public diplomacy, cultural diplomacy, branding

Sisukord

SISSEJUHATUS	6
1. TEOREETILINE RAAMISTIK	10
1.1. Neoliberalistlik mõtteviis	11
1.2. Pehme jõud.....	13
1.3. Kultuuridiplomaatia olemus.....	16
1.3.1. Kultuuridiplomaatia ajalooline taust	19
1.3.2. Euroopa Liidu roll kultuurisektoris.....	22
1.4. Avalik diplomaatia ja bränding.....	23
2. KULTUURIDIPLOMAATIA EESTIS	29
3. UURIMISMEETOD JA VALIM.....	32
4. EMPIIRILINE MATERJAL, ANALÜÜS JA JÄRELDUSED	35
4.1. Kultuuridiplomaatia olemus ja eesmärgid	35
4.2. Rahvusvahelised kultuurisuhted ja välispoliitika.....	39
4.3. Strateegia ja tegevused.....	45
4.4. Koostöö teiste sektorite ja poliitikavaldkondadega	52
4.5. Väljakutsed ja tulevikuvaade	53
KOKKUVÕTE	61
Kasutatud allikad	67
Lisa 1. Intervjueeritavate nimekiri ja intervjuude toimumisajad	73
Lisa 2. Intervjuude küsimused	74

SISSEJUHATUS

Riikidevaheline koostöö ei põhine ainult lepingutel ja dokumentidel, vaid olulist rolli mängivad inimestevahelised suhted. Nii mõnigi ettevõtja või investor võib suunata oma sihid just nendesse riikidesse, millega tal on olnud varasem kokkupuude, näiteks kultuuri¹ kaudu. Kultuurisündmused saavad olla inimeste ja ideede kohtumispaiaks. Ka „Eesti 2035“ arengustrateegia² ütleb: „Näeme kultuuri kui koostööplatvormi, mis ühendab inimesi“ (Vabariigi Valitsus 2021:25). Läbi kultuuri on võimalik tutvustada ja lähendada riike, ka mõjutada, luua head mainet ning liita inimesi, mis omakorda kasvatab välismaailma huvi teiste sektorite vastu, nagu majandus, turism jt. Võtame näitena kasvõi Brasiilia karnevali, mis on kahtlemata vorminud riigi kuvandit maailmas märksa enam, kui seda on suutnud saavutada nende poliitikad. Seega kultuur mängib kesksel rollil rahvusvahelises suhtluses, kultuur annab võimaluse mitteametlike poliitiliste suhete loomisele, hoiab avatuna läbirääkimiste kanalid riikidega, kus poliitilised suhted on pingelised.

Kuid sotsiaalse ebavõrdsuse, massilise migratsiooni, äärmusluse ja radikaliseerumise kasvuga maailmas, on välispoliitika muutumas keerulisemaks, eriti väikeriikide jaoks, kelle jaoks rahvuslike huvide kaitsmine on ainus viis suveräänsuse säilitamiseks. Kuna võim on nihkumas riikidelt võrgustikele, saavad edukad olla need riigid, kes suudavad meelitada ja mobiliseerida võrgustikke koostööks. Ja vaid need riigid juhivad tulevikus muudatusi ja kujundavad globaalseid sündmusi. Kõigeks selleks on vaja teiste riikide usaldust ja austust, mis omakorda eeldab tööd riigi mainekujunduse ja atraktiivsusega. Selles uues kontekstis on pehme jõud – võime saavutada eesmärgi külgetõmbe ja veenmise kaudu – tõhusa välispoliitika läbiviimisel oluline komponent.

Väikeriikide jaoks on veelgi olulisem saavutada positiivne kuvand välismaailma ees. Tänapäeva üha globaliseeruv maailmas on väikeriikide välispoliitiliste eesmärkide ja tähelepanu saavutamine palju keerukam kui see on suurte riikide puhul. Siinkohal hästi planeeritud kultuuridiplomaatia saab panustada riigi tuntuse ja rahvusvaheliste suhete edendamisse.

¹ Erinevates teadusharudes on antud mõistele „kultuur“ mitmeid tähendusi. Käesoleva töö kontekstis viidatakse sõna „kultuur“ puhul muusikalistele, kunstilistele, kirjanduslikele tulemustele ehk „kõrgkultuurile“ (Harrison, Huntington 2002:xix).

² „Eesti 2035“ on riigi pikaajaline arengustrateegia, mis on Riigikogu poolt vastu võetud 12. mail 2021. <https://valitsus.ee/strateegia-eesti-2035-arengukavad-ja-planeering/strateegia/materjalid> (vaadatud 15.01.2022)

Euroopa Liidu (EL) tasandil on välja öeldud, et kultuuridiplomaatia peab olema välispoliitika lahutamatu osa. 2016. aastal võttis Euroopa Komisjon vastu „Rahvusvaheliste kultuurisuhete strateegia“, millega asetatakse kultuur EL rahvusvaheliste suhete keskmesse. Ka Eesti kultuuri arengukava Kultuur 2030 näeb ette kultuuri- ja loomesektori rolli suurendamist välissuhtluses ja kultuuridiplomaatias (Kultuuriministeerium 2021a:6). Eesti välispoliitika 2030 arengukava paneb eesmärgiks „toetada Eesti rikkaliku vaimse ja füüsilise kultuuripärandiga riigi mainet ning kultuurivahetuse ja kultuuridiplomaatiaga välispoliitika eesmärkide saavutamist“ (Välisministeerium 2020:18).

Kuid Eestil ei ole pikkade traditsioonidega kultuuridiplomaatiat teostavaid institutsioone nagu Briti Nõukogu, Goethe Instituut jt samataolised, kes tegelevad ühiskonna, keele ja kultuurialase välissuhtlusega. Eesti Instituut loodi 1988. aastal, kuid sellel on täna vaid kolm esindust välismaal – Soomes, Ungaris ja Rootsis. Riiklikul tasandil on peamised Eesti kultuuridiplomaatia teostajad kultuuriesindajad Eesti välisesindustes, keda on kokku seitse. Samas väikeriikide puhul, nagu Eesti, ei olegi reaalne omada sadadesse ulatuvat kultuuriesinduste võrgustikku üle maailma nagu see on Saksamaa, Prantsusmaa, Ühendkuningriigi (ÜK) või paljude teiste suurriikide puhul. Seda enam on väikeriikidel vaja oma nišši ja parimat strateegiat, et riiki maailmas tutvustada. Eesmärgiks on, et Eestit tuntakse maailmas ja riigi rahvusvaheline positsioon oleks tugev.

Olgugi, et tänapäeval leidub materjale ja näiteid selle kohta, kuidas väikeriigid oma välispoliitikat rakendavad, on avaliku- ja kultuuridiplomaatia praktilisi meetodeid vähe uuritud, eriti Eesti kontekstis. On aga põhjust arvata, et väikeriikide avaliku diplomaatia alane tegevus erineb paljuski suurriikide omast (Arengu, L., Arengu, M.-M. 2013:86). Siit tekivad käesoleva magistritöö uurimisküsimused:

- kuidas Eesti kasutab kultuuridiplomaatia võimalusi riigi tuntuse ja maine loomiseks ja hoidmiseks ning välispoliitiliste eesmärkide saavutamiseks?
- millised kultuuridiplomaatilised võtted teenivad Eesti huvisid parimal moel?

Käesoleva magistritöö eesmärk on välja selgitada, kas ja kuidas Eesti kultuuridiplomaatia toetab riigi rahvuslikke huve.

Eesti Vabariigi põhiseadus sõnastab kõige olulisemad põhimõtted Eesti jaoks. Kõik ülejäänud tegevused peaksid olema allutatud nende põhimõtete teenimisele. Kõige üldisemas

plaanis on Eesti rahvuslikeks huvideks riigi suveräänsuse ja sõltumatuse kindlustatus rahvusvahelistes suhetes ning eesti rahvuse, keele ja kultuuri säilimine läbi aegade. Välispoliitikat ellu viies peetakse läbivalt silmas, et Eesti riigi maine ning mõjukus kasvaks (Välisministeerium 2020:3, 7). Eesti huvid ja strateegilised sihid on välja toodud riigi pikaajalises arengustrateegias „Eesti 2035“, mis näeb Eestit kui demokraatlikku ja turvalist riiki, kus austatakse õigus- ja sotsiaalse riigi põhimõtteid (Vabariigi Valitsus 2021:14). Strateegiat viiakse ellu erinevate poliitikavaldkondade arengukavade ja programmide kaudu. Kultuur 2030 arengukava kohaselt on Eesti huviks elujõuline, arenev ja maailmale avatud kultuur, Eesti kultuurielu mitmekülgne, kõrgetasemeline ja rahvusvaheline ning Eesti kultuuripärand hoitud. Arengukava näeb ette, et „kultuur ja loovus on tihedalt lõimitud eri valdkondadega, toetades ühiskonna terviklikku ja kestlikku arengut ning aidates kaasa Eesti konkurentsivõimele, sotsiaalse ja majandusliku heaolu kasvule ning rahvusvahelisele kuvandile“ (Kultuuriministeerium 2021a:10-11).

Kultuuridiplomaatia toimub erinevatel tasanditel. Algselt toimis see peamiselt eliidil eliidile ning hiljem eliidil laiemale üldsusele, näiteks läbi telekanalite, kino jne. Tänapäeval seoses reisimise ja laialdase internetilevikuga teostatakse kultuuridiplomaatiat ka läbi üksikisikute ja võrgustike igapäevase suhtluse. Käesolev magistritöö aga keskendub peaaesjalikult riigi poolt kavandatud kultuuridiplomaatiale.

Magistritöö raames viiakse läbi kvalitatiivne juhtumiuuring Eesti kultuuridiplomaatiast. Poolstruktureeritud intervjuud toimuvad kõikide Eesti kultuuriesindajatega välismaal, keda on kokku seitse, samuti välisministeerumi avaliku diplomaatia ja kultuurikoostöö osakonna esindajaga. Uuringus osalevad isikud on peamised Eesti kultuuridiplomaatia teostajad praktikas.

Käesolev magistritöö on jaotatud nelja peatükki. Neist esimene annab teoreetilise raamistiku. Esmalt tutvustatakse neoliberalistlikku mõtteviisi, et aru saada, mis andis kasvulava uue mõiste „pehme jõud“ tekkele rahvusvaheliste suhete selgitamiseks. Järgnevad alapeatükid tutvustavad pehme jõu kontseptsiooni ja selle peamist instrumenti – avalikku diplomaatiat. Lisaks nendele tuuakse välja ka riigi brändingu mõiste, mis tegeleb maine ja kuvandi loomisega ning milles kultuuril on oluline osa.

Teoreetiline osa keskendub aga eelkõige kultuuridiplomaatia olemuse selgitamisele, sh vaatab põgusalt selle ajaloolist kujunemislugu kui ka EL seisukohti kultuurisektoris. Töö teine peatükk on koostatud, et anda taustainfot Eesti kultuuridiplomaatia arengust.

Töö kolmas peatükk annab ülevaate uurimismeetodist ja põhjendab valimeid. Viimane, neljas peatükk esitleb intervjuude käigus kogutud andmeid, analüüsib olulisemaid tähelepanekuid ning toob välja järeldused. Uurimistulemused ja edasised soovitused tuuakse välja kokkuvõttes.

1. TEOREETILINE RAAMISTIK

Queenslandi ülikooli professor Christian Reus-Smit (2019) on öelnud ühes arvamuseartiklis, et „traditsiooniline rahvusvaheliste suhete teooria praktiliselt ei kätke endas kultuuri, olgugi, et rahvusvaheliste suhete teadlaskond räägib kultuurist kogu aeg.“ Kui võtta vaatluse alla sellised nähtused nagu Brexit või Hiina konfutsianistlik mõtlemine, siis kõik need protsessid on seotud riigi ja rahva kultuuri ning kommetega. Reus-Smit (*ibid.*) küsib, et olukorda näitlikustada: „Kui arutelud inimõiguste lääneliku olemuse üle ei puuduta kultuuri, siis mida need üldse puudutavad?“ Kultuur vormib inimesed sellisteks, nagu nad on ning kujundab nende mõtlemist ja soove. Seetõttu mängib kultuur olulist rolli inimeste ja riikidevahelistes suhetes.

Ka Varssavi ülikooli õppejõud ja politoloog Diana Stelowska on väljendanud, et kultuur on pälvinud rahvusvahelistes suhetes liiga vähest tähelepanu. Arutelud sõjalistel ja majanduslikel teemadel on rohkem päevakorras nii poliitikute kui teadlaste poolt. Niisamuti on rahvusvaheliste suhete teooriad keskendunud võimule ja ressurssidele sõdade võitmisel (realism), majandusele rahvusvahelises koostöös (liberalism) ja klassivõitlusele (marksism). (Stelowska 2015:51)

Käesoleva magistritöö kontekstis käsitletakse Eestit kui väikeriiki. Maailmas on palju väikeriike, eriti kasvas nende arv 20. sajandil peale mõlema maailmasõja lõppu, 1960ndatel seoses dekoloniseerimisega ja 1991. aastal Nõukogude Liidu kokkuvarisemisel (Dookeran, Mohan 2019:71). Erialakirjanduses ei ole väikeriigi üheses definitsioonis kokku lepitud. Dookeran ja Mohan (2019) Lääne-India ülikoolist kirjutavad, et väikeriikideks peetakse riike, mille elanike arv on väiksem kui kolm miljonit. Selle teooria kohaselt kvalifitseeruvad seitse EL-i liikmesriiki väikeriikideks (Küpros, Eesti, Läti, Leedu, Luksemburg, Malta ja Sloveenia), nagu ka umbes kaks kolmandikku Ühinenud Rahvaste Organisatsiooni (ÜRO) liikmesriikidest (*ibid.*).

Rahvaste Ühenduse (*The Commonwealth*)³ kohaselt aga peetakse väikeriikideks riike, mille populatsioon on poolteist miljonit inimest või vähem (või ainult erandina sellest suurema

³ Rahvaste Ühendus (*The Commonwealth*) on 54 iseseisva ja võrdse riigi vabatahtlik ühendus. Rahvaste Ühenduse harta väljendab liikmesriikide pühendumust vabade ja demokraatlike ühiskondade arendamisele ning rahu ja õitsengu edendamisele, et parandada kõigi Rahvaste Ühenduse elanike elu. <https://thecommonwealth.org/> (vaadatud 25.03.2022)

rahvaarvuga riigid, mis siiski jagavad samu väikeriikide tunnuseid). Seega Rahvaste Ühenduse 54-st liikmesriigist 32 on väikeriigid. (The Commonwealth 2022)

Szondi (2009) järgi on väikeriikide peamiseks väljakutseks konkurents tähelepanu pärast globaalsel tasandil, puudusteks väiksus ja finantsressursid, mida peegeldab vähene huvi nende välispoliitikate vastu (viidatud: Iaydjiev 2013:46). Ka Arengu ja Arengu (2013) nimetavad väikeriikide ühiseks tunnusjooneks ressursside piiratust, mistõttu tuleb neil teiste riikidega suhtlemiseks leida alternatiivseid viise puudujääkide kompenseerimiseks ja piirangute ületamiseks, kasutades kas mittemateriaalseid ressursse, erinevaid koostöövorme või teisi strateegiaid (Arengu, L., Arengu, M.-M. 2013:82). Suurus loeb rahvusvahelistes suhetes. Väikeriikidel on erinevad vajadused ja neil on raskem saavutada soodsaid välispoliitilisi tulemusi kui suurtel riikidel. Seetõttu eelistatakse pigem mitmepoolseid (*multilateral*) koostööorganisatsioone, kuna need vähendavad riikidevahelist võimu asümmeetriat ja diplomaatia kulusid. Professor Bejtush Gashi (2016) sekundeerib samal teemal, öeldes, et ainus viis väikeriikidel vältida ebakindlust rahvusvahelisel tasandil on nende seotus rahvusvaheliste institutsioonidega (Gashi 2016:151). Väikeriigid peavad püüdma leida nišše, et muuta oma diplomaatiat võrreldes suurriikidega. Näiteks konkreetsete teemade seadmine rahvusvahelisse päevakorda. Kuid vähemtähtsad ei ole ka pehme jõu iseloomuga diplomaatilised vahendid (Steinmetz, Wivel 2010:31). Seega vaatamata väikeriigiks olemise ebasoodsatele külgedele, saavad väikeriigid siiski kompenseerida väiksusest tulenevaid piiranguid, kasutades selleks nutikaid strateegiaid ja seeläbi avaldada mõju maailmapoliitikale.

1.1. Neoliberalistlik mõtteviis

Neoliberalismi mõiste tekkis teaduslikku terminoloogiasse esimese ja teise maailmasõja vahel, mil valitses ebastabiilsus, tõusis inflatsioon ja depressiooni esines laialdaselt. Ühiskonnas levis arvamus, et kapitalism on vastuvõetamatu. See andis põhjuse uue maailmakäsitluse – neoliberalismi arenguks. Uus suund sisaldas endas küll suures osas klassikalisi liberaalseid ideid, kuid uue mõtteviisi kohaselt oli neid vaja muuta rakendatavaks kaasaegses, globaalses, postindustriaalses kapitalismis (Hall 2011:711). Kuidas aga seletada neoliberalse ideoloogia, eelkõige poliitilis-majandusliku mõtteviisi mõju kultuurile, selleks tuleb süveneda mõiste tagamaadesse.

Teadlased Boas ja Gans-Morse toovad välja neli peamist ilmingut, kuidas neoliberalism avaldub. Kõige enam leidub neoliberalismi tunnuseid majanduspoliitikas (*economic reform policies*). See tähendab liberaliseerida majandust, kaotades sellelt hinnakontroll ja vabastades kapitaliturgude reguleerimine, samuti vähendada riigi rolli majanduses, eelkõige riigiettevõtete erastamise kaudu, sh pidada ranget kontrolli valitsuse toetuste üle. Neoliberalismi teine kasutusviis viitab terviklikule arengumudelile (*development model*) nii majandus-, sotsiaal-, kui poliitilises sfääris. Kolmas viis on ideoloogia (*ideology*) teatavaks tegemine. Neoliberaalne ideoloogia püüab piirata riiki miinimumini, ja vastupidi, maksimeerida isikuvabaduse ulatust. Viimane ja neljas kasutusala on seotud akadeemilise käsitlusega (*academic paradigm*). Näiteks Lawrence King (2002) kasutab neoliberalismi mõistet uurides riikide üleminekut sotsialismist kapitalismi (Boas, Gans-Morse 2009: 143-144). Seega liberaalse mudeli rakendamine hõlmab paljuski riigi ja ühiskonna ümberstruktureerimist ja suhteid riigi ning kodanike vahel.

David Harvey (2005) on uurinud lähemalt neoliberalistliku maailmakäsitluse mudelit. Ta ütleb, et neoliberalistlik teooria on alates 1970-ndatest saanud järjest suuremat toetust rahvusvaheliste suhete selgitamisel. Harvey peab neoliberalismiks teooriat, mille kohaselt inimeste heaolu saab kõige paremini edendada, kui anda neile ettevõtlusvabadus, mida iseloomustavad tugevad eraomandiõigused, toimib vaba turg ja vabakaubandus. (Harvey 2005:2)

Andy Lavender (2021) Londoni Guildhalli muusika- ja draamakoolist on koostanud artiklite kogumiku, mis räägib neoliberalismi seostest kultuuri ja etenduskunstidega. Esiteks, neoliberalism pakub peamiste ideede ja eeldustega sotsiaalmajandusliku konteksti (individualism, vaba turg, globaliseerumine), milles artistid töötavad ning kultuuriasutused ja produktsioonid opereerivad. Neoliberalism levitab väärtusi, mis on seotud enesega toimetuleku ja tarbijalikkusega. Teater, tants ja teised etenduskunstid saavad neid ideoloogiaid ümber mõtestada ja levitada kultuuri kaudu. (Lavender 2021:6-7)

Neoliberalistliku teooria kohaselt on ühiskonnarikkuse saavutamiseks peamine vältida sõjalise konflikti tekkimist (Harvey 2005:9-10). Siit hakkas tekkima dilemma, kuidas riigid konflikte vältides oma võimu laiendavad ja rahvusvahelisi suhteid koordineerivad. See andis tõuke pehme jõu teooria tekkele.

1.2. Pehme jõud⁴

Võim loob eeldused saata korda asju ehk kõige üldisemas plaanis võimule on omane saada tulemusi, mida keegi parasjagu soovib. See tähendab oskust mõjutada teiste käitumist, et täita oma eesmärgid. Võimu rahvusvahelistes suhetes on traditsiooniliselt nähtud pigem kõva jõuna (*hard power*), näiteks sõjalise või majandusliku võimu kontekstis. Kõva jõudu rakendatakse sunniviisiliselt, see on jõu kasutamine, ähvardamine või ka majandussanktsioonid.

1990ndate alguses tuli rahvusvaheliste suhete konteksti uus termin „pehme jõud“ (*soft power*), mille teooriale paneb aluse Ameerika Ühendriikide (USA) akadeemik Joseph S. Nye (1991) (viidatud: Łoś 2017: 129). Pehme jõu mõte on saavutada kellegi poolehoidu läbi kaasamise, veenmise ja kaudsete mõjutusmeetodite, kasutamata sealjuures majanduslikku mõjuvõimu. Vastupidiselt kõva jõu sundivale olemusele omab pehme jõud positiivsemat külgetõmbe ja veenmise taktikat välispoliitiliste eesmärkide saavutamiseks. Pehme jõud püüab mõju saavutada võrgustike loomise, mõjuvate narratiivide edastamise ja rahvusvaheliste reeglite kehtestamise kaudu, mis muudavad riigi maailmale atraktiivsemaks. (The Soft Power 30⁵, 2021) Pehmet jõudu on lihtsam mõista, kui vaadelda seda kõrvuti kõva jõuga (Tabel 1).

Kõva jõud	Pehme jõud
Võime muuta teiste positsiooni jõu meetodil	Võime muuta teiste eelistusi läbi atraktiivsuse
Sõjaline ja majanduslik jõud	Kultuuriline jõud
Sundimine, võim	Kaasamine, mõjutamine
Absoluutne	Suhteline, kontekstipõhine
Käegakatsutav, kergesti mõõdetav, teatud määral etteaimatav	Tabamatu, raske mõõta, ettearvamatu
Omandiõigus täpsustatud	Täpsustamata, mitmed allikad
Riigi või organisatsioonide kontrolli all olev	Valitsusvälised osalejad, kontrollimatu
Väline, tegevus	Sisemine, reaktsioon/vastus
Otsene, lühiajaline, kohene efekt	Kaudne, pikaajaline, viivitatud mõju
Avaldub välispoliitikas	Propageeritud läbi riigi kuvandi

Tabel 1: Kõva ja pehme jõu võrdlus (Fan 2008:151, autori tõlge)

⁴ Eesti keelde tõlgitud ka kui „pehme võim“.

⁵ The Soft Power 30 on ülemaailmne edetabel, mis järjestab riike kuues kategoorias: digitaalus, kultuur, ettevõtlus, haridus, kaasatus (sh riigi diplomaatilise võrgu ulatus ja võimekus) ja juhtimine (sh pühendumine inimõigustele, isikute põhivabadustele ja demokraatiale). Iga-aastast raportit koostavad strateegilise kommunikatsioonibüroo Portland ja USC avaliku diplomaatia keskus (*The USC Center on Public Diplomacy*) alates 2015. aastast. <https://softpower30.com/> (vaadatud 14.12.2021)

Kokkuvõtvalt, kui kõva jõud on eeskätt teiste riikide surveamine majandustegevuse ja sõjalise jõu kaudu, siis pehme jõu puhul ei kasutata otsest survet, vaid propageeritakse oma maailmavaadet, mõtteviisi diplomaatia, kultuuri, hariduse, turismi jne kaudu (Läänemets 2021).

Kuid pehme jõu mõiste on aja jooksul ka muutunud ja täienenud. Kui algselt kirjeldas Nye (2011) pehmet jõudu kui „vahendit mõjutada teisi läbi atraktiivsuse“, siis hiljem lisas ta, et „võime mõjutada teisi läbi koostöösse kaasamise, läbi veenmise ja positiivse külgetõmbe, et saavutada soovitud tulemusi“ (Nye 2011:20-21). Kui tõmmata paralleeli ärimaalimaga, siis ka seal ei toimi käskude-keeldude taktika, vaid meeskondi tuleks juhtida läbi eeskuju, et saavutada soovitud tulemusi. Inimestevahelises suhtluses ei loe nende vanus ega suurus, vaid sõpru seob teatud „külgetõmbe keemia“. Nii on ka riikide puhul, kus pehme jõu rakendamine ei ole ainult suurriikide pärusmaa (kuigi neil on teatud eeliseid), vaid pehme jõud on väikeriikidele hädavajalik võimuvälja laiendamise vahend. Nye (2004) kohaselt on pehmel jõul kolm peamist komponenti (Nye 2004:11):

- poliitilised väärtused (mida vastuvõetavamad on need väärtused mõjutatava poolt, seda efektiivsem saab olla pehme jõu rakendamine);
- kultuur (erilise atraktiivsuse korral lähendab rahvaid, aitab luua uusi sidemeid);
- autoriteetne välispoliitika.

Oluline on mõista, et pehme jõud ei tähenda alati aktiivset tegutsemist. „Pehme jõud võib toimida ka passiivselt“, ütleb Nye (viidatud: Hayden 2012:287). Samuti võib pehmet jõudu rakendada näiteks läbi arenguabi andmise või riigijuhtide retoorika. Ja veel – vahel võib pehme jõud olla ka kõva jõu tagajärg. (*ibid.*)

Pehme jõud on oluline välispoliitiline vahend, mida riigid kasutavad suhetes teiste riikidega, kuid pehmet jõudu saavad rakendada ka valitsusvälised tegutsejad. Pehme jõu mõiste oli mõeldud algselt peamiselt USA poliitika kirjeldamiseks, kes kasutas seda edukalt külma sõja⁶ ajal. Hiljem aga on termin kohandunud selliselt, mille kaudu on võimalik analüüsida ükskõik millise riigi välispoliitikat, ka väikeriikide puhul. Ka EL on hea näide, kes kasutab pehmet jõudu oma julgeoleku kaitsmiseks levitades omi väärtusi diplomaatia, koostöö, kaubanduse ja arenguabi kaudu. Selline EL-i tegevus õhustab suhteid Venemaa ja Hiinaga, mis paneb neid nii sõjalises, poliitilises kui ka majanduslikus mõttes rohkem kehtestama kodu-

⁶ Nõukogude Liidu vastasseis demokraatlike lääneriikidega aastatel 1947 – 1989.

ja välismaal. Seega on vaja hoolikalt kaaluda vahendeid, kuidas oma mõju suurendada ja partnerlust edendada vahetus naabruses ja kaugemal olevate riikidega läbi pehme jõu (Paet 2021: 56-57). On oluline mõista, et üks strateegia, mis toimib ühes kultuurilises ühiskonnas, ei pruugi toimida mõnes teises keskkonnas (Kounalakis, Simonyi 2011:31). Seetõttu ei saa pehme jõu tegevusi üks ühele kopeerida teiste riikide pealt.

London *King's College*'i teadur ja õppejõud Melissa Nisbett (2016), kes on pühendunud pehme jõu ja kultuuridiplomaatia uuringutele väidab, et jõukatel lääneriikidel on siiski pehme jõu monopol, kuna neil on väljakujunenud toimivad võrgustikud, infrastruktuur, pikaajalised ja end tõestanud koostöökanalid, mis võimaldavad kultuuri üle maailma pakkuda (Nisbett 2016:19). Kui vaadata 2019. aasta *Soft Power 30* raportit, siis kultuuri kategoorias moodustasid esikolmiku USA, ÜK ja Prantsusmaa (A Global Ranking of Soft Power 2019). See kinnitab Nisbetti väidet lääneriikide juhtivast positsioonist pehme jõu kasutamisel. Raport annab hea võimaluse uurida pehme jõu rolli globaalsete muutuste käivitamisel ja rahvuslike huvide järgimisel. Viimases, 2019. aasta raportis on öeldud, et kui vaadata tagasi kõikidele eelmistele väljaannetele, siis võimet kasutada külgetõmmet ja veenmist välispoliitiliste eesmärkide saavutamiseks on endiselt olulised kui kunagi varem, hoolimata erinevate riikide poliitilisest kontekstist (*ibid.*). Kusjuures *Brand Finance*⁷ poolt globaalse pehme jõu indeksi (*Global Soft Power Index*) värskeim, 2021. aasta sügisel läbi viidud uuring ei sisalda nende pingereas suuri erinevusi. Esikolmikusse kuuluvad USA, ÜK ja Saksamaa. Eesti positsioon 120 riigist koosnevas edetabelis on kukkunud 91. kohale (Brand Finance 2022).

Kearn (2011) arvab, et pehmet jõudu leidub absoluutselt kõikjal, kuid tuleb arvestada, et selle mõju ja nähtavad tulemused võivad võtta aastaid (Kearn 2011:65, 70). Kuna internetiajastu saabumisega lasuvad pehme jõu ressursid paljuski väljaspool valitsuste kontrolli, sõltub nende mõju sihtriigi kodanike heakskiidust (Nye 2004:99). Seega kiiret lahendust vajavate riikidevaheliste konfliktide korral ei ole pehme jõu rakendamine asjakohane. Küll aga aitavad pehme jõu võtted kaasa kaugematele eesmärkidele, ennetada konflikte ja erimeelsusi tuleviku perspektiivis. Kui aga sootuks ignoreerida pehme jõu võtteid poliitikas, võib see kalliks maksma minna, sest üha võrgustuvas maailmas oma seiskohtade eest seismine ja maine hoidmine on salarelv jätkuvalt ka suurriikidele, rääkimata väikeriikidest.

⁷ *Brand Finance* (ÜK) on maailma juhtiv sõltumatu brändi hindamise ja strateegia konsultatsioonifirma.

1.3. Kultuuridiplomaatia olemus

Ameerika politoloog Milton C. Cummings (2003) määratleb kultuuridiplomaatiat kui „ideede, informatsiooni, kunsti ja teiste kultuurivormide vahetust erinevate rahvaste vahel, et edendada vastastikust mõistmist“ (Cummings 2003:1). Kultuur 2030 arengukava kohaselt on „kultuuridiplomaatia diplomaatia osa, mille kaudu luuakse, hoitakse ja arendatakse rahvusvahelisi suhteid teiste riikide, rahvusvaheliste organisatsioonide ja strateegiliselt oluliste rahvusvaheliste partneritega kultuuri kaudu“ (Kultuuriministeerium 2021a:21). Veelgi detailsemalt on kirjeldanud kultuuridiplomaatia tähendust Triin Tark (2017): „Kultuuridiplomaatia all mõistetakse kõige laiemas tähenduses ühe riigi mõju suurendamist teises riigis selliste meetmete kaudu, mis ei toimi otsese poliitilise, majandusliku või militaarse kommunikatsiooni kaudu, vaid on pigem suunatud teise riigi laiema avalikkuse mõjutamisele eelkõige erinevate kultuurialaste tegevuste kaudu“ (Tark 2017:446). Selle käsituse kohaselt seondub kultuuridiplomaatia otseselt pehme jõu ideega.

Kanada ettevõtja, ÜRO hea tahte saadik Mosi Dorbayani (2019) lisab juurde poliitilise nüansi ja defineerib: „Kultuuridiplomaatia on dialoogi algatamise kunst ideede ja loomingu vahetamise kaudu, et pehendada poliitilisi erimeelsusi ja sõjalisi konflikte – kunst, mis tugevdab vastastikust mõistmist, soodustab sotsiaal-majanduslikku koostööd ja sidemeid nii piirkondlike kui ka riiklike huvide edendamiseks“ (Dorbayani 2019:21). Dorbayani meelest on kultuuridiplomaatia peamiseim ülesanne edendada vastastikust mõistmist. Kultuuril on potentsiaali mõjutada globaalset diplomaatiat. Nagu oleme kogenud, ei toimi sõjaline lahendus – dialoog ja diplomaatia on ainsad, mis garanteerivad kestva rahu (*ibid.*:15,22). See tähendab, et kultuuridiplomaatia roll on panustada riigi mõjusfääri suurendamisse, luues ja hoides suhteid kultuuri kaudu, et vältida erimeelsusi ja riikidevahelisi konflikte.

Vahel kasutatakse kultuuridiplomaatia puhul ka terminit „väliskultuuripoliitika“. Robert Łoś (2017) Łódži ülikoolist Poolas on öelnud, et „väliskultuuripoliitika eesmärk on levitada keeleõpet välismaal ja kujundada riigi kuvandit“ (Łoś 2017: 129). Diplomaat Kairi Leivo (2003) väidab, et „väliskultuuripoliitika toetab riigi välispoliitika eesmarke ja prioriteete“ (Leivo 2003:73). On oluline mõista, et kultuuridiplomaatia ei tähenda pelgalt kunsti ja kultuuri tutvustamist välismaal, vaid selle tähendus on märksa laiem. Kaasaegne kultuuridiplomaatia tegeleb demokraatia ja inimõiguste arendamisega, riigi ja rahva väärtushinnangute ja teiste rahvuslike eneseväljendusvormide tutvustamisega võõrsil (*ibid.*).

Dorbayani (2019) toob siinjuures välja kuus teemaliini, mille mõistmist saab kultuuridiplomaatia hõlbustada ja kiirendada. Nendeks on ülemaailmne kultuuridevaheline diskursus ja dialoog, õiglus, koostöö ja mõistmine, inimõiguste tagamine ja rahu maailmas. (Dorbayani 2019:22-23) Kultuuril on omadus sõnumeid levitada ja inimesi liita, mis võimaldab omi väärtusi teistega jagada.

Kultuuridiplomaatias on kasutusel rohkelt vahendeid, kuidas soovitud auditooriumini jõuda. Maailmapoliitika Instituudi (*The Institute of World Politics*) asutaja ja president John Lenczowski (2009:82-87) on toonud välja valiku kultuuridiplomaatia tööriistadest, milleks on:

- kogemust loovad väljendused, etenduskunstid (teater, film, muusika, kunst, skulptuur, arhitektuur, näitus, kirjandus);
- õppe- ja vahetusprogrammid, seminarid, konverentsid, keeleõpe;
- raadio- ja telesaated välismaal (nt Ameerika Hääled, Raadio Vaba Euroopa);
- oma ideede propageerimine (õigusriik, poliitiline ja majanduslik vabadus jne).

Lenczowski (2009) lisab siia nimistusse ka nt kingitused, mis on selge märk läbimõeldusest ja hoolimisest teiste vastu, mille psühholoogilised ja poliitilised mõjud võivad olla pikaajalised. Samuti austus ja teiste inimest kuulamine, mis on diplomaatia ilmsed vahendid. Läbi kultuuridiplomaatia saab jutustada oma ajalugu, et kaitsta rahvuslikke huve. Siia kuulub ka sotsiaalpoliitika edendamine, nt võrdse kohtlemise temaatika läbi näituseprogrammide. Keskne element rahvusvahelistes suhetes ja välispoliitikas on olnud ka religioonil (*religious diplomacy*). (*ibid.*)

Kultuuridiplomaatia toimib vastastikusel koostööl. Globaalses poliitikas on vaja riikidevahelist rahumeelset läbisaamist, usaldusväärset ja üksteist mõistvat keskkonda. Kultuuridiplomaatia saab siinkohal vastastikust usaldust luua ja edendada, otsida ühiseid väärtusi (Łoś 2017:127). Veelgi enam, riigi tutvustamine kultuuri, kunsti ja teaduse kaudu kujundab riigi positiivset kuvandit (Łoś 2017:128; Cummings 2003:1), mis toimib kokkuvõttes usalduskrediidina. Kaasaegne kultuuridiplomaatia toetab oma tegevustega ka teisi sektoreid, nagu majandus, turism, haridus, teadus ning tehnoloogia, samamoodi on ta pinnaseks uute sotsiaalsete algatuste sünnile (Łoś 2017:129,131).

Sageli räägitakse rahvusvahelises kultuurikoostöös kultuurivahetusest (*cultural exchange*), mis tähendab jagada oma ideid ja teadmisi teistest kultuuridest tulevate inimestega. O'Regan (2004) on öelnud, et kultuurivahetuse all mõeldakse kultuuritoodete ringlust erinevate sotsiaal-kultuuriliste ühenduste vahel (O'Regan 2004:263). Kultuur 2030 arengukavas kirjeldatule on „kultuurivahetus kahe-suunaline protsess, mille kaudu tutvustatakse ja levitatakse eesti kultuuri väljaspool Eestit, suurendades seeläbi Eesti nähtavust ja positiivset kuvandit. Kultuurivahetus eeldab ka teise osapoole olemasolu ja kultuuri tutvustamise võimaldamist meie kultuuriruumis. Siia alla kuulub ka kaastootmine, kaaskorraldamine jms“ (Kultuuriministeerium 2021a:22). Kultuurivahetus välisriikidega toimub paljudes valdkondades. ÜK välis- ja julgeolekuekspert Rachel Briggs on öelnud, et „kultuurivahetus annab meile võimaluse hinnata ühisosasid ning erinevuste korral mõista nende aluseks olevaid motiive ja inimlikkust“ (viidatud: Dorbayani 2019:4). Kultuurivahetus teenib kultuuridiplomaatia huve, kuid eeldab valmisolekut tutvuda teise riigi kultuuriga, et saavutada ulatuslikum teineteisemõistmine.

Ajaloolased, kes on uurinud kultuurivahetusega seonduvat, keskenduvad 1950-60ndatele aastatele, mil kultuuridiplomaatiat rakendati valdavalt riiklikul tasandil. Seda eelkõige peale 1958. aastat, mil sõlmiti Lacy-Zarubini kokkulepe⁸ USA ja Nõukogude Liidu vahel. 1970ndatel ja hiljem hakkas kultuurivahetus toimuma pigem inimeste isiklike võrgustike ja suhtluste kaudu (Mikkonen, Scott-Smith *et al.* 2019:193).

USA välisministeeriumi diplomaadi, avaliku- ja kultuuridiplomaatia praktiku Richard T. Arndt'i (2005) sõnul arenevad kultuurisuhted riikide vahel loomulikult ja orgaaniliselt, ka ilma valitsuse vahele sekkumiseta. Nendeks on igapäevased nähtused nagu kaubandustehingud ja turism, üliõpilasvahetus, kommunikatsioon, raamatute ringlus, migratsioon, juurdepääs meediale, ka rahvusvahelised kooselud ning miljonid igapäevased kultuuridevahelised kohtumised (Arndt 2005:xviii). Dorbayani (2019) sekundeerib, et kultuuridiplomaatiat praktiseerivad üleüldine avalikkus, erasektor, kodanikuühiskond (Dorbayani 2019:21). Kui see sellisena pädeb, siis Arndti (2005) arvates saab kultuuridiplomaatia toimida kui riigi teenistuses olevad diplomaadid kujundavad ja suunavad seda loomulikku toimivat voolu riigi huvide edendamiseks (Arndt 2005:xviii). See tähendab, et kultuuriesindaja töö välisriigis on juba olemasolevale tegevusele riigi „sildi“ külge panemine, kasutades seda riigi huvide hüvanguks parimal võimalikul moel.

⁸ William S. B. Lacy (Ida-Lääne eriasistent USA-s) ja Georgy Zarubini (Nõukogude Liidu suursaadik USA-s) vahel sõlmitud leping, mis võimaldas kultuuri-, haridus- ja teadusvahetust USA ja Nõukogude Liidu vahel.

USA on edukalt kasutanud kultuuridiplomaatia võtteid välispoliitika võtmeinstrumentidena juba külma sõja ajal. Näiteks Clevelandi orkestri kontsertreis Nõukogude Liitu 1965. aastal on toodud välja kui üht kultuuridiplomaatia eredamat näidet. Ajaleht *The Time* nimetas seda tollal „üheks suurimaks eduks kultuurivahetuse ajaloos“ (Mikkonen, Suutari 2016:69). Samamoodi tegutses ka Nõukogude Liit, kes nimetas maailmakuulsat pianisti Sviatoslav Richterit „kultuuri sputnikuks“. Richter andis kontserte USA-s 1960. aastal, mille eesmärk oli luua positiivset kuvandit Nõukogude Liidust sealsele publikule. (*ibid*: 86) Küll aga on USA professor ja diplomaat Cynthia P. Schneider (2005) öelnud, et ükski kultuuridiplomaatia, kui tahes oskuslikult see ka poleks rakendatud, ei suuda võita tagasi teiste arvamust oma riigi poliitikate suhtes, mis on tugevalt pahaks pandud ja põlatud. Kuid läbi jõulise kultuuridiplomaatia saab toetada ja tutvustada riigi praeguseid väärtusi ja ideaale. (Schneider 2005:163)

Teaduskirjanduses on palju pööratud tähelepanu pehme jõu ja kultuuridiplomaatia teoreetilisele käsitlemisele, aga vähem leidub informatsiooni, mis annaksid teavet selle kohta, kuidas praktikas neid termineid rakendatakse, eriti väikeriikide puhul. Nisbett (2016) on kinnitanud, et „teaduslikud debatid neis valdkondades jäävadki suures osas teoreetiliste arutelude tasemele, kus ei pöörata kuigivõrd tähelepanu sellele, kuidas riigid ja valitsused pehmet jõudu ja kultuuridiplomaatiat reaalses elus praktiseerivad“ (Nisbett 2016:19). Nisbett (2016) tugineb ÜK kogemusele ja ütleb, et tänapäeval on pehme jõud palju „turisõbralikum“ – internetiajastu kasv, reisimine, kultuuri paljusus – need kõik lihtsustavad pehme jõu ja kultuuridiplomaatia eesmärkide saavutamist. Pehme jõud on muutunud ka oluliseks teguriks tõstes riigi suutlikkust teenida tulu ja suurendada oma jõukust. (*ibid.*)

1.3.1. Kultuuridiplomaatia ajalooline taust

Kõige esimesed kultuuriinstituudid väljaspool koduriiki loodi Prantsusmaa poolt 19. sajandi teisel poolel, et kultuuri ja keeleõppe abil hoida sidet teiste samakeelsete aladega ning ühtlasi suurendada oma mõjusfääri. Paljude esindustega Briti Nõukogu loodi 1934. aastal ja töötab hetkel enam kui 100 riigis, eesmärgiga luua kontakte, juurutada vastastikust mõistmist ja usaldust muu maailma kodanikega läbi kunsti, kultuuri, hariduse ja inglise keele (British Council 2022). Ulatusliku võrgustikuga kultuuriinstituudid on veel Goethe (Saksamaa),

Ungari, Rootsi ja Soome instituudid, Taani Kultuuri Instituut, Hiina Konfutsiuse Instituut, Austria Kultuurifoorum, kui välja tuua vaid mõned.

Kultuuriteooriate professor Gregory Paschalidis (2009) on lähemalt analüüsinud kultuuriinstituutide kujunemislugu ja jagab nende ajaloolise vaate nelja ajajärku. Esimest perioodi 1870ndatest kuni 1914. aastani nimetab ta kultuurinatsionalismiks (*cultural nationalism*). Paschalidis (2019) ütleb, et riigi roll väliskultuuripoliitikas oli tollal marginaalne ning initsiatiiv ja rahastus tulid pigem üksikisikutelt. Nii Itaalia kui Saksamaal oli märkimisväärne väljarändest tingitud väliskogukond, mistõttu tekkisid esimesed ühingud just väliskogukondade juurde, eesmärgiga pakkuda tuge koolidele, raamatukogudele, et säiliks emakeel ja et ei unustataks oma kultuurilist identiteeti väljaspool rahvusriigi piire. Prantsusmaa aga suunas oma väliskultuuripoliitikat peamiselt konkurentsile ÜK-ga, et saavutada nii poliitiline kui majanduslik ülemvõim Lähis-Idas. Nii asutasid prantslased *Alliance Française* 1883. aastal (tegutseb siiani) ja *Mission laïque français* aastal 1902. Paschalidis (2009) selgitab, et mõlema eesmärk oli propageerida prantsuse keelt ja kultuuri sealsetes kolooniates. Sellest lähtuvalt oli Euroopa suurriikide väljapoole suunatud kultuurialane tegevus ajendatud peamiselt geopoliitilisest rivaalitemisest ning soovist säilitada oma rahvuslus väliskogukondade seas. (Paschalidis 2009:277-278)

Teisel, kultuuripropaganda ajajärgul 1914-1945 edendati uut teadlikkust kultuuri potentsiaalset viia ellu välispoliitikat. Paschalidise (2009) sõnul oli see rahvusvahelise suunitlusega propaganda, mida kasutati metoodiliselt suure sõja ajal. Peamiselt arenes propaganda peale esimest maailmasõda, mis tõstis ka sõjajärgset diplomaatilist aktiivsust. Riik algatas, haldas ja rahastas väliskultuuripoliitikat. Sel ajal algas rahvusvaheliste kultuuriinstitutsioonide väljaarendamine, mis said suurriikide ametliku väliskultuuripoliitika lahutamatuks osaks. Paschalidis kirjeldab, et instituudid olid tavaliselt välisministeeriumi kontrolli all. Lisaks kasutati propaganda võtteid ka Berliini olümpiamängudel 1936. aastal ning Pariisi EXPO-l 1937. aastal, eriti Nõukogude Liidu ja Saksamaa poolt. (*ibid.*:279-280)

Kolmandat, külma sõja aegset kultuuridiplomaatia perioodi 1945-1989 võis mitmes mõttes pidada ka kultuurisõjaks. Paschalidis (2019) annab ülevaate, et kui sõdadevahelisel ajal toimus nii-öelda kultuuri politiseerimine, siis alates 1945. aastast muutus kultuur ideoloogia sünonüümiks. Sadade USA ja Nõukogude Liidu kultuurikeskuste ja raamatukogude peamine eesmärk oli võita inimeste südameid piirkondades ja regioonides, kuhu kahe supervõimu kontroll ei ulatunud. Impeeriumide lagunemise ajastul kasutati väliskultuuripoliitikat laialdaselt majanduse säilitamiseks või edendamiseks suurlinnade ja endiste koloniaalriikide vahel, pakkudes alternatiivset uut integratsioonistruktuuri, on Paschalidis (2019) välja toonud.

Briti Nõukogu tegevus, aga ka USA, Saksa ja Prantsuse kultuuriinstituutide laienemine lõuna poole järgisid täpselt seda mustrit. Robert Phillipsoni (1994) sõnul ei ole USA ega ÜK kunagi varem propageerinud inglise keele õpet maailmas sellises mahus nagu alates 1970. aastatest. (*ibid.*:282-283)

Neljandat perioodi nimetab Paschalidis (2009) kultuurikapitalismiks. Külma sõja lõpp ja geopoliitilised muutused Ida-Euroopas avaldasid siis mõju ka kultuurisuhetele. Kuni 1989. aasta epohhiloovate sündmusteni olid väliskultuuripoliitika instrumendid suurriikide – ÜK, Prantsusmaa, Saksamaa, Itaalia, USA ja Nõukogude Liidu – eesõigus, kuid 1990ndate alguses hakkasid ka taasiseseisvunud riigid kultuuridiplomaatiat kasutama enda väljendamiseks. Paschalidis (2009) toob välja riigid, kes mõne aasta jooksul panid aluse oma kultuuriinstituutidele, kelleks olid Eesti, Leedu, Ungari, Poola, Slovakkia, Rumeenia, Bulgaaria ja Tšehhi, omades esindusi peamiselt Lääne-Euroopa pealinnades ja naaberriikides. Kultuurikapitalismi ajajärgul, nii nagu ka nimetus ütleb, hakkas kultuurivaldkond pöörduma kasumi suurendamise, majandusliku ja pragmaatilise mõtlemise suunas. (*ibid.*:283-284)

Kui vaadata kultuuriesindajate⁹ ülesanded, siis need on mitmekülgsed. Feigenbaumi (2001) järgi hõlmab nende igapäevatöö erinevate vahetusprogrammide koordineerimist, suhtlust oma riigi artistide, muusikute, näitlejate, kirjanike jt kultuuris osalejatega, samuti sihtriigi partneritega. Lisaks peavad kultuuriesindajad olema asjatundjad nii kirjanduses, ajaloos, teaduses, muusikas. Feigenbaum (2001) soovitab oma ülevaates sellesse ametisse määrata nii-öelda silmapaistvaid inimesi kultuurivaldkonna seest, sest teatud reputatsioon võib avada rohkem uksi kui pelgalt ametniku staatus seda suudaks. (Feigenbaum 2001:40)

Arndt (2005) kirjeldab oma pikaagset karjääri kultuuridiplomaadina: „Vaikselt, nähtamatult ja kaudsil viisil koos teiste kolleegidega saatsime mööda pika elu, et esindada Ameerika haridust ja intellekti, kunsti ja mõtlemist, Ameerikat puudutavate ideede seadmist sügavamatesse kontekstidesse, aidata teistel mõista USA demokraatia toimimist, võideldes ameerikavastasusega, ühendades USA ja välismaa kolleege, aidates parimatel ameeriklastel õppida mujal riikides ning võõrustada välistudengeid USA ülikoolides /.../“ (Arndt 2005:x).

Gienow-Hecht ja Donfried (2010) on pühendanud eraldi väljaande Ida-Euroopa, Aasia ja Lähis-Ida regioonide kultuuridiplomaatialle, kus täheldatakse, et riikidevaheline kultuurisuhtlus erineb tänapäeval üksteisest regiooniti. See võib sõltuda riikide ajaloolisest

⁹ Kasutusel ka terminid kultuuridiplomaat ja kultuuriatašee (*cultural attaché*).

taustast kui ka inimeste kultuurilisest mõtlemisviisist. Sama mõtet toetab ka Kairi Leivo (2003), kes väidab, et „praktikas on sisuline tegevus riigiti väga erinev, nagu seda kajastavad väljendidki: Saksamaal on kasutusel mõiste *auswärtige Kulturpolitik*, ÜK-s *foreign cultural diplomacy*, Prantsusmaal *la politique culturelle extérieure*“ (Leivo 2003:73). EL ametlikus terminoloogias kasutatakse aga terminit „välised kultuurisuhted“ (*external cultural relations*) (Isar 2015:494).

Kokkuvõttes on üldise ajaloolise tausta teadmine abistavaks meetmeks, et mõista paremini kultuuridiplomaatias toimuvat. EL võttis kultuurivaldkonna teadlikumalt oma päevakorda kultuurikapitalismi perioodi alguses.

1.3.2. Euroopa Liidu roll kultuurisektoris

EL-i seotus kultuuri integratsiooniprotsessiga algas 1992. aastal Maastrichti lepinguga,¹⁰ mis soodustas liikmesriikide väliskultuuripoliitika ulatust. 1994. aastal loodi Euroopa kultuurikeskuste võrgustik (ENCC, *European Network of Cultural Centres*), et edendada dialoogi ja koostööd kultuurikeskuste vahel Euroopas. Praegu omavad kõik EL-i 27 liikmesriiki kultuuriinstitiutide võrgustikke või kultuuriesindajaid välismaal. See on valdkond, kus kunagi domineeris Euroopas vaid „suur nelik“ – Prantsusmaa, ÜK, Saksamaa ja Itaalia (Paschalidis 2009:284).

Oluline muudatus toimus 2006. aastal, mil loodi EL-i strateegiline partner kultuurikoostöö vallas EUNIC (*European Union National Institutes for Culture*)¹¹. Üsna hiljuti 2020. aastal loodi lisaks sellele veel kultuurisuhete platvorm (*The Cultural Relations Platform*), et pakkuda rahvusvahelistele kultuurisuhetele poliitilist tuge, toetada koostööd kultuuri- ja loomesektorite vahel ning tugevdada kultuurikorraldajate kogukondi ja võrgustikke (Cultural Relations Platform 2022). Liikmesriikide poolt vaadatuna annab EL raamistiku, toetab ja propageerib kultuurikoostööd, kuid reaalne tegevus jääb liikmesriikide pädevusse.

Simon Schunz (2018) on uurinud lähemalt EL-i kui toimijat kultuurisektoris. Schunz (2018) väidab, et EL on jõudsalt astunud samme kultuurikoostöö edendamiseks integreerides kultuuripoliitika eesmärgid ka teistesse EL välissuhete valdkondadesse, nagu välismajandus ja arengukoostöö (Schunz 2018:183). Kultuuri dimensioon toodi tugevalt sisse EL-i üldisesse

¹⁰ Tuntud ka kui Euroopa Liidu leping.

¹¹ EUNIC on EL rahvuslike kultuuriinstitiutide võrgustik ja platvorm teadmiste jagamiseks ning võimekuse suurendamiseks oma liikmete ja partnerite vahel. Võrgustikku kuulub 34 kultuuriinstitiuti kõikidest EL riikidest ja assotsieerunud riikidest (EUNIC Global 2022).

välis- ja julgeolekustrateegiasse 2016. aastal ning samal aastal loodi EL rahvusvaheliste kultuurisuhete strateegia, millega asetatakse kultuur ELi rahvusvaheliste suhete keskmesse (Euroopa Komisjon 2016a).

Tollane EL-i kõrge esindaja Federica Mogherini (2016) sõnas: „Kultuur peab olema meie välispoliitika lahutamatu osa. Kultuur on võimas vahend sildade loomiseks inimeste, eelkõige noorte vahel ja vastastikuse mõistmise tugevdamiseks. Kultuur võib olla ka majandusliku ja sotsiaalse arengu vedavaks jõuks. Seistes silmitsi ühiste probleemidega, saab kultuur aidata meil kõigil Euroopas, Aafrikas, Lähis-Idas, Aasias seista üheskoos võitluses radikaliseerumise vastu ning luua arenenud ühiskondade liit nende vastu, kes püüavad meid lõhestada. Seepärast peab kultuuridiplomaatia olema meie ja tänase maailma suhete keskmes” (Euroopa Komisjon 2016b). Siit nähtub, et järjest enam on Euroopa tasandil kultuuridiplomaatialle suuremat tähelepanu hakatud pöörama. Seda tõestavad ka suurenenud rahalised vahendid kultuurivaldkonna toetusprogrammides uuel eelarveperioodil 2021-2027.

Euroopa Komisjoni (EK) hariduse ja kultuuri direktoraadi (*Directorate-General for Education and Culture*) eesmärgiks on aidata kultuuri- ja loomesektoril ära kasutada digiajastu võimalusi, toetada kultuuri- ja meediatööstust, aidata kaasa jätkusuutlikule majanduskasvule, töökohtade loomisele ja sotsiaalsele ühtekuuluvusele. Lisaks sellele on direktoraadi prioriteediks toetada Euroopa kultuuri- ja meediasektori juurdepääsu uutele rahvusvahelistele turgudele, sihtrühmadele ja võimalustele (Euroopa Komisjon 2022). Selle toetamiseks on loodud Loov Euroopa toetusprogramm ning algatatud Euroopa kultuuripealinnade ja Euroopa kultuuripärandi aasta traditsioon.

See, et kultuuri osatähtsus EL-is on tõusnud, rõhutab ka Yudhishtir Raj Isar (2015), kuid ta lisab, et erinevalt varasemast, kus kultuuridiplomaatiat arendasid välja vaid riikide valitsused, saavad uues EL tegevuskavas valitsusvälised osalejad ja kultuuriettevõtjad olema poliitiliselt järjest suurema võtmetähtsusega (Isar 2015:505).

1.4. Avalik diplomaatia ja bränding

Oluline on eristada avalikku diplomaatiat traditsioonilisest diplomaatiast. Berridge ja James (2003) defineerivad diplomaatiat kui „riikidevaheline suhtlus kodu- või välismaal asuvate diplomaatilise teenistuse ametnike või ajutiste diplomaatide kaudu“ (Berridge, James 2003:69-70). Qin (2020) ütleb, et „diplomaatia all mõistetakse välispoliitika elluviimist

kommunikatsiooni kaudu, kus välisministeerium on peamiseks elluviijaks ja vahendajaks“ (Qin 2020:165), rõhutades, et traditsiooniline diplomaatia toimub valitsuste vahelise suhtluse kaudu. Diplomaatiliste suhete raamistik on kindlaks määratud 1961. aastal vastu võetud Viini diplomaatiliste suhete konventsioonis.

Gurgu (2016) nimetab endist USA välis teenistuse ametnikku Edmund Gullioni avaliku diplomaatia mõiste alusepanijaks, tänu kellele ilmub see esimest korda teadusringkondadesse 1965. aastal (Gurgu 2016:126). USA välisministeerium nimetab avalikuks diplomaatiaks „valitsuse rahastatud programme, mille eesmärk on teavitada või mõjutada avalikku arvamust välismaal“ (Wolf, Rosen 2004:3).¹² Jowett ja O'Donnell (2011) ütlevad, et „USA avalik diplomaatia on suunatud teemadele, mis puudutavad riigi mainet ja usaldatavust maailmas“ (Jowett, O'Donnell 2011:312). Teisisõnu, avalikuks diplomaatiaks peetakse valitsuse kommunikatsiooni välisriigi arvamusi liidrite või kodanikega, samuti eraisikute ja institutsioonide kaudu toimuvat suhtlust teiste riikide kodanikega. USA avalik diplomaatia on tihedalt seotud välispoliitikaga (*ibid.*), kuid siinkohal on oluline järgida, et riigi välipoliitiliste eesmärkide teostamine avaliku diplomaatia ja mõjutuse kaudu eeldab ka sihtriigi poliitika, ühiskonna ja ajaloo mõistmist. Kokkuvõtvalt, peamine erinevus traditsioonilise ja avaliku diplomaatia vahel seisneb selles, et viimane eeldab koostööd valitsuste ja valitsusväliste inimeste ja organisatsioonide vahel.

Avaliku diplomaatia teostamiseks on hulgaliselt erinevaid viise. Lihtsustatult saab öelda, et protsess saab toimida läbi tegude, suhete, sõnade või ka visuaalsete piltide. Kasutada saab spetsiaalse suunitlusega kampaaniaid, igapäevast meediat, toimivad nii elektroonilised kanalid kui ka „päris“ sündmused läbi kultuuridiplomaatia. (Hayden 2012:3)

Joseph Nye (2004), kelle sõnul on avalik diplomaatia üks pehme jõu peamisi instrumente, toob välja kolm peamist tegevussuunda avalikus diplomaatias, mis kõik omakorda panustavad riigi maine kujundamisse (Nye 2004:107-109):

- igapäevane kommunikatsioon sise- ja välispoliitilise sündmuste ja otsuste kohta nii riigisisiselt kui ka rahvusvaheliselt. Suhtlus välismeediaga seondub otseselt pehme jõu kasutamisega, peegeldades riigi väärtusi ja seeläbi tõstes mainet;
- strateegiline kommunikatsioon, mis arendab riigi jaoks olulisi ja keskseid teemasid;
- pikaajaliste kontaktide loomine arendades kestvaid suhteid üksikisikutega läbi kultuurivahetuse, stipendiumide, konverentside, meedia jne kaudu.

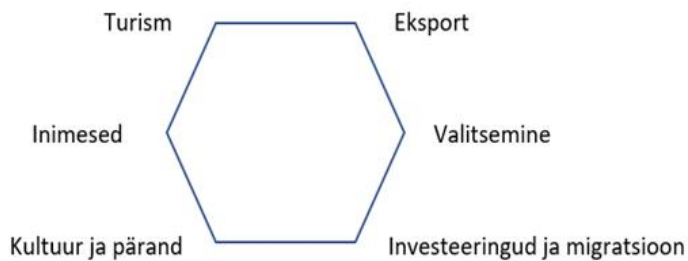
¹² Kuna avaliku diplomaatia termin ja teadlik kasutamine sai alguse USA-st, vaatab käesolev töö USA poolt pakutavat definitsiooni ja arusaama.

Kuna infoajastu on täis paljusid võimalusi mõjutada välisriike läbi veenmise, võimaldab see ka sõjaliselt nõrkadel riikidel olla mõjukad (Patalakh 2016:86). Avalik diplomaatia vajab oma rakendamiseks inimeste vahelist kommunikatsiooni. Eriti tõhus on meedia, mis ulatub laiaide inimmassideni. Tänapäeval on võimalik hõlpsasti jõuda paljude potentsiaalsete toetajateni vaid lihtsa Twitteri või Facebooki postitusega. Tuleb aga silmas pidada, et sama kiiresti levib ka desinformatsioon ja propaganda, mõjutades inimeste arusaamu eesmärgiga muuta nende maailmataju.

Diplomaat Humayun Kabir (2007) on toonud välja mõtte, et väikeriigid seisavad silmitsi mõningate väljakutsetega avaliku diplomaatia läbiviimisel, eriti suurriikide suunal, kes on neile strateegiliselt olulised, sest viimaste avalikkus teab väikeriigist vähem ja ei ole sedavõrd motiveeritud ning valmis väikeriikide kohta juurde õppima. Näiteks välismeedia tähelepanu võivad kõita vaid vähesed väikeriigi sündmused nagu poliitilised valimised, kriisid või katastroofid. Selles valguses pole üllatav, et väikeriigid keskenduvad oma lähiriikidele, püüdes suhteid arendada oma kogukondadega naaberriikides, püüdes samal ajal ressursse ühendada ja teha koostööd piirkondlikul tasandil. (viidatud: Iaydjiev 2013:46) Lisaks on oluline märkida, et avalikku diplomaatiat kasutatakse siinses kontekstis koondmõistena, mida väikeriigid kasutavad oma maine haldamiseks, siia alla kuuluvad ka riigi bränding, kultuuridiplomaatia, mida tuleb piiratud ressursside tingimustes hoolikalt suunata läbi tervikliku lähenemise.

Riigi brändingu (*nation branding*) kontseptsioon ilmus rahvusvahelisse kirjandusse 1990ndate lõpus, mis erinevalt avalikule diplomaatialle, saab alguse Euroopast. Termin esmakordne kasutaja on ÜK poliitikanõunik Simon Anholt. Anholti (2013) algne arusaam oli, et riigi (või ka linna, regiooni) renomee loomine toimib täpselt samamoodi nagu ettevõtete või toodete brändimise puhul, mis vajab pidevat progressi ja head juhtimist (Anholt 2013:6), kuid kümnekond aastat hiljem väidab ta, et riigi brändimist ei ole üldse olemaski (Anholt 2010b:1). Ta kirjeldab, et tänapäeva globaliseerivas maailmas, kus maailm on üks suur turg, konkureerivad riigid üksteisega toodete, teenuste, sündmuste, talentide, turistide, investeeringute ja veel paljude muude asjade kaudu (Anholt 2010b:3-4). Anholti (2007) loodud brändingu kuusnurka (Joonis 1) saab kasutada rahvusbrändi hindamiseks kuue muutuja lõikes: turism, eksport, inimesed, kultuur ja pärand, investeeringud ja migratsioon ning valitsemine.

Mudel on mõeldud riigi kaubamärgi kuvandi atraktiivsuse mõõtmiseks ja see näitab, kuidas tarbijad näevad kaubamärgi iseloomu ja isikupära.



Joonis 1: Riigi brändingu kuusnurk (Anholt 2007:26, autori tõlge)

Riigi bränding puudutab kogu riigi kuvandit rahvusvahelisel areenil ja see hõlmab nii poliitilisi, majanduslikke kui kultuurilisi aspekte (Fan 2010: 98). Eesmärk on tagada hea maine teiste riikide silmis. Kuigi riigi brändingul ei ole täpset ühest definitsiooni, pakub Fan (2010) välja järgmist: „Riigi brändimine on protsess, mille käigus luuakse, muudetakse, jälgitakse, hinnatakse ja juhitakse riigi kuvandit, selleks et tõsta reputatsiooni rahvusvahelise sihtpubliku ees“ (*ibid.*:101).

Avalikku diplomaatiat ja riigi brändimist on sügavuti uurinud György Szondi (2008) Leeds'i ülikoolist, kelle sõnul kasutatakse neid mõisteid tihti koos. Siiski, siin on silmatorkavaid erinevusi. Näiteks bränding on suunatud laiemale üldsusele, avalik diplomaatia seevastu kindlale välisriigi sihtrühmale (arvamusliidritele, poliitilisele- või kultuurieliidile). (Szondi 2008:13) Szondi (2008) on pakkunud erinevaid arusaamu, et mõista avaliku diplomaatia ja brändingu tähendust. Ühe lähenemise kohaselt tuleks riiki brändida nii, et see eristuks teistest riikidest, et kasvatada teadlikkust riigi kohta. Avalik diplomaatia seevastu üritab leida teiste riikidega ühiseid jooni. (*ibid.*:16-17)

Avalikku diplomaatiat võib tõlgendada ka kui turundajat, kes vastutab riigi hea kuvandi, brändimise ja selle juhtimise eest. Head tooted, teenused, kultuur, turism, investeeringud, tehnoloogia, haridus, ettevõtted, inimesed, poliitikad või erinevad sündmused võivad kõik kujundada riigi head mainet. Simon Anholt (2010a:10) on kirjutanud, et kui riigil on tõsine huvi oma rahvusvahelist kuvandit tõsta, siis tuleks keskenduda „toote arendusele“ ja nende „toodete“ efektiivsele ja professionaalsele turundamisele, mille läbi toimub riigi

brändimine. Ainult asjakohaste ideede, toodete ja poliitikate koordineeritud ja katkematu turundamine saab tõsta vastava riigi mainet (Anholt 2013:7). Näiteks Eesti puhul võib selleks „tooteks“ pidada e-teenuseid ja e-riiki. Hea mainega riigil omakorda on võimalik suurendada riigi ettevõtete atraktiivsust, suurendada turismi, toetada eksporti (Moilanen, Rainisto 2009:1).

Paljud riigid maailmas aga kannatavad imidžiga seotud probleemide käes, olgu need põhjustatud majanduslikest või sotsiaalsetest probleemidest. Maailma ees seisavad väljakutsed, nagu kliimamuutused, terrorism, sõjad, migratsioon, haigused, mis kõik tekitavad pingeid. Hoolimata ülemaailmsest globaliseerumisest, reisimisest, tehnoloogia arengust ja interneti võimalustest inimesi ühendada, on siiski suuri barjääre üksteise mõistmisel riikide ja kultuuride vahel. Näiteks arenguriigid kannatavad oma maine kasvatamise vähesel teadlikkuse pärast. Neil riikidel võivad küll olla kasutada pehme jõu vahendid, kuid neil puuduvad teadmised ja rahalised võimalused, kuidas seda teha. (Fan 2008:154) Piloni (2005) kohaselt erinevate riikide valitsused küll mõistavad vajadust rääkida oma riigi lugu rahvusvahelisele kuulajaskonnale, kuid seda tuleb teha läbimõeldult (viidatud: *ibid.*). Papp-Váry (2018) ütleb, et kuigi üle maailma on loodud organisatsioonid, kes tegelevad riigi brändi ülesehitusega, edukaid näiteid on siiski vähe (Papp-Váry 2018:8).

Näiteks Simon Anholt algatas 2014. aastal projekti *Good Country*,¹³ mille eesmärk on toetada riikidevahelist koostööd, et paremini toime tulla ülemaailmsete väljakutsetega, nagu kliimamuutused, vaesus, ränne, terrorism, mobiliseerides seejuures „ainukese planeedile jäänud superjõu“ – globaalse avaliku arvamuse. Anholti eesmärk on muuta viisi, kuidas riigid, linnad ja ettevõtted töötavad: „Riike ei tohiks enam hinnata üksnes nende endi kodanike edu järgi, vaid nende mõju järgi ülejäänud inimkonnale ja planeedile“ (London Speaker Bureau 2022).

Väikeriikide jaoks on riigi tuntus ja hea maine veelgi olulisem kui suurtele riikidele. Eesti välispoliitika 2030 arengukavas on kirjas, et „väikeriigi turvalisus, mõju ja osalus rahvusvahelises koostöös sõltuvad tema tuntusest ja mainest rohkem kui suurtel riikidel“ (Välisministeerium 2020:11).

¹³ *Good Country* indeksil on 7 kategooriat (teadus ja tehnoloogia, kultuur, rahu ja julgeolek, maailmakord, planeet ja kliima, heaolu ja võrdsus ning tervis), millel igalühel on oma kindlad indikaatorid, et mõõta riigi globaalset panust vastavas kategoorias. *Good Country* kontekstis sõna "hea" (*good*) tähendab "isekas" (*selfish*), mitte "halva" (*bad*) vastand. (The Good Country 2022) <https://www.goodcountry.org/index/source-data/> (vaadatud 15.02.2022)

Leonard ja Small (2003:1) on öelnud, et suured riigid kasutavad avaliku diplomaatia ja pehme jõu võtteid imidži või brändingu muutmiseks. Väikeriigid aga panustavad tähelepanu saavutamisse rahvusvahelises mastaabis. Mõistagi on väikeriikidel vähem ressursse, et koguda, analüüsida, hinnata andmeid ja töötada välja seisukohti. Kuid seda on võimalik kompenseerida luues koostöövõrgustikke teiste ühiste huvidega riikidega (Dookeran, Mohan 2019:71). Nii võib olla ühtekuuluvatel riikide rühmadel oluline mõju. Kuid iga väikeriik saab ka ise aktiivselt oma tugevaid külgi üles näidata. Sulg ja Crandall (2019) toetavad mõtet, et on siiski valdkondi, kus väikeriigid saavad eraldiseisvana julgelt oma tugevusi näidata, tõstes nii oma rahvusvahelist mainet ja tuntust: „väikeriigid võiksid olla julgemad suhetes uute globaalsete partneritega madalama osatähtsusega välispoliitika valdkondade kujundamisel, nagu kaubandus, kultuur, majandus“ (Sulg, Crandall 2019:62).

Kokkuvõttes, avalikul diplomaatial, sh kultuuridiplomaatial kui pehme jõu instrumentidel on omadused, et kasvatada oma mõjujõudu teiste riikide ja inimeste silmis. Läbi kultuuridiplomaatia saab lähendada rahvaid, aidata luua uusi sidemeid. Pehme jõu võtted pakuvad väikeriigile väärtuslikke mehhanisme, et kompenseerida oma väiksusest ja ressursside piiratusest tulenevaid puudusi. Avaliku diplomaatia eesmärk on kujundada avalikku arvamust välismaal. See omakorda mõjutab riigi mainet ja usaldust sõltuvalt kas positiivses või negatiivses suunas. Riigi maine ja kuvandi loomisega tegeleb otseselt riigi brändimine, selleks et tõsta reputatsiooni rahvusvahelise sihtpubliku ees. Kultuuridiplomaatia on kahtlemata osaline riigi maine kujundamisel.

Pehme jõu ja kultuuridiplomaatia võtted ei avaldu kohe, vaid töötavad tuleviku perspektiivis, pakkudes tuge välispoliitiliste eesmärkide saavutamiseks. Välispoliitika rakendamisel vajavad väikeriigid nutikaid strateegiaid eelistades mitmepoolseid koostööorganisatsioone, et avaldada mõju maailmapoliitikale ja seista oma huvide eest.

Käesolevaga pakub magistritöö autor välja hüpoteesi, et niisamuti nagu väikeriikide välispoliitika rakendamise puhul, vajatakse ka kultuuridiplomaatia teostamiseks koostöövõrgustikke, et kujundada riigi mainet ning teenida seeläbi Eesti huvisid parimal moel.

2. KULTUURIDIPLOMAATIA EESTIS

Eesti kultuuridiplomaatiat administreerib kultuuriministeerium, kuid kultuuriesindajad välismaal juhitud oma töös ka välisministeeriumi eesmärkidest. Mõlema ministeeriumi koostöö tulemusena on üles ehitatud Eesti kultuuriesindajate võrgustik, kuhu kuulub seitse kultuuriesindajat (mai 2022 seisuga).

Kõige esimesena loodi kultuuriesindaja ametikoht Eesti saatkonda Brüsselis 1997. aastal (algul Eesti Kultuurkapitali finantseerimisel, hiljem alates 2000. aastast kultuuriministeeriumi eelarve vahenditest), mis oli poliitiliselt oluline keskus, arvestades asjaolu, et Eesti pürgis EL liikmeks.

Peale põhjalikku analüüsi lähetati kultuuriesindaja ka Eesti saatkonda Berliinis 2003. aastal (Weidebaum 2004), põhjuseks toodi Eesti ja Saksamaa ajalooline side ning asjaolu, et Saksamaa koostööhuvi oli sedavõrd suur, et välisministeerium ja saatkond ei jõudnud enam olemasoleva töötajaskonnaga kultuurivaldkonda katta. Sealtmaalt hakati süsteemsemalt edasi arendama kultuuriesindajate võrgustikku. Lisaks nimetatud linnadele töötavad nüüdseks kultuuriesindajad Eesti saatkondades Londonis, Moskvast, Pariisis, Helsingis ja peakonsulaadis New Yorgis.¹⁴ Eesti välispoliitika arengukava 2030 kohaselt plaanitakse tulevikus tugevdada Eesti välisesindusi, sh erialaatašeede võrgustikku (kultuur, haridus, kaitse jm) (Välisministeerium 2020:38).

„Kultuuriesindajate ehk Eesti välisesindustes töötavate erialadiplomaatide peamiseks ülesandeks on eesti kultuuri tutvustamine asukohamaal ning kahe maa vaheliste kultuurisuhete edendamine ja hoidmine“ (Kultuuriministeerium 2021b). Kuid kultuurikoostöö toimub ka nende riikidega, kus kultuuriesindajaid ametis ei ole.¹⁵ Nendes esindustes täidab vajalikke kultuuriga seonduvaid ülesandeid diplomaat või saatkonna ametnik oma muude tööülesannete kõrvalt. Selleks, et neid esindusi kultuuritegevustes toetada, on välisministeeriumis tööle määratud eraldi ametnik – kultuuridiplomaatia ja loomemajanduse nõunik.

Käesolevalt on Eestil kultuurikoostöölepped enam kui 50 riigiga üle maailma, mis võimaldavad arendada kahepoolset koostööd välisriikide ja nende kultuuriasutustega (Kultuuriministeerium 2021c). Lisaks aitab kultuuriministeerium kaasa Eesti kultuuri

¹⁴ Seitsmest kuus kultuuriesindajat on diplomaadi staatuses ja ametis täiskohaga. Kultuuriesindaja Ameerika Ühendriikides aga on ainus mittediplomaatiliselt ametikohal töötav teenistuja, kes on palgatud sihtriigist kohapealt. Tema ametinimetuseks on kultuurireferent ning ta töötab osalise töökoormusega. Kõik nimetatud esindajad resideeruvad vastavas sihtriigis, välja arvatud kultuuriesindaja Venemaal, kes töötab Tallinnast.

¹⁵ Eestil on kokku 49 välisesindust üle maailma (Välisministeerium 2022).

rahvusvahelistumisele, Eesti tutvustamisele ja kõrgetasemeliste kultuurisündmuste korraldamisele välismaal toetusprogrammi „Eesti kultuur maailmas“ kaudu. Eesti riigi mainekujundust on juhitud läbi Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (endise nimega Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS)).

Eesti ühiskonna ja kultuuri kohta levitab teadmisi ka 1988. aastal loodud Eesti Instituut¹⁶ oma esindustega Soomes, Ungaris ja alates 2021. aastast Rootsis. Eesti Instituudi Soome büroo oli esimene Eesti kultuuriesindus välismaal, mis avati 1995. aastal. Sellele järgnes Ungari 1998. aastal, kus tõlgiti hulgaliselt eesti kirjandust, samuti tegutsesid aktiivselt Ungari-Eesti Selts ja mitme sealse ülikooli soome-ugri keeleosakonnad, mis andsid tõuke Eesti esinduse loomiseks Budapestis. (Eesti Instituut 2022) See tähendab, et kultuurikoostööd tihendatakse pigem riikidega, kus juba toimub reaalne tegevus. Varasemalt on Eesti Instituudi filiaalid tegutsenud ka Rootsis (1999–2011) ja Prantsusmaal (2001–2009) (Eesti Instituut 2022).

Eesti Instituudi juhatuse liige Mart Meri (2022) sõnastas: „Eesti Instituut on olnud oma tegevuses erandlik. Algusaastatel oli instituudi mõte olla alternatiivne kommunikatsioonikanal riiklike kanalite kõrval. Instituut hakkas toimima Vene võimu ajal ning kultuuri mõiste all sai ajada erinevaid asju, kuigi reaalsuses oli kultuur alguses tagaplaanil.“¹⁷ Heikki Rausmaa (2015) oma raamatus „Kultuuri sildi all saab üsna palju ära teha“ kirjutab põhjalikult Soome ja Eesti poliitilistest suhetest alates 1988. aastast kuni diplomaatiliste suhete sõlmimiseni 1991. aastal. Ta kirjeldab, et tollal Eesti loomeliitude kultuurinõukogus töötanud Lennart Meri idee oli asutada Eesti kultuuriruumile toetuv riigi rahastatav Eesti Instituut, et arendada Eesti kultuurisuhteid. Rausmaa (2015) kinnitab seal sama mõtet, et formaalselt puudutas koostöö kultuuri- ja haridussuhteid Soomega, kuid selle varjus oli plaanis luua ka poliitilist laadi välissuhteid (Rausmaa 2015:52). Mart Meri (2022) täiendas juurde: „Üks siht oli saata noori Eestist välja, et nii-öelda tekitada stipendiaate üle maailma, kellel oleks kohapeal võimekus Eestile kasulikke võrgustikke arendada. Peamiseks oli uute kommunikatsioonikanalite leidmine ja käigus hoidmine. Seda võib kaudselt kultuuridiplomaatiaks nimetada. Kogu sellest tegevusest kasvas hiljem välja uus Eesti välispoliitika ja „päris“ diplomaatia. Seega Eesti

¹⁶ Loomeliitude kultuurinõukogu ametlik otsus asutada Eesti Instituut võeti vastu 4. oktoobril 1988. aastal (Rausmaa 2015:53), kuid ametlik tegevusluba saadi 1989. aasta aprillis (Eesti Instituut 2022).

¹⁷ Tsitaat vestlusest Mart Meriga (3.03.2022)

Instituudi võrgustikus eksisteerisid „embrüonaalselt“ Eesti tulevased saatkonnad ja kui aeg oli sobiv, tulid need pinnale.“¹⁸

Täna sel päeval korraldab Eesti Instituut koolitusprogrammi „Kultuurisamm“, mis on suunatud Eestis elavatele välismaalastele, et aidata neil Eesti ühiskonda sisse elada ja igapäevaeluga kohaneda. Samuti korraldatakse üleilmset eesti keele nädalat KeelEST ning tegeletakse eesti keele ja kultuuri välisõppega. Eesti Instituut annab välja infotrukiseid ja ajakirja *Estonian Literary Magazine*, samuti vahendab kultuurikontakte olles ka EL rahvuslike kultuuriinstituutide koostöövõrgustiku EUNIC liige. (Eesti Instituut 2022) Olgugi, et praegu kodanikualgatusliku ühendusena tegutsev Eesti Instituut on oluline Eesti kultuuridiplomaatia teostaja, on info taustainfosse lisatud eelkõige ajaloolise sissevaate tõttu. Käesoleva magistritöö uurimus keskendub aga riiklikule kultuuridiplomaatiale.

Eesti kultuuridiplomaatia toetub oma tegevustes kultuuriministeeriumi Kultuur 2030 ning välisministeeriumi välispoliitika 2030 arengukavadele. Kultuur 2030-s öeldakse, et „suurendame Eesti kultuuri rahvusvahelist nähtavust ja kohalolu. Kultuuril on Eesti nähtavuse suurendamisel maailmas ja riigi välissuhtluses kandev roll. Rahvusvaheliste suhete ja kultuuridiplomaatia arendamisel teeme koostööd teiste valdkondade ja eri ministeeriumidega, sh kõrgetasemeliste välisvisiitide ja rahvusvaheliste esindusürituste puhul pöörame suurt tähelepanu Eesti kultuuri tutvustamisele ja kaasamisele. Panustame kontaktide loomisse ja hoidmisse Euroopa olulistel sihtturgudel ja regionaalses koostöös, aga ka väljaspool Euroopat. Eesti kultuuri rahvusvahelise potentsiaali ja võimaluste maksimaalset kasutamist toetab kohapealne esindatus, sh Eesti kulturiesindajate võrgustik“ (Kultuuriministeerium 2021a:18).

Sama arengukava kohaselt peetakse rahvusvahelistumise seisukohalt oluliseks osalemist EL rahastatud projektides (Loov Euroopa, Interreg, Horisont jt). See tähendab, et Eesti tähtsustab kultuuri- ja loomesektori rolli suurendamist välissuhtluses ja kultuuridiplomaatias, mis on ka Euroopa Komisjoni üks prioriteetidest (Kultuuriministeerium 2021a:6). Arengukavas on teadvustatud, et kultuur saab anda panuse riigi turvalisuse tagamise, riigikaitse ja demokraatia tugevdamisse. Kultuur on oluline osa positiivse väliskuvandi loomisest. (Kultuuriministeerium 2021a:18) Lisaks toob välispoliitika arengukava 2030 oma tegevustes välja: „/.../toetada Eesti rikkaliku vaimse ja füüsilise kultuuripärandiga riigi mainet ning kultuurivahetuse ja kultuuridiplomaatiaga välispoliitika eesmärkide saavutamist“ (Välisministeerium 2020:18).

¹⁸ Tsitaat vestlusest Mart Meriga (3.03.2022)

3. UURIMISMEETOD JA VALIM

Kolmas peatükk tutvustab ja põhjendab valitud uurimismeetodit ja valimit. Autor kirjeldab intervjuude läbiviimise korda ning toob välja nende kategooriad. Peatüki lõpus selgitab autor intervjuudes sisalduvate küsimuste valikuid.

Käesoleva töö probleemi kirjelduses püstitatud uurimisküsimustele vastamiseks viis autor läbi kvalitatiivse uuringu, mis annab kõige parimal moel tervikpilti uurimisobjektist. „Kvalitatiivsete uurimismeetoditega püütakse saada tervikpilti mingist nähtusest, mõista seda sügavuti ja mitmest eri vaatenurgast“ (Virkus 2010). Kuna kvalitatiivse uurimuse eesmärgiks on „saada terviklikku empiirilist andmestikku, mis hõlmaks ka kvalitatiivseid ja detaile iseloomustavaid seiku“ (Laherand 2008:21), siis selleks, et koguda materjali Eesti kultuuridiplomaatia toimimise kohta, ei ole otstarbekas esitleda andmeid arvuliselt (Lagerspetz 2021:123) ning seega on uurimismeetodiks valitud kvalitatiivne juhtumiuuring. Strömpli (2014) sõnul peitub juhtumiuuringu kõige olulisem tunnus selle uurimisüksuses, milleks on sotsiaalne nähtus selle terviklikkuses. Juhtumiuuringuga uuritakse kaasaegset nähtust sügavuti selle tegelikus kontekstis, kusjuures kontekstuaalsed tingimused uurimisnähtuse juures on väga asjakohased (Yin 2009:18). Käesoleva töö puhul on tegemist ühe-juhtumi-disainiga (Laherand 2008:77), kus uurimisüksuseks on Eesti kultuuridiplomaatia.

Valimisse kuuluvad kõik Eesti kultuuriesindajad välisriikides (kokku 7), kes töötavad Eesti välisesindustes Belgias, Saksamaal, Venemaal, Prantsusmaal, Soomes, Ühendkuningriigis ja Ameerika Ühendriikides. Vaid nendesse riikidesse on Eesti riik lähetanud kultuuriesindaja ning eelduste kohaselt toimub Eesti kultuuri tutvustav tegevus nendes riikides oluliselt suuremas mahus kui nendes, kus riigipoolset kultuuriesindajat ametis ei ole. Lisaks kultuuriesindajatele välisriikides on valimisse kaasatud ka välisministeerumi avaliku diplomaatia ja kultuurikoostöö osakonna esindaja, kes samuti tegeleb igapäevaselt Eesti kultuuridiplomaatiaga ja saab lisada uuringule välispoliitilist vaatenurka. Kõik nimetatud uuringus osalejad on Eesti kultuuridiplomaatia peamised teostajad praktikas.

Töö autor mõistab, et kultuuridiplomaatiat teostavad ka üksikisikud, kultuurivaldkonna arenduskeskused ja teised organisatsioonid, kuid käesolev töö keskendub peaaesjalikult riigi tasandil teostatud kultuuridiplomaatiale. Seetõttu ei kaasatud valimisse erasektori esindajaid ega organisatsioone eraldiseisvalt.

Magistritöö autor viis läbi poolstruktureeritud intervjuud, mis on käesoleva töö peamine andmekogumisviis. Võrreldes ankeetküsitlustega andsid intervjuud võimaluse suuremaks paindlikkuseks, kuna kultuuridiplomaatiat on vähe uuritud, eelkõige Eesti kontekstis. Samuti ei ole teemat haldavate ministeeriumide aastaaruanded avalikud, mistõttu oli autoril vastuste kulgu keeruline ette näha. Pealegi on kultuuridiplomaatia roll ja tegevuste maht riigiti erinev ning 2020. aastal puhkenud koroonapandeemia mõjutas riike erinevalt. Ka intervjuude arv (8) oli väike, mis oma mahu poolest võimaldas intervjuusid andmekogumismeetodina kasutada. Esitatavad küsimused olid avatud ja nõudsid pikki vastuseid. Intervjuud võimaldasid vastuseid vajadusel ka täpsustada.

Et paremini mõista Eesti kultuuridiplomaatia taustsüsteemi, kasutas autor lisaks intervjuudele ka sekundaarseid infoallikaid, nagu dokumente (nt kultuuriministeeriumi ja välisministeeriumi arengukavad) ja veebilehekülgede materjale.

Kokku toimus kaheksa intervjuud vahemikus 21.02–17.03.2022. Intervjueeritavate nimekiri on välja toodud käesoleva magistritöö Lisas 1. Kõik intervjuud on toimunud virtuaalses keskkonnas *BigBlueButton* ning kestnud ligikaudu üks tund. Kõik intervjuud on helisalvestatud ning seejärel lindistus transkribeeritud tervenisti sõna-sõnalt.

Intervjuude küsimused jagunesid viide peamisesse kategooriasse (Lisa 2), mis olid edaspidi aluseks empiirilise analüüsi koostamisel. Nendeks on:

- kultuuridiplomaatia olemus ja eesmärgid;
- rahvusvahelised kultuurisuhted ja välispoliitika;
- strateegia ja tegevused;
- koostöö teiste sektorite ja poliitikavaldkondadega;
- väljakutsed ning tulevikuvaade.

Intervjuude alguses autor tutvustas uuringu põhimõtteid ja eesmäärke, et luua intervjueeritavatega ühist arusaamist kultuuridiplomaatia olemusest ja eesmärkidest, kuna viimased võivad riigiti erineda, sõltudes mitmetest teguritest nagu vastastikune riikidevaheline kultuurihuvi või välispoliitiline olukord.

Kuna teooria pakub, et kultuuril on potentsiaali toetada välispoliitilisi eesmäärke, küsiti ekspertidelt kas ja kuidas on kultuuridiplomaatia ja välispoliitika omavahel seotud ehk kuidas avaldub kultuuridiplomaatia mõjusfäär, praegusel juhul Eesti kontekstis. Eeldusega, et

kultuurihuvi Eesti vastu ei saa olla igal pool ühesugune, küsiti kuidas erineval tasemel suhted mõjutavad kultuuridiplomaatilisi võtteid ja milliseid konkreetseid vahendeid kasutatakse eesti huvide ja välispoliitiliste eesmärkide saavutamiseks.

Järgmine küsimuste grupp puudutas strateegiat ning konkreetseid kultuuridiplomaatia tööriistu, mis annavad andmeid analüüsiks, kuidas kultuuridiplomaatia potentsiaali parimal viisil rakendada. Autor soovis teada saada, millest kultuuriesindajad lähtuvad oma töös ehk milline on nende strateegia ja tegevusplaan. Ka oli asjakohane uurida, kas Eesti kultuuridiplomaatiat saab võrrelda teiste riikide kultuuridiplomaatiaga, sest erinevused ja sarnasused võivad esile tuua nii positiivseid tegevusmustreid kui ka kitsaskohti Eesti kultuuridiplomaatias. Samuti oli oluline käsitleda kokkupuuteid teiste sektorite ja poliitikavaldkondadega (juhul kui neid on), et hinnata valdkondadevahelise koostöö tulemusi.

Viimases teemalõigus peatuti ettetulnud õppetundidel ja väljakutsetel (juhul kui neid on). Autor palus välja tuua mõned näited eredamate õnnestumiste ja ka ebaõnnestumiste kohta, sest need annavad mõista, millised kultuuridiplomaatilised võtted teenivad Eesti huvisid parimal moel. Niisamuti küsis autor uuritavatelt, kas kultuuridiplomaatia on aja jooksul muutunud, sest juhul kui on toimunud muutusi, võib see viidata taaskord uutele tõhusamatele meetoditele kultuuridiplomaatias. Uuriija soovis ka teada saada tulevikuplaanide kohta, sest need võivad esile tuua uusi ideid, kuidas edaspidi teostada hästitoimivat ja Eesti huve toetavat kultuuridiplomaatiat.

4. EMPIIRILINE MATERJAL, ANALÜÜS JA JÄRELDUSED

Käesolev peatükk on jaotatud viide alapeatükki, mis esitlevad ja analüüsivad intervjuude käigus kogutud andmeid peatükis 3 välja toodud kategooriate kaupa. Iga alapeatüki võtavad kokku autori järeldused.

4.1. Kultuuridiplomaatia olemus ja eesmärgid

Teooria kohaselt toimub traditsiooniline diplomaatia valitsustevahelise suhtluse kaudu, avalik diplomaatia aga eeldab suhtlust valitsuste ja välisriikide kodanike vahel. Intervjuude käigus kinnitasid kõik eksperdid, et diplomaatia on valdkond, kus erinevate vahendite abil üritatakse tutvustada oma mõtteviisi ja maailmanägemust teisele riigile, selleks et ehitada, hoida ja arendada vastastikuseid suhteid. Eesmärgiks on, et vastaspool võtab selle mõtteviisi omaks ja jagab seda. Samuti ollakse ühiselt veendunud, et kultuuridiplomaatia ja traditsiooniline diplomaatia on vägagi sarnased, sest igasuguse diplomaatia eesmärk on leida sõpru mujal maailmas ja luua kontakte, rõhutades samas, et kultuuridiplomaatia puhul tehakse seda kultuuri kaudu, millega leiab kokkupuuteid laiem auditoorium.

“Traditsiooniline diplomaatia on poliitikute ja kitsama ringkonna teema. See jääb pigem suletud ringi, samal ajal kui kultuuridiplomaatia kõnetab laiemaid masse, erinevate huvidega inimgrupe. Just kultuurisündmused, mida saatkond korraldab, saavad kõige suurema publiku arvu osaliseks. See tähendab, et sellel on teatud võim sõnumeid edastada” (respondent 8).

Veelgi enam, Szondi (2008) järgi on kultuurisündmuste puhul tegu riigi brändinguga, sest tegevused on suunatud peamiselt laiemale üldsusele, avalik diplomaatia aga on suunatud pigem kindlale välisriigi sihtrühmale (arvamusliidritele, poliitilisele- või kultuurieliidile).

Kultuuridiplomaatia eesmärk on võimaldada Eesti kultuuritegelastel, ükskõik mis valdkonnas (film, kunst, muusika vms), end tutvustada välismaal ja seeläbi ka oma riiki, kinnitas kultuuriesindaja Saksamaal:

„Eriti sellise väikeriigi jaoks nagu Eesti on enda tutvustamine ülimalt oluline, sest Eestist ei teata kuigi palju. Ma siiralt usun, et iga inimene, kelleni jõuab meie kultuur ja teadmine meist, on potentsiaalselt meie sõber ja kui kunagi peaks tekkima ohuolukord, siis igast sellisest inimesest on meile kasu, kes meid tunneb. See on julgeolekuküsimus. Kultuuridiplomaatia kaudu saab anda panuse, et me riigina eksisteerime, et kõik see, mis meil on, säiliks. Seetõttu ei saa kultuuridiplomaatiat sugugi alahinnata“ (respondent 2).

„Meie ülesanne on leida õiged partnerid Eestile, aidata kaasa, et Eesti kultuuritegelased ja organisatsioonid leiaksid kergemini tee välisturgudele. Ideaalis on nii, et aitame neid kontaktidega või üritusega, mille käigus tekivad kontaktid ja sealt edasi peaksid tipud omavahel suhtlema manageride ja agentide vahel“ (respondent 4).

Intervjuude käigus tuli ka välja, et nii julgeoleku kui ka majanduse ja ettevõtluse arendamise jaoks on vajalik, et Eestisse tekiks koostööprojektid ja investeeringud.

„Kultuur võimaldab ühispinda luua teiste riikidega, et tekiks positiivne foon laiemaks koostööks ja üksteisemõistmiseks“ (respondent 1).

Intervjuud kinnitasid Nisbetti (2016) arvamust, et pehme jõud, sh kultuuridiplomaatia on aja jooksul muutunud oluliseks teguriks tõstes riigi suutlikkust teenida tulu ja suurendada oma jõukust. Seega on väikeriigile enda tutvustamine misiganes vahenditega äärmiselt oluline ning tähtsat rolli mängivad ka isiklikud suhted – sümpaatia, usaldus – just sealt saavad alguse edukad koostööprojektid:

„Kõige olulisemad on inimestevahelised suhted. /.../ See, kuidas sa käitud, kuidas end väljendad, saab määravaks, eriti sakslaste puhul. Familiaarsus ei ole kombeks Saksamaal. Tuleb arvestada kohaliku kultuuri eripäraga ning kõik sõltub suuresti, kuidas sinu käitumis- ja kirjutamisstiil sobib“ (respondent 2).

On mõistetav, et partnerina tuleb alati olla usaldusväärne, korrektne, viisakas, sest igal vastuvõtul võib ootamatult leiduda suurepäraseid kontakte. Vahel aga võib juhtuda, et koostöö justkui sujub, kuid ei teki seda mõistmist või ühtekuuluvustunnet, mistõttu ei sünni sealt edasi midagi uut.

„ /.../ ühe ürituse võib korraldada, aga tulevikuks see progressi ei loo“ (respondent 2).

Selgus, et tegelikkuses tegeleb kultuuridiplomaatia suuresti teadlikkuse kasvatamise ja riigi kuvandi loomisega rahvusvahelise sihtpubliku ees ehk riigi brändinguga, mis ühildub Łoś (2017) ja Cummings (2003) poolt öeldule, et riigi tutvustamine kultuuri, kunsti ja teaduse kaudu kujundab riigi positiivset kuvandit, mis toimib kokkuvõttes usalduskrediidina.

„Näiteks kui välisriigi kodanik tuleb eestiteemalisele näitusele või kontserdile, võib tal tekkida huvi selle riigi vastu. Neid inimesi on olnud, kes sõidavad Eestisse peale seda kui nad on kuulnud Arvo Pärti või Paavo Järvit, sest neid hakkab see riik huvitama. Üks asi on kuulda uudistest mõnda Eesti poliitikut või presidenti rääkimas, aga kui saad osa selle riigi kultuurist, see on hoopis teistsugune lähenemine“ (respondent 2).

Kultuuridiplomaatia on olnud tõhusaim vahend nendes riikides kellega poliitilised suhted võivad olla vägagi pingelised. Näiteks aastate jooksul on toimunud arvukalt kultuurisündmusi Moskvas ja teistes Venemaa linnades, mis on ettekäändeks mõnele kohtumisele või ka regiooni minekuks, et pidada riikidevahelisi läbirääkimisi ja muid keerulisemaid küsimusi:

“Kultuuridiplomaatia on diplomaatia üks osa, mida enamik riike kasutab igapäevaselt, et kahepoolseid suhteid üles ehitada. Kultuuridiplomaatia ja traditsioonilise diplomaatia vahel ei ole selget piiri. Saatkond toimib tervikuna, kõik on Eesti riigi esindajad ja seisavad ühiste eesmärkide eest läbi oma valdkonna. Kultuuridiplomaatia on siin toetav valdkond “päris” poliitika jaoks. Näiteks kui mõne läbirääkimise kokkuleppimine on osutunud keeruliseks, siis üks võimalus, kuidas poliitilise lavvikuni jõuda, on korraldada informaalne kohtumine kultuuriürituse raames vastuvõtu näol. Venemaaga on suhted olnud pingelised läbi aegade. Nii on kultuuridiplomaatia ida suunal ülimalt oluline. See puudutab Euroopa Liitu tervikuna” (kirjeldas kultuuriesindaja Venemaal, respondent 3).¹⁹

Enamik respondente arvasid, et kui palju kultuuridiplomaatilised võtted otseselt aitavad kaasa majandusele, välis- ja julgeolekupoliitilistele eesmärkidele, on väga raske mõõta ja hinnata. Kultuuridiplomaatia tulemused ei ole koheselt nähtavad, see on pikaajaline protsess, sest kuvandi või brändi loomine võib kesta aastaid. Ülal mainitud Fani (2008) kõva ja pehme jõu

¹⁹ Intervjuu kultuuriesindajaga Venemaal toimus 22. veebruaril 2022 ehk vahetult enne seda kui Eesti katkestas riikliku kultuurikoostöö Venemaaga seoses puhkenud sõjaolukorraga Ukrainas alates 24. veebruarist 2022. Sellest tulenevalt ei rahastata järgneva kolme aasta jooksul enam ühtegi kultuurivaldkonna koostööprojekti Venemaaga (Kultuuriministeerium 2022).

võrdlusest nähtub, et vastupidiselt kõvale jõule, on pehme jõu tulemused kaudsed, pikaajalised ja viivitatud mõjuga. Praktikas eeldab see mitmete kultuuriürituste või kohtumiste jada, mis lõpuks sihile viib. Millist toetust need aga kaasa toovad mõnes poliitikavaldkonnas, näeb kuu, aasta või kahe pärast. Siinkohal respondendid mainisid, et tuleb arvestada ka asjaolu, et Eesti ei ole ainus, kes kultuuridiplomaatiat rakendab, konkurentsitingimustes võitlevad kõik riigid oma tähelepanu eest, eriti väikeriigid. See, et pehme jõu mõju ja nähtavad tulemused võivad võtta aastaid, ühtib ka Kearn (2011) tähelepanekutega. Praktikas illustreerib seda allolev näide:

„Aastal 2011 näitas Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus üles oma huvi, et saaks kontakti luua Brüsseli Kaasaegse Kunsti Keskusega Wiels. Wiels'il on rahvusvahelise kunstiresidentuuri programm, mille raames toimuvad tiptasemel näitused. Kontakti võtmisest Wiels'iga kuni resultaadini läks ühtekokku seitse aastat. Aastaks 2018 valis Wiels'i rahvusvaheline komisjon välja kaks Eesti kunstnikku oma residentuuriprogrammi. Kokkuvõttes, selleks kõigeks oli vaja esmalt huvi äratada ja huvi pidevalt toita (ka rahaliselt). Wielsi huvitas projekt ka seetõttu, et see oli Eesti poolt olulises osas kaasrahastatud, mis omakorda eeldas projekti kaitsmist peamajas kultuuriministeeriumis Tallinnas“ (respondent 1).

Kokkuvõttes respondendid andsid mõista, et traditsiooniline diplomaatia ja kultuuridiplomaatia on sarnased, ainult et viimases toimuvad tegevused kultuuri kaudu. Kultuuridiplomaatia eesmärk on võimaldada Eesti kultuuritegelastel end tutvustada välismaal. Läbi selle kasvatatakse teadlikkust ja luuakse riigi kuvandit rahvusvahelise sihtpubliku ees, see on Eesti riigi bränding. Kultuuridiplomaatia on olnud tõhusaim vahend eriti nendes riikides, kus poliitilised suhted on pingelised.

On oluline teada, et pehme jõu ja kultuuridiplomaatia võtted ei avaldu koheselt, vaid tulemused võivad ilmuda tuleviku perspektiivis. Kokkuvõttes kultuuridiplomaatia abil püütakse tekitada positiivset fooni laiemaks koostööks, kuid tulemusi majandusele, välis- ja julgeolekupoliitilistele eesmärkidele on üheselt raske mõõta. Kõige olulisemad on inimestevahelised suhted, neid luua ja hoida, tekitada usaldust.

4.2. Rahvusvahelised kultuurisuhted ja välispoliitika

Kultuuridiplomaatia saab kaasa aidata riigi välispoliitiliste eesmärkide saavutamisele, seda kinnitasid eranditult kõik respondendid. Kuna kultuuriesindajad töötavad välissaatkonna või konsulaadi juures, seega üldises plaanis ei ole neil võimalik eralduda ühiste eesmärkide eest, sest esindus toimib tervikuna.

Esiteks toodi välja, et üheks peamiseks prioriteediks on teha Eestit nähtavamaks rahvusvahelisel areenil, sest suurem tuntus ja positiivne kuvand aitab kaasa välispoliitiliste eesmärkide saavutamisele.

„Professionaalsed kultuuritegijad teevad rahvusvahelist koostööd ja käivad esinemas, siis sõltub nendest isikutest, see kas nad ütlevad, et nad on Eestist, see ei pruugi nii olla, nemad teevad oma tööd ja nad ei tegele Eesti promoga. Saatkondade ja kultuuriesindajate ülesanne on panna projektile külge „Eesti silt“, et kõik saaksid aru, et tegemist on Eestiga. See toetab Eesti kuvandi loomet“ (respondent 6).

Ka välispoliitika arengukavas 2030 on kirjas, et tegevusi kavandades ja ellu viies peetakse läbivalt silmas, et Eesti riigi maine ning mõjukus kasvaks (Välisministeerium 2020). Fan (2010) nimetab seda riigi brändimiseks, mis tähendab luua, muuta, jälgida, hinnata ja juhtida riigi kuvandit, selleks et tõsta reputatsiooni rahvusvahelise sihtpubliku ees.

Teiseks, kultuuridiplomaatiat saab käsitleda ka kui üht välispoliitilist relva, millega mõjutada ja võita uusi sõpru ning jagada sõnumeid eri vormides.

„Me peame alati leidma selle inimese, kellel on varem olnud eestlastega mingi kontakt või kellega lihtsalt tunned, et isiklikul tasandil sobib ja ta kuulab sind ja kuidagi usaldab sind ning sa pead selle inimeseni jõudma. Aga kui lähed lihtsalt kuhugi müüma, neid pitchimisi on tehtud tohututes kogustes. Lihtsalt see ei lähe, sest puudub taustainfo ja seda taustainfot me peame andma. /.../ Ikkagi massimeedia kaudu saab seda tausta, et aidata eelteadmist kujundada“ (respondent 8).

„Eestit peab alati seostama millegagi, mida inimesed juba teavad. Kultuurist rääkides tuleb alguses kasutada teisi vahendeid, see tähendab tuleb kaugelt pihta hakata, et kunagi üldse mingi konkreetse kultuuriprojektini jõuda. Kui üldse Eestist midagi teatakse, siis seda, et Eesti

on esirinnas tehnikaalades. Vestlust tuleb alustada sellest, vastavalt mida vastane Eestist juba teab“ (respondent 5).

Seega kultuuridiplomaatia rakendab otseselt pehme jõu kontseptsiooni, mis tähendab mõjutada teiste käitumist, et võita uusi sõpru ja täita oma eesmärgid. Nye (2011) sõnastab selle kui „võimet mõjutada teisi läbi koostöösse kaasamise, veenmise ja positiivse külgetõmbe, et saavutada soovitud tulemusi.“

Kuid kultuuridiplomaatia ja välispoliitika on omavahel tihedalt seotud ka praktilisest küljest, näiteks kui välissaatkonda kutsutakse diplomaate või teisi poliitikuid, siis alati näidatakse neile Eesti kunsti või korraldatakse muusikaline etteaste. See on väidetavalt kirjutamata reegel ja kehtib kõikide visiitide puhul, presidendi visiidist kuni kohtumisteni Balti kolleegidega, alati kuulub sinna juurde kultuuriprogramm:

„Me kutsume siia saatkonda kohale diplomaate ja Saksa poliitikuid, me näitame neile meie parimaid muusikuid, kunsti. /.../ Igal juhul on välispoliitika osa, ma seda kuidagi ei eraldaks“ (respondent 2).

Eksperdid aga arvasid, et kultuuridiplomaatia vahendeid võiks paremini kasutada sõjalise konflikti kontekstis:

„Fakt on see, et Eesti ikkagi ei ole jutustanud oma lugu läänes. Tundub, et ei teata või ei mäletata karme ajaloo sündmusi. /.../ Seega tuleks oma ajaloo jutustamist läbi kultuuri rohkem teha. Hea meedium selleks on film“ (respondent 8).

See näitab, et Venemaa ohtu ei ole läänes piisavalt tõsiselt võetud, ajaloost ei ole piisavalt räägitud, õppetunde ei ole jagatud. Seda kõike oleks pidanud tegema teadlikumalt. Ka Lenczowski (2009) väitis, et läbi kultuuridiplomaatia saab jutustada oma ajalugu, et kaitsta rahvuslikke huve. See on taaskord koht, kus kultuuridiplomaatiaga teha riigi brändingut.

„/.../see ei ole ka kuskil mõtestatud. Kultuuriministeerium näeb ainult, et me oleme siin selleks, et artiste ühendada ja luua neile „sildu“. Aga tegelikult me töötame siin saatkonnas ja selline teine suund võiks tulla välisministeeriumi poolt. Ja võiksime kuidagi kahte suunda paralleelselt töös hoida. /.../ Kultuuridiplomaatiat peame maksimaalselt ära kasutama“ (respondent 8).

Vestlusest selgus, et kultuuriministeeriumi vaates on kultuuriesindajate peamine ülesanne ühendada erinevate riikide loomeinimesi, et seeläbi tutvustada oma riiki. Kuid kultuuridiplomaatia ei ole pelgalt artistide viimine välismaale. Kultuuri tuleks paremini sidustada välispoliitikaga. Leivo (2003) on öelnud, et kultuuridiplomaatia ei tähenda pelgalt kunsti ja kultuuri tutvustamist välismaal, vaid selle tähendus on märksa laiem. Kaasaegne kultuuridiplomaatia tegeleb ka demokraatia ja inimõiguste arendamisega ning riigi ja rahva väärtushinnangute tutvustamisega võõrsil. Respondent 1 selgitas, et kuna kultuur ei ole enamasti nii politiseeritud, võimaldab see paremini ühispinga luua teiste riikidega ja hoida positiivset fooni. Ka teooria kohaselt on kultuuridiplomaatia peamiseim ülesanne edendada vastastikust mõistmist (Dorbayani 2019), siis valdavalt tehakse seda läbi sündmuste:

„/.../ kultuurisündmused on need, mille läbi püütakse luua ühist arusaama, et järgmine kord sind kuulatakse rohkem ja nii on lihtsam saavutada teise poole toetust välismajanduslikele, välispoliitilistele või julgeolekualastele küsimustele“ (respondent 1).

Eesti ja välisriigi vahelised kultuurisuhted sõltuvad mõistagi vastastikusest kultuurihuvist. Siin mängib rolli kui suure välisriigiga on tegu ja kui kaugel ta Eestist geograafiliselt asub. Väikeriik jääb tihti tundmatuks suurtele riikidele, nagu seda demonstreerivad järgmised väited:

„USA-s ei tea praktiliselt keegi, mis riik on Eesti. Tuleb alustada nii-öelda nullist ja leida see kokkupuutepunkt või mõtteline seos Eestiga, mille peale hakata suhteid üles ehitama. Kui korraldada kontsert Arvo Pärdi muusikaga, siis on võimalik huvi äratada ja publikut saada, kuid kõigis muudes valdkondades on siiski vajalik koostöö teiste riikide kultuuriesindustega“ (respondent 5).

„/.../Eesti kui väikeriik võrreldes näiteks Commonwealth maadega, jääb ÜK-s kindlasti tagaplaanile. Eesti ei ole ÜK-s prioriteet, Eestist teatakse vähem, samuti on konkurents suur“ (respondent 8).

„Saksamaa on liiga suur riik ning selle peale ise ei tulda, et hakata Eestiga koostööd tegema“ (respondent 2).

Varasemalt mainitud diplomaat Kabir (2007) on täheldanud sama, et väikeriigid seisavad silmitsi väljakutsetega avaliku diplomaatia läbiviimisel, ja seda eriti suurriikide suunal, kes on neile strateegiliselt olulised. Seetõttu keskenduvad väikeriigid tavaliselt oma lähiriikidele,

püüdes suhteid arendada oma kogukondadega naaberriikides, samal ajal ressursse ühendades ja tehes koostööd piirkondlikul tasandil. (viidatud: Iaydjiev 2013) Leonard ja Small (2003) on lisanud, et kui suurriigid kasutavad avaliku diplomaatia ja pehme jõu võtteid imidži või brändingu muutmiseks, siis väikeriigid töötavad pigem selle nimel, et üldse tähelepanu saavutada. Kokkuvõttes tähendab see pidevat tööd tutvustada ja tekitada huvi Eesti vastu ning usutavasti on see iseloomulik ka teistele väikeriikidele. Kõigi seitsme uuringus käsitletud sihtriigi puhul on koostööd tehtud Balti riikidega, sest vahel on see ainuvõimalik viis areenile pääseda (nt New Yorgi või Londoni Balti filmifestivalid, Balti fookus Londoni raamatumessil). Eesti on liiga väike, mistõttu on sihtriigi sooviks esitleda Balti riike tervikuna. Seega kultuuridiplomaatia suurriikide suunas eeldab tihti koostööd teiste omataoliste riikidega, et „pildile“ saada ja nähtavust saavutada. Erandina, riikide geograafilise läheduse tõttu, ei kehti see Soome puhul, kus Balti koostöö on keerukam.

„Balti koostööd on meil veidi keeruline teha, sest eestlasi on nii palju Soomes. Eestlasi teatakse Soomes ikkagi teistmoodi kui lätlaseid, leedukaid. Ütleme ausalt, teised jääks meie varju“ (respondent 4).

Kuid igasugune koostöö teiste riikidega sihtriigis toimub pigem põhjusel, et teistmoodi ei ole võimalik. Siin kehtib ka teatav konkurents Eesti, Läti ja Leedu vahel samas sihtriigis.

„Tegelikult oleme ka teiste baltlastega konkurendid. Igal pool tahad ju et sina oled nähtaval. Läti, Leedu ka tahavad fookuseid./.../Eelistatum on loomulikult tutvustada Eestit iseseisvalt. Olgugi, et Baltiriikide ajalugu on sarnane, on rahvused siiski erinevad kõikvõimalikes pisidetailides. Kui teisiti ei saa, siis tehakse lätlaste ja leedukatega koos, aga igaüks mõistagi eelistab eraldi“ (respondent 2).

Anholt (2010b) on kirjeldanud, et tänapäeva globaliseeruv maailmas, kus maailm on üks suur turg, konkureerivad riigid üksteisega toodete, teenuste, sündmuste, talentide, turistide, investeeringute ja veel paljude muude asjade kaudu. Niisamuti on Szondi (2009) järgi väikeriikide peamiseks väljakutseks konkurents tähelepanu pärast (viidatud: Iaydjiev 2013). Sama kehtib ka kultuuridiplomaatias. Kõik võitlevad oma tähelepanu eest. Teisalt, kui koostöö Läti ja Leeduga sihtriigis on siiski toimiv, siis koostöö teiste riikidega praktikas on veelgi keerukam. Igal riigil on omad nägemused ja prioriteedid.

„Põhjamaad tahavad Põhjamaist brändi nii-öelda „puhtana“ hoida ning ülemäära ei taheta Põhja-Balti koostööd ehitama hakata“ (respondent 8).

Väga palju määrab rahvusvahelistes kultuurisuhetes ka finantsiline panus:

„ÜK-s dikteerib paljusi ka raha. On olemas riiklikud toetused, kuid need ei ole nii suured. See tähendab, et oma riigi tutvustamiseks peab ÜK-s pingutama ja Eesti-poolsest rahalisest panusest sõltub palju. ÜK-s ei ole häbi rahast rääkida“ (respondent 8).

„Pooldan seda, et reisirahasid toetada just nende puhul, kellel on siin partnerid olemas ja kõik tingimused täidetud, et selle reisi raha taha ei jääks asi pooleli. Sest kui sellised suhted jäävad edasi arendamata, siis sellest on küll kahju“ (respondent 2).

Kuid tegelikkuses kultuurihuvi baseerub olukordadel, kus mõlemad osapooled võidavad. Kui Eestil ei oleks vajalikku infot ja finantsvõimekust toetada rahvusvahelist kultuurikoostööd, siis kahe riigi vahelised kultuurisuhted nii tihedad ei oleks. Saatkonnas laiendatakse pidevalt kontaktibaasi ja töötatakse selle nimel, et luua koostöövõimalusi Eesti loome- ja kultuuriinimestele. Koostöö puhul eeldatakse, et mõlemad osapooled panustaksid ühiselt.

„See on justkui win-win situatsioon. /.../ Koostöö puhul eeldatakse, et mõlemad osapooled, nii Eesti kui Belgia partnerid, panustaksid ühiselt“ (respondent 1).

„Selliseid koostööprojekte, kus Eesti pool kõik kinni maksab me ei korralda, see on kommerts ja ei vii kuhugi. Tegelikkuses on kultuurikoostöö kolmepoolne – Vene partner, Eesti saatkond ning esineja. Igati panustab“ (respondent 3).

Kultuurisuhteid mõjutavad riikidevahelised diplomaatilised suhted ja poliitiline olukord. Kuni 28. veebruarini 2022, kui kultuurikoostöö Venemaaga katkestati, olid nii Eesti kui Venemaa mõlemad kahepoolsetest kultuurisuhetest huvitatud, olgugi et esines asjatut bürokraatiat. Tavapärasel olukorras pikendati Eesti ja Venemaa vahelist kultuurikoostöölepet iga kolme aasta tagant.

„/.../ Poliitika mõjutab kõike ja kõiki. /.../ Kui kultuurikoostöö Venemaaga veel toimis, siis teatud protseduurid olid ikkagi keerulised. Näiteks Eesti filmipäevad Krasnojarskis. Kohustuslik on teavitada Vene kultuuriministeeriumi ja välisministeeriumi, millest sealsed

Eesti filmid räägivad. Seda tuli teha mitu kuud ette. Töö oli muutunud aastatega bürokraatlikumaks. See kulutas asjatut energiat ajal, mil koroonapandeemiast tingituna oli projekte niikuinii vähem“ (respondent 3).

Seevastu Eesti ja Soome kultuurisuhted on alati olnud sujuvad ja tihedad. Varasemalt mängisid Eesti-Soome suhetes rolli sõsarmaade ja keelesuguluse teemad, lisaks peale taasiseseisvumist olid estofiilid aktiivsed. Praegu aga tullakse kuulama, vaatama konkreetse esineja, tema taseme või huvitava programmi tõttu, mitte sellepärast, et tegu on eestlasega. (respondent 4) Võrreldes teiste riikidega on Soomega lihtsam suhteid luua, sest Soome kultuurikorraldajad, muusikud jpt on Eestis käinud, neil on kontakte Eestis, neile ei pea seletama, kus asub Eesti.

See näitab selgelt, et kultuurisuhted erinevad sihtriigiti, sõltudes nii ajaloolisest taustsüsteemist, poliitilisest olukorrast kui ka kultuuridevahelisest kommunikatsioonist. Mõte kattub Gienow-Hecht ja Donfried (2010) arusaamadega, et riikidevaheline kultuurisuhtlus erineb regiooniti, sõltudes riikide ajaloolisest taustast või inimeste kultuurilisest mõtlemisviisist.

Kuid hoolimata sellest, kas ja kui palju sihtriigis Eestist teatakse, on oluline tuua valdkonna eksperte Eestisse teiste omasugustega kohtuma, sest see on õigete kontaktide kokkuviiimine, tähelepanu osutamine, hoolimine ja teenib Eesti huvisid parimal moel.

„/.../ kasulik kutsuda neid professionaale ka Eestisse showcase'idele ja saavad kontaktid ja mingil hetkel võib olla kasutavad neid kontakte“ (respondent 6).

„/.../ ja kui vähegi võimalik, tuua oma valdkonna eksperte Eestisse teiste omasugustega kohtuma. Head sündmused selleks on HeadRead, Draamamaa, Tallinn Music Week, Eesti Muusika Päevad... See nõuab minu eelarvest kahjuks palju raha. See oleks kõige kindlam viis inimesed Eestiga siduda“ (respondent 8).

„Ja sellepärast ongi tähtis see kultuuridiplomaat, et on keegi, kes läheb, räägib, tutvustab /.../ või kutsub Eestisse vaatama Eesti esinejaid ja see on väga tähtis aspekt. Et alati, kes tulevad Eestisse, need armuvad ära“ (respondent 2).

Kokkuvõttes on kultuuridiplomaatia puhul tegu pideva algatamise ja inimeste ühendamisega, mis ühtib ka Dorbayani (2019) mõttega, et kultuuridiplomaatia on dialoogi algatamise kunst ideede ja loomingu vahetamise kaudu.

Seega kultuuridiplomaatia toetab välispoliitiliste eesmärkide saavutamist, tutvustades Eestit sihtriigis ja luues positiivset kuvandit läbi kultuurisündmuste. Kultuuridiplomaatiaga soovitakse avaldada mõju ja võita uusi sõpru, et Eesti rahvuslikud huvid oleksid kaitstud, sest mida rohkem on Eestil usaldusväärseid liitlaseid üle maailma, seda parem julgeolekule.

Lisaks kultuurisündmuste korraldamisele on väga olulisel kohal pidev uute kontaktide loomine. Kõige toimivam viis on tuua valdkonna eksperte Eestisse kohapeale, kas mõnele festivalile või *showcase* üritusele. Selle nimel pingutatakse, sest see loob parimad eeldused tuleviku koostööks.

Riikidevahelised kultuurisuhted sõltuvad kahe riigi omavahelistest poliitilistest suhetest, aga ka vastasriigi suurusel. Näiteks suurriikides nagu USA, Saksamaa, ÜK on Eesti suhteliselt tundmatu riik, mis eeldab suuremat panustamist Eesti tutvustamisel. Seetõttu eriti suurriikide suunal osutub vajalikuks Balti koostöö.

Eksperdid tõid ka välja, et kultuuridiplomaatia vahendeid võiks paremini sidustada välispoliitikaga. Eriti on see tulnud päevakorda sõjalise konflikti kontekstis. Oma ajaloo jutustamist läbi kultuurisündmuste tuleks teha rohkem mõtestatult ja teadlikumalt. Mida rohkem oskavad välisriigi kodanikud seostada Eestit nende ajalooga, seda suurem saab olla üksteisemõistmine, näiteks ohu korral.

4.3. Strateegia ja tegevused

Intervjuude käigus anti teada, et avalikku, kõigile kättesaadavat Eesti kultuuridiplomaatia strateegiat ei eksisteeri. Samas, intervjuude käigus ei jäänud muljet, et kultuuriesindajate töö oleks seetõttu juhuslik. Oma tegevuses juhinduvad nad asutuse sisesest kultuuriesindaja käsiraamatust ja iga-aastasest projektiplaanist. Eesti kultuuriesindajad välisriikides lähtuvad oma töös nii kultuuripoliitika Kultuur 2030 kui välispoliitika 2030 arengukavadest. Nad jälgivad ka valdkondade arengukeskuste ja suuremate Eesti kultuuriorganisatsioonide rahvusvahelistumise strateegiaid. Kultuuriesindajate eesmärk on katta kõiki kultuurivaldkondi. Hoolimata eraldiseisva kultuuridiplomaatia või kultuuri rahvusvahelistumise strateegia puudumisest, väitsid eranditult kõik kultuuriesindajad, et nägemus ja siht, kuhu poole püüelda, on olemas.

Paljud Eesti kultuuriorganisatsioonid ja arenduskeskused tegelevad kultuurialase välissuhtluse ja ekspordiga panustades rahvusvahelisse kultuurikoostöösse, näiteks Eesti Kontsert, Rahvusoper Estonia, Eesti Kunstimuuseum, Eesti Kirjanduse Keskus, Eesti Arhitektide Liit, Eesti Arhitektuurikeskus, Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, *Music Estonia* jpt, mida loetles respondent 6. Eesti kultuuriesindajad välisriikides toetavad nende suundumusi, et aidata kaasa kultuurivaldkonna rahvusvahelistumisele. See eeldab aga kursis olemist suuremate kultuuriorganisatsioonide prioriteetidega.

„Kultuuriesindajate tegevus peab toetama erinevate Eesti kultuurivaldkondade rahvusvahelisi suundumusi, minema samas suunas ja pakkuma võimendust. Näiteks oli võimalik algust teha ühe Eesti-Prantsuse vahelise disainiprojektiga. Selle idee ja võimaluse sai välja pakkuda Eesti disainivaldkonna esindajatele, kuid selgus, et see pole valdkonna prioriteetide ja huvidega päris haakuv. Sellistel puhkudel tuleb hinnang võtta teadmiseks ja konkreetset ideed ei tarvitse enam edasi ajada“ (respondent 6).

See tähendab, et kultuuridiplomaatias on vajalik välissuhtluse kõrval teha tihedat koostööd ka kohalike valdkondade esindajatega, nii nagu on öelnud Feigenbaum (2001), soovitades sealjuures määrata kultuuriesindaja ametisse silmapaistvaid kultuuriinimesi valdkonna seest, sest teatav reputatsioon vallas võib avada rohkem võimalusi. Tihe koostöö valdkonna professionaalidega riigisiselt on vajalik ka põhjusel, et kultuuriesindaja ei saa olla üheaegselt kirjandusteadlane, kunstiteadlane, muusikateadlane ja kõiki valdkondi detailselt tunda, rääkimata sellest, et tunda uusi tegijaid.

„Meil puudub detailne ülevaade ja nii on olulised tihedad sidemed valdkondade esindajatega Eestis, näiteks kultuuriministeeriumi kunstide osakonna nõunikud, samamoodi Filmi Instituut, Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus ja teised organisatsioonid. /.../ Kui leidub mõni tasemel džässiklubi Saksamaal, kes soovib Eestiga koostööd teha, siis alati tuleb enne küsida Eesti poole asjatundjatelt soovitusi“ (respondent 2).

Respondendid rõhutasid, et kultuuriesindaja peab oma tööga katma kõiki kultuurivaldkondi – film, kunst, teater, muusika jne, sest Eesti riigi esindajana ei saa vedada vaid ühte valdkonda. Kuna kultuuril on tihe side haridustemaatikaga, on tihti ka haridust puudutavad küsimused kultuuriesindaja laual. Lisandunud on ka diasporaa, mille tõid välja kaks respondenti, sest läbi kohaliku eestlaste kogukonna annab kultuuridiplomaatias palju ära teha, sõnumit levitada ja ühte hoida. Ka Feigenbaum (2001) on kirjeldanud, et kultuuriesindajate tegevuse amplituud on

lai; nad peavad olema asjatundjad nii kirjanduses, ajaloos, teaduses kui muusikas. Selle mahu tõttu tehakse tihtipeale koostööd nende välispartneritega, kes konkreetse riigi kultuuri vastu juba huvi tunnevad. Samas võiks olla väljakutse pigem see, et hakata uutes inimestes Eesti vastu huvi tekitama, näiteks alustada kontaktide loomist mõne välisriigi piirkonnaga, kus pole koostööd Eestiga kunagi varem toimunud, arvasid respondendid. Sellest tulenev eduelamus võib olla kordades suurem kui nende puhul, kes ise sinu juurde tulevad:

„Taolised väljakutsed, kus päris uutest kontaktidest jõutakse välja reaalse koostööni, tekitavad kõige rohkem rõõmu“ (respondent 2).

Kuid toodi ka teine nüanss – ajastus, sest vahel võivad sattuda mõne kindla kultuurivaldkonna projektid ühte ajaperioodi:

„Partnerile ei saa öelda, et me ei tee rohkem muusikaprojekte, kuna on teised prioriteedid ja me peame katma ka teisi kultuurivaldkondi. Kui on näha, et kuskil hakkab „pall veerema“, siis seda tuleb toetada“ (respondent 8).

Seetõttu, hoolimata sellest, et kultuuriesindaja peab tegelema kõigi kultuurivaldkondadega, ei ole võimalik tõmmata ranget joont. Vahel on kultuuriesindaja ka usalduse tekitaja rollis:

„Näiteks mõnel Eesti esinejal on Saksamaal koostööpartner, siis Eesti kultuuriesindaja võib kohtuda selle partneriga, et aidata tõsta usaldust Eesti esineja vastu. See annab justkui saatkonna garantii ja tekib suurem usaldus. Saksamaa on institutsionaalse haldusplaneerimisega riik ja nende jaoks taoline asjaajamine toimib. Niisamuti on Saksamaal tähtis see kui saadik või kultuuriesindaja tuleb üritusele kohale ja ütleb tervitussõnad. Saksamaal on see üks tähtsamaid asju“ (respondent 2).

Kõik intervjuueeritavad tõid välja, et kõige olulisemaks kriteeriumiks rahvusvahelises kultuurikoostöös on kohapealse partneri olemasolu. Kõik baseerub partnerlusele, kellel on olemas meediavõrgustik ja publik. Saatkond üksinda kultuuriüritusi ei produtseeri:

„Strateegilise partneri leidmine on kõige alus ja ühtlasi ka kõige raskem saavutada“ (respondent 2).

Nagu öeldakse ka Kultuur 2030 arengukavas: „Kultuuridiplomaatia on diplomaatia osa, mille kaudu luuakse, hoitakse ja arendatakse rahvusvahelisi suhteid teiste riikide, rahvusvaheliste organisatsioonide ja strateegiliselt oluliste rahvusvaheliste partneritega kultuuri kaudu“ (Kultuuriministeerium 2021a:21). Oluline on, et partner on ka ise äriselt huvitatud, sest siis on tagatud, et ta teeb piisavalt turundust, meediatööd ja on huvitatud sellest, et saalis oleks publik. Strateegilise partneri olemasolu omakorda nõuab kultuuridiplomaatia tööriistade valdamist, nagu suhete loomine, hoidmine, kuulamine ja austus teiste vastu. Respondendid väitsid, et kultuurikoostöö eeldab partneritelt usaldust, ausust, otsekohesust, läbipaistvust.

Olulisteks kriteeriumiteks on ka mõlemapoolne võimekus ja eelkõige just sisuline huvi. Vajalik on sidemete võrgustik, oskus luua kontakte, et viia kokku Eesti ja välisriigi inimesi, kes pärast ise arendavad samu suhteid edasi, ükskõik mis valdkonnas, ükskõik mis kujul. Seega, suhete loomine ja arendamine on möödapääsmatud.

„Kõik „tundlad“ peavad olema kogu aeg aktiivsed, kui midagi märkad, võtad ühendust. Kus näed, et võiks midagi arendada, pakud midagi välja. Kui prantslased tulevad saatkonda, siis tutvud nendega, vaatad millega tegu ja kas see võiks huvi pakkuda. See on võrgustiku töö“ (respondent 6).

Kui Lenczowski (2009) kirjeldas põhjalikult kultuuridiplomaatia tööriistu, mainis ta nende hulgas ka austust ja teiste inimest kuulamist, mis on tegelikkuses kõige peamisem kriteerium, et midagi saaks laabuda. Kultuuridiplomaatiat rakendades peab olema aktiivne, kuulama teisi ja oluline on osata näha võimalusi. Näiteks on tähtis suuta eelnevalt hinnata, kas plaanitav projekt saaks olla jätkusuutlik tuleviku perspektiivis ja tooks uusi võimalusi edaspidiseks:

„Olukord on ideaalsem kui ka USA pool on sisuline partner, kes on koostööst huvitatud. Kõike pole võimalik Eesti poolelt ise kureerida ja keegi peab olema kohalik projektijuht. Märksõna on jätkusuutlikkus. Vajalik on, et projekt – etendus, kontsert, näitus – ei jääks lihtsalt sinnapaika, vaid areneks edasi, kasvaks tuleviku uuteks projektideks“ (respondent 5).

Respondent 5 tõi ka näite, kus mõned aastad tagasi andis üks Eesti tuntud muusik kontserte USA-s ja inimestele jäi see meelde. Mõnikord piisab ka sellest, kui paar-kolm inimest saavad kultuuriliselt puudutatud. Aga et muusikul oleks ka tulevikus USA-s esinemisi, peab teistmoodi korraldama, näiteks kutsuma kohale agente, muusikamänedžere, läbi viima

reklaamikampaania. Ise korraldades ilma kohapealse korralduspartnerita jääb kontsert tihti peale ühekordseks ürituseks ja ei too jätkutegevusi edaspidi.

„Kui tuua Saksamaale esinema üks Eesti muusik, rentida ruumid, teha ise turundust – see ei tööta ja sellest ei arene midagi tulevikuks. Üksikutest esinemistest ei kasva midagi välja. Muidugi neid tuleb ka teha. Näiteks saatkonnas on vahel diplomaatilised üritused, kuhu juurde kuulub ka kultuuriline etteaste, kuid kultuurilises mõttes ei kasva sellest midagi. Taolisi, nii-öelda ühekordseid kultuuriüritusi tuleks teha nii palju kui vaja, kuid nii vähe kui võimalik. Elukõige on eesmärgiks koostöö festivalidega“ (respondent 2).

Üks kultuuriesindajatest rääkis, et on oluline teha taustatööd, et selgitada partneri mainekus tegevussfääris:

„Oluline on jälgida partneri mainekust, mis tähendab, kas tegemist on suure rahvusvahelise festivaliga, kultuurikeskusega või hoopis mõne väikese üksiküritajaga. Partneri mainest ja mõjukusest sõltub, kui suures osas koostööprojekt suudab panustada Eesti kuvandi loomisse“ (respondent 1).

Respondent 4 jutustas selle juurde ilmeka näite Konrad Mägi näituse kohta 2021. aastal Espoos, EMMA muuseumis, mis pälvis positiivset vastukaja kohalikus meedias. Näitust külastasid ka Eesti vabariigi president ja peaminister, mis samuti suurendasid meediahuvi. Soomlaste jaoks oli Konrad Mägi tundmatu, aga publikunumbrid (üle 52 tuhande külastaja) näitasid edu. See näitab ilmekalt, et tugeval sooritusel on seos kohapealse partneri professionaalsuse ja mainekusega.

Intervjueeritavatel paluti tuua näited ka kultuuridiplomaatia sarnasuste ja erinevuste koha võrreldes teiste riikidega. Sarnasusi täheldati Läti ja Leeduga, olgugi et Lätil ei ole oma kultuuriesindajate võrgustikku. Leedul on seevastu kultuuriesindajad välisriikides olemas.²⁰ Intervjuudest tuli ka välja, et rahastuse kohapealt on Eesti isegi esirinnas võrreldes Läti ja Leeduga. Näiteks Leedus on igasuguste rahastuste saamine väga keeruline (üks kord aastas, pikalt ette, jooksvalt taotleda ei saa, puudub paindlikkus), mille tõttu Leedu puhul jäävad paljud üritused ära. Eesti on kindlasti paindlikum ja on tähtis seda nii hoida (respondent 2).

²⁰ Leedul on kaksteist diplomaadi staatuses kultuuriesindajat üle maailma ja nende tegevust toetab Leedu Kultuuriinstituut (Lithuanian Culture Institute 2022).

Kuid koheselt kinnitati, et suurriikidega ei kannata Eesti kultuuridiplomaatiat võrreldagi. Suurtel riikidel on ulatuslikud kultuuriinstitiutide võrgustikud, kus töötab palju inimesi, isegi kultuurivaldkonnad on ära jaotatud. Kommunikatsioonitugi on kordades suurem. Eesti puhul täidab kogu rolli üks inimene. Kuid ühest intervjuust jäi kõlama, et alati ei pruugi töötajate arv määrata sündmuse edukust ja publiku arvu.

„Suur erinevus teiste riikide kultuuridiplomaatiaga on see, et Eesti puhul me teeme nii palju kordi rohkem tööd sama asja nimel. Prantsuse Instituudis on mitu kultuurinõunikku, lisaks teised abilised, neil on kinosaalid. Kuid kui neid külastada, ei saa sugugi öelda, et nende üritustel oleks rohkem rahvast. Eesti puhul teeb sama tööd üks inimene. Tegelikult on see kõikide väikeriikide puhul nii ja tuleb maksimaalselt pingutada, et pildil püsida. Konkurents on halastamatu“ (respondent 8).

See seostub taaskord ressursside piiratusega, mida seostatakse väikeriikidega. Arengu ja Arengu (2013) järgi tuleks väikeriikidel kasutada suhtlemiseks teiste riikidega erinevaid koostöövorme või teisi strateegiaid. Ka alljärgnevast näitest on näha, et riikide võimalused on erinevad, vastavalt prioriteetidele.

„Põhjamaade kultuuriinstitiutidel on suured kultuuriosakonnad. Näiteks Soomel on saatkonna juures suur kultuuriosakond, lisaks sellele tegutseb Saksamaal ka Soome Instituut. Need võrdlused isegi ei kannata välja. Sloveenial aga, kus elab kaks miljonit inimest, on kultuuriesindaja eelarve neli korda suurem kui Eesti kultuuriesindajal. Riikide võimalused on erinevad“ (respondent 2).

Respondent 1 aga rääkis, et Eesti tegutseb pigem traditsioonilise kultuuridiplomaatia väljal ja muid teemasid kultuuriga nii teadlikult veel ei seo. Ta tõi välja võrdlusmomenti teiste riikidega sisulisest küljest ja kirjeldas, et näiteks Briti Nõukogu enam pelgalt kultuuriprojektidega ei tegele, vaid vaatab koostööd laiemalt, suunates fookuse Euroopast välja rohkem arengukoostööle. Uuritakse, mis seal kolmandas riigis kohapeal vajatakse ja seejärel töötatakse välja konkreetne projekt, kusjuures see ei pruugi olla kultuuriprojekt. Need on inimestevahelised kontaktid, konfliktide vältimine, mõttebaasi tekitamine, ühiste arusaamade loomine. Eesti arengukoostööd niivõrd sellest aspektist ei tähtsusta. Samuti ei tegele kitsalt kultuuriga Rootsi Instituut, vaid vaatleb riigi tuntuse kasvu laiemalt, väga teadlikult kõikide valdkondade projektide kaudu. Näiteks fotokonkursid, mille teemaks on sooline võrdõiguslikkus või keskkonna puhtus. Eesti seda nii teadlikult kasuta. (respondent 1)

Samal teemal oskas näiteid tuua respondent 8, öeldes et kultuuridiplomaatias hakkavad muutuma teemad ja trendid. Tasapisi jõutakse aega, kus kultuur mõtleb kaasa muudel teemadel.

„Kolleegid teistest saatkondadest ja kultuuriinstituutidest korraldavad jätkusuutlikkuse (sustainability) teemalisi üritusi. Looduspildid, loodusfilmid, vestlused... Näiteks Soome Instituut väga selgelt ja ka Põhjamaad hoiavad seda trendi, et kui nad oma aastat planeerivad siis mitmekesisus (diversity) on see läbiv joon Põhjamaade programmides, ja Eestil pole seda üldse. See on mõistagi riigiti erinev, mis teemad on parasjagu olulised“ (respondent 8).

Seega siin leidub uusi suundumusi, millega Eesti pole kaasa läinud, sest tõenäoliselt Eesti kultuuridiplomaatia ei ole selleks veel valmis.

„selle peale tuleks isegi kommentaare, kui me hakkaksime siin tegema kõike, mis puudutab mitmekesisust, seksuaalvähemusi jne“ (respondent 8).

Kokkuvõttes andsid strateegia ja tegevuste kategooria vastused teavet selle kohta, et kultuuriesindajate tegutsemine peab toetama ka erinevate Eesti kultuurivaldkondade rahvusvahelisi suundumusi, mis vajab tihedat koostööd kohalike valdkondade esindajatega. Kultuuriesindajate tegevushaare on väga lai – film, kunst, teater, muusika. Kõige olulisemaks kriteeriumiks rahvusvahelises kultuurikoostöös peetakse strateegilise partneri olemasolu sihtriigis, kusjuures määrava tähtsusega on partneri sisuline huvi kui ka tema mainekus. Ainult sellisel tasemel koostöö saab garanteerida sündmustele piisava tähelepanu. Saatkond eraldiseisvalt avalikke kultuuriüritusi ei produtseeri, sest nad ei suuda pakkuda nähtavust ega potentsiaali tekitada jätkutegevusi tulevikuks.

Samuti saab täheldada erinevusi erinevate riikide kultuuridiplomaatias, seda nii sisulise kui inimressursi vaatenurgast. Suurtel riikidel on ulatuslikud kultuuriinstituutide võrgustikud, kus töötab palju inimesi, kus isegi kultuurivaldkonnad on ära jaotatud. Eesti puhul täidab seda rolli üks inimene. Kõige olulisemad erinevused kerkivad esile teemade käsitlese poolest. On märgata uusi trende, et kultuur hakkab üha enam kaasa mõtlema muudel teemadel, nt mitmekesisus, jätkusuutlikkus, võrdõiguslikkus, keskkonna puhtus, kuid Eesti neid teemasid kultuuriga nii teadlikult veel ei seo, sest tõenäoliselt ei ole Eesti kultuuridiplomaatia selleks veel valmis.

4.4. Koostöö teiste sektorite ja poliitikavaldkondadega

Koostöö teiste välissuhete valdkondadega sõltub paljuski EAS-i olemasolust konkreetsetes sihtriigis. Intervjueeritavad andsid teada, et kui EAS-i esindaja on olemas, siis kokkupuutepunkte teiste sektoritega on lihtsam tekitada. Näiteks Belgias ei ole EAS-i esindust, mistõttu koostöö teiste välissuhete valdkondadega on pigem tagasihoidlik. Respondendid rääkisid, et EAS-i turismi- või majandusürituse juurde pakutakse alati kultuuriprogrammi. Ja vastupidi, kui on toimumas mõni kultuurfestival, siis EAS tuleb oma väljapanekuga ja jagab Eesti materjale.

„See on meil nii tavaline. Kui tuleb mingi majandusüritus, mina pakun sinna juurde kultuuriaspekti. Me teeme koostööd EAS-iga. Kui on mingi festival, siis EAS tuleb sinna oma telgiga ja jagab Eesti materjale näiteks. See koostöö on nii loomulik ja orgaaniline“ (respondent 2).

Respondent 1 lisas, et kui toimub näiteks aukonsulite õhtusöök või mõni teine taoline üritus, kus teemaks on e-riik, on seda alati püütud sisuda kontserdi või muu kultuurisündmusega. Respondent 4 täiendas, et kultuuriesindaja tegeleb ka hariduse ja diasporaa küsimustega, et toetada väliseesti kogukondade seotust Eestiga.

„Haridus ja diasporaa. Haridus on iseenesest mõistetav, kuna seotud keeleõppega. Eesti keel jällegi seotud hariduse ja kultuuriga. Varem diasporaa ei olnud kultuurinõuniku ülesandeks“ (respondent 4).

„Tulemas on esmakordne koostöö Eesti Teadusagentuuriga. Nimelt on Brüsseli Vaba Ülikool teinud uurimistöo linna ühistranspordist ja liikumismustritest. Sinna juurde on nad koostanud ka näituse. Eesti Teadusagentuur plaanib infot levitada teaduskonverentsi ja näituse avamise kohta ning saab omakorda üritust ära kasutada oma teadusteemade tutvustamiseks“ (respondent 1).

Intervjuude käigus aga selgus, et valdkondade vaheline koostöö võiks olla veelgi tugevam. Välja arendatud digikultuuri võimalused tõhustaksid kultuuridiplomaatia eesmärkide täitmist.

„Võiksime mõelda, kuidas IT-d ja kultuuri paremini sidustada“ (respondent 8).

Łoś (2017) väidab, et kaasaegne kultuuridiplomaatia on seotud ka teiste sektorite ja poliitikavaldkondadega. Tegevusi integreeritakse majanduse-, turismi-, teaduse- ning tehnoloogiaalases koostöös. Ka välisministeeriumi arengukava 2030 näeb ideaalina välispoliitika ja välissuhtlemise suuremat sidusust, et tõhusamalt täita välispoliitika eesmäärke. Eriti on see tähtis väikeriigi puhul. (Välisministeerium 2020)

Kui Eesti on maailmas tuntud eeskätt oma e-lahenduste poolest ning rahvusvaheline maine põhineb suuresti digitaalsel identiteedil, siis respondendid arvasid, et võiks neid eelduseid ja kompetentse paremini kasutada digikultuuri hüvanguks, et eesti kultuur oleks maailmas jätkuvalt elujõuline. Eriti arvestades olukorda, kus noorem põlvkond tarbib kultuuri olulises osas nutiseadmete abil, on kultuuri kättesaadavus digikeskkondades kultuuri kestlikkuse seisukohalt kriitilise tähtsusega. Kokkuvõttes, respondendid kinnitasid, et valdkondade vaheline koostöö ja ühistegevuste laiendamine aitaksid Eestil end kogu maailmale paremini tutvustada, pakkudes osalistele lisaväärtust, mis omakorda toetab jõulisemalt Eesti huvisid tervikuna.

4.5. Väljakutsed ja tulevikuvaade

Intervjueeritavad tõid välja, et Eesti on aja jooksul õppinud, alates sellest kui hakati kultuuriesindajate võrgustikku üles ehitama 2000. aastate algusest. Ka siin püütakse kultuuridiplomaatia tegevusvälja hakata vaatama laiemalt, kuid see sõltub paljuski ka esinduse juhtidest, kus kultuuriesindajad töötavad, kuidas nemad seda näevad ja kuivõrd avatud nad on kultuuridimensiooni kaasamises. Kultuuridiplomaatiaalne töö on paljuski isikutest sõltuv. Sealjuures nimetati, et üks oluline võte kultuuridiplomaatia teostamisel on koostöö Eesti ja sihtriigi kultuurikollektiivide vahel.

„Eesti Vabariigi 104. aastapäeva tähistati Brüsselis Flandria sümfooniaorkestri ja Eesti Filharmoonia Kammerkoori kontserdiga, dirigent Kristiina Poska, kavas Pärt ja Fauré. Kava ülesehitus näitas selgelt, et Eesti pole ainult oma kultuuris kinni, vaid ollakse võimelised kultuuri juba siduma laiema kontekstiga. Taolised sündmused ärevatel aegadel on veelgi tähtsamad kui kunagi varem. See näitab, kuidas sõpru juurde tekitada ja üksteise mõistmise

fooni luua. Mida rohkem on meil sõpru, seda parem turvalisusele ja julgeolekule“ (respondent 1).

Esiteks taoline koostöö pakub ulatuslikuma meediatähelepanu ning seeläbi ka suurema publikuarvu. Teisalt loob see otsekontaktid Eesti ja sihtriigi kultuurikollektiivide vahel, mis on oluline nüanss, et tekiks jätkutegevused tulevikuks. Veelgi enam, selle näite puhul tuleb esile, et olulise väärtuse annavad sündmusele Eesti tipptegijaid võõrsil,²¹ kes on Eesti kultuurisaadikud maailmas. Siin on ühendatud omavahel sündmus ja kollektiivide kokkuviiimine. Kabir (2007) on öelnud, et kuna välismeedia tähelepanu võivad kõita vaid vähesed väikeriigi sündmused, püüavad väikeriigid suhteid arendada oma kogukondadega, püüdes samal ajal ressursse ühendada ja teha koostööd piirkondlikul tasandil (viidatud: Iaydjiev 2013). Seetõttu taolised sündmused viimases tsitaadis, on suurima potentsiaaliga, et kaasa aidata Eesti tuntusele maailmas.

Lisaks leiti intervjuueeritavate poolt, et kultuuridiplomaatia on muutunud ajaga pragmaatilisemaks ning töötempo on oluliselt kasvanud, mis on ühtlasi ka väljakutse:

„Kui varasemalt on jäänud mulje ilusast elust ja glamuursest vastuvõttudest, siis keegi ei kujuta tegelikkuses ette, kuivõrd pingeline see töö on. Tempo on tõusnud. Nõudmised ja tahtmised on suuremad. Pidulikke kirju ei kirjuta enam keegi, nüüd on isegi chatid lubatud. Intensiivsus on kasvanud“ (respondent 8).

See tähendab, kultuuridiplomaatia liigub ajaga kaasa, kus esile on tõusnud sotsiaalmeedia osatähtsus, mis kokkuvõttes tekitab juurde hulga uusi võimalusi tuntuse ja maine loomiseks ja hoidmiseks. Nisbett (2016) on samuti rõhutanud, et tänapäeval on pehme jõud palju „turusõbralikum“ – internetiajastu kasv, reisimine, kultuuri paljusus –, mis kõik lihtsustab pehme jõu ja kultuuridiplomaatia eesmärkide saavutamist. Niisiis seab info- ja digiajastu tõusev trend kultuuriesindajatele uusi väljakutseid nii kommunikatsiooni edastamisel kui ka digikultuuri kasutamisel. Eriti suure tõuke andis virtuaalüritustele koroonapandeemia alates 2020. aasta esimesest poolest (respondent 4). Nüüdseks on selgeks saanud, millised formaadid toimivad, millised mitte. Selgitati, et teatrisalvestisi inimesed ei jaksa vaadata, samuti kontserdiülekandeid (kui just ei ole *Metropolitan Opera* ooperiülekanded).

²¹ Antud näite puhul oli selleks Flandria sümfooniaorkestri (Belgia) peadirigent, eestlane Kristiina Poska.

„Online üritustena toimisid hästi 2020. aastal läbi viidud vestlused kirjanikega koostöös Eesti majaga. Kui Helsingi raamatumess jäi ära 2021. aastal, siis toimiti sarnaselt. Nii jäävad salvestused arhiividesse ja saab ka edaspidi vaadata“ (respondent 4).

Saatkonnad üritasid pandeemia ajal jätkuvalt „pildil“ püsida, vähemasti virtuaalselt, kuid nagu selgus intervjuudest, on digikultuuriga lood kehvad:

„/.../ baasmaterjale ei ole, pole klippe ka Eesti suurkujudest – Lennart Meri, Jaani Kross jt“ (respondent 8).

Patalakh (2016) ütles, et infoajastu on täis uusi võimalusi mõjutada välisriike läbi veenmise, see võimaldab ka sõjaliselt nõrkadel riikidel olla mõjukad. Siinkohal üks asi on igapäevane info jagamine sotsiaalmeedias, mis on oluline nähtavuse võimendamine, kuid teine täiesti eraldi mõõde on luua sündmusi, mis on mõeldud edastamiseks spetsiaalselt digiplatvormidel. Viimane vajab kahtlemata eraldi tähelepanu, kuid vajalik on toota digitaalseid Eesti kultuuri tutvustavaid materjale, et digiajastu võimalusi rakendada kultuuridiplomaatias maksimaalselt.

Respondentide arvamuste kohaselt on üks kultuuridiplomaatia väljakutsetest kindlasti keerulisus selle tulemusi mõõta, mis tihti peale eeldab nähtamatut tööd. Näiteks:

„Soomes Tampere toimus Ilon Wiklandi näitus 2021. aastal. Selle algus aga ulatub aastasse 2017, mil toimus esimene selleteemaline kohtumine. Kultuuridiplomaatias on palju nähtamatut tööd“ (respondent 4).

See tuleb meelde pehme jõu üht peamist omadust mõju ja tulemusi näha alles tuleviku perspektiivis (Kearn 2011). Seetõttu ei ole võimalik kultuuridiplomaatiat teostada projektipõhiselt, vaid see on pidev ja lakkamatu panustamine sündmuste ja võrgustike loomise näol.

Veel kirjeldasid respondendid ühe väljakutsena tähelepanu saamist ja meedianähtavust, kuid selles kontekstis, et see eeldab eelnevat analüüsi, kellega sihtriigis koostööd teha ja kuivõrd see koostööprojekt tulemust toob. Ükskõik millise välisriigi organisatsiooniga koostööd teha, eelduseks on, et neil oleks oma publik. Kuid sellega on kaasnenud ka vastupidine eeldus. Respondent 6 seletas, et vahel välispartnerid loodavad, et hoopis koostöö saatkonnaga toob neile lisapublikut. Vestlusest ilmnes, et võitlus publiku pärast on igal pool suur, millega on olnud hädas ka suurriigid, olgugi, et suurtel instituutidel on oma

pressiosakonnad (nt Goethe Instituut, Prantsuse Instituut jt). Erinevus on, et suurriikide instituudid suudavad meediatööd rohkem läbi mõelda ja ka ressursse on rohkem. Sellel teemal arutles respondent 5:

„Suuremat tuge on vaja ka kommunikatsiooniks, eriti praegusel ajal kui kõik on online. Kultuuriesindajad postitavad infot kultuurisündmuste kohta Estonian Culture Abroad Instagrami kontole, kuid ka sellised tegevused võtavad aega. Konsulaadil ei ole eraldi sotsiaalmeedia inimest, kuid Eesti peaks ära kasutama neid sotsiaalmeedia pakutavaid võimalusi.“

Arengu (2013) viitas, et väikeriikide ühiseks tunnusjooneks on ressursside piiratus ning seetõttu tuleb neil teiste riikidega suhtlemiseks leida alternatiivseid viise puudujääkide kompenseerimiseks ja piirangute ületamiseks, kasutades kas mittemateriaalseid ressursse, erinevaid koostöövorme või teisi strateegiaid. Nii teevad ka Eesti kultuuriesindajad välisriikides, otsides koostööd välispartnerite näol, kes aitaksid meediatööd teha, sest neil endal puudub tugivõrgustik, mis on suurriikide kultuuriinstitiutidel.

Uuringus osalejad tõid välja, et kasvav trend ja uued väljakutsed on seotud kultuuriekspordi ja promotsiooni järk-järgulise kaugenemisega saatkonna tööst. Traditsioonilisele kultuuridiplomaatialle, mis on eelkõige seotud kultuurisündmuste korraldamise ja vahendamisega, lisandub erinevaid formaate, mis pole selgepiirilised. Maastik on kirju ja täis erinevaid koostöövõimalusi üksikisikute ja organisatsioonide jaoks. See on loomulik kaugenemine, mida on toonud kaasa üleüldine globaliseerumine, aga ka Eesti kuulumine EL-i. Nii kohalikud (nt „Eesti kultuur maailmas“) kui ka EL toetusprogrammid (nt Loov Euroopa) on pakkunud vahendeid sündmuste korraldamiseks välismaal ja võrgustikes osalemiseks. Seega esile kerkivad uued küsimused, kuidas seda kirjut balletti saab kultuuriesindaja omalt poolt toetada ja sellesse panustada?:

„Paindlikkus ja suur informeerutus on suur väljakutse. Et me panus oleks kõige optimaalsem. Me oleme generalistid ja oleme hästi informeeritud ja tunneme inimesi, saame neid inimesi kokku viia ja panna „Eesti sildi“ külge. Süvitsi me ei saa igas valdkonnas minna ja seda ei ole ka vaja ja me ka ei jõua spetsiifilistes projektides kaasa lüüa“ (respondent 6).

Seda on kinnitanud ka Mikkonen, Scott-Smith *et al.* (2019), et juba 1970ndatest hakkas kultuurivahetus liikuma inimeste isiklike võrgustike ja suhtluste poole varasema valdavalt

riiklikul tasandil toimuva kultuuridiplomaatia asemel. Eesti jaoks on saabunud need suundmused märgatavalt hiljem, sest Eesti ei olnud sel ajal veel iseseisev riik. Seega, kultuuriesindaja on nendes tingimustes justkui vahendaja rollis, ta peab olema informeeritud, tundma inimesi ja oskama neid omavahel kokku viia. Sama leiab Arndt (2005), kelle kohaselt arenevad kultuurisuhted riikide vahel loomulikult ja orgaaniliselt, ilma valitsuse vahele sekkumiseta ning riigi teenistuses olevad diplomaadid saavad aidata kujundada ja suunata seda loomulikku toimivat voolu riigi huvide edendamiseks. Seega on oluline ära kasutada seda isetoimivat üksikisikute ja organisatsioonide vahelist kultuurisuhtlust Eesti huvides.

„/.../selline olukord ongi ideaal, kus kultuurisuhtlus toimub professionaalide vahel ilma sekkumise ja korraldusliku kaasabit“ (respondent 7).

Kuid kindlasti ei ole eesmärk delegeerida kultuuridiplomaatia tegevusi tulevikus kultuurivaldkonna asutustele. See on vaid positiivne nähtus, mis on täheldatav uue trendina. Vastupidi, üks uuritavatest ütles, et:

„/.../kultuurikoostöö on toimiv nende saatkondadega, kus on ametis kultuuriesindaja. Rohkem tähelepanu ja toetust vajavad siiski esindused, kus eraldi kultuuriesindajat ei ole. Vajadus kultuuriesindajate järele on tuntav eriti Põhjamaades, kus potentsiaal tihedamaks koostööks on suur“ (respondent 7).²²

Siit järeldub, et kultuuriesindaja kohalolek ongi vajalik pigem just nendes riikides, kus juba on näha koostöö potentsiaal ja toimub tihe kultuurisuhtlus, et pakkuda tuge ja panna olemasolev kultuurisuhtlus Eesti jaoks tööle.

Uuritavad nimetasid, et üks suurematest väljakutsetest on saada Eesti mõne festivali fookusmaaks ehk kasutada juba olemasolevat sihtriigi festivali enda esitlemiseks, kus on olemas taristu ja publik. See annab kõige suurema tähelepanu.

„Samuti on väljakutse saada mõne festivali fookusmaaks. Olgu see filmi-, folgi-, või uue muusika festival, näiteks Eesti fookus folgifestivalil Rudolfstadtis 2018. aastal või siis festivalil Nordischer Klang 2024. aastal. See võib olla ka Eesti õhtu, Eesti nädal, kus osalevad ka teised

²² Kultuuriesindaja ametikoha loomine ühte Põhjala riiki seoses hoogustunud koostöö ja süvendatud kontaktide loomise vajadusega on välja toodud arenguvajadusena ka kultuuriministeeriumi kultuuriprogrammis 2022-2025 (Kultuuriministeerium 2021d:43).

Saksa festivalikorraldajad. Vaid sellise fookuse korral Eestist kirjutatakse, mis omakorda tõstab Eesti tuntust. See on suur eesmärk, mille poole pingutada, mis alati ei õnnestu“ (respondent 2).

See viitab järjekordselt väikeriigi koostöövajadusele, mida on esile toonud ka Arengu ja Arengu (2013). Mitmed uuringus osalenud isikud meenutasid eredalt meeldejäanud 2018. aastat, mil tähistati Eesti Vabariik 100 rohkete kultuurisündmustega üle maailma. Kogu tegevus tugines ka siis koostööl nii riigisiselt kui ka kõrgetasemeliste välispartneritega. Näiteks Estonia teater andis gastrolle Moskva suures teatris, Tretjakovi galeriis Moskvast toimus Eesti kunstinäitus jpm (respondent 3) kui mainida vaid mõni näide neist. Respondendid ütlesid, et võib julgelt öelda, et 2018. aastal oli rahvusvahelise kultuurikoostöö tippaasta.

„üleüldise edu tagas asjaolu, et Eesti poolel tegid koostööd kõik asjasse puutuvad asutused. Kõik panustasid ja olid ühises infoväljas. Eestil toimus koostegemine. Eestlaste töökus midagi ette võtta ja lõpuni viia, tuli esile. Isegi kui Eestil ei ole välja panna staare nagu suurematel riikidel, öeldi ikkagi, et koostöö Eestiga on lihtne. See on usaldusväärne ja töötab“ (respondent 6)

Silmapaistvaid kultuuriüritusi on toimunud teisigi. Koroonapandeemia ajal aktiveerus koostöö EUNIC klastriga USA suunal. See ei olnud enam pelgalt Balti koostöö, vaid hõlmas koostööriike laiemalt.

„Virtuaalses residentuuri projektis nimega UN/MUTE osalseid loomingulised isikud Euroopast (Eesti, Leedu, Austria, Poola, Malta, Belgia, Saksamaa, Tšehhi, Rumeenia) ja USA-st. Kuid oluline seejuures on, et projekt liitis New Yorgis tegutsevaid kultuuriesindajaid ja toimusid positiivsed nihked koostöös. See oli üks hea näide ajast kui „midagi teha ei saanud“ (respondent 5).

EUNIC võrgustiku liikmete vahel saab jagada teadmisi ja suurendada oma võimekust (EUNIC Global 2022). Magistritöö autor arvab, et EUNIC platvormis osalemine on asjakohane just suurriikide suunas, kus väikeriikide koostöövajadus on suurem, nii nagu näitas ka eespool toodud näide USA-s.

Uuringu kohaselt üks nüanss, mis toimib kultuuridiplomaatias, on Eesti kultuuri tutvustamine läbi Eesti päritolu kultuuritegelaste, kes elavad või on elanud välismaal.

„2021. aastal möödus 120 aastat Eestist pärit Ameerika arhitekti Louis Kahni sünnist. Professionaalsetes kultuuriringkondades tekitas see suurt huvi, mis omakorda andis võimaluse panna inimesi huvituma Eestist. Koostöö toimus Louis Kahni Eesti fondiga ja Louis Kahni arhiividega Pennsylvania ülikoolis. Mälestusürituse raames toimus New Yorgi Skandinaavia majas vestlusring Harriet Pattisoni värskelt ilmunud raamatu „Kahn 120“ ainetel ja linastus Maria Juure lühifilm Jersey Homesteads: Louis Kahn and Small Town Modernism. Vestlusringis osalesid Louis Kahni poeg Nathaniel Kahn, tema ema ja raamatu autor Harriet Pattison ning William Whitaker, Pennsylvania ülikooli kuraator ja arhiivide juhataja. Nüüd aga tuleb Philadelphia linna²³ delegatsioon vastuvisiidile Kuressaarde maikuus 2022. aastal. Kokkuvõttes ületas see koostöö tavapärase kultuuridiplomaatia piirid“ (respondent 5).

Anholt on pakkunud (2010a), et kui riigil on tõsine huvi oma rahvusvahelist kuvandit tõsta, siis tuleks keskenduda „toote arendusele“ ja nende efektiivsele ja professionaalsele turundamisele. Antud näite põhjal saab „tooteks“ pidada Louis Kahni sünniaastapäeva, mida saab siduda edukalt Eestiga tõstes seeläbi Eesti tuntust ja kuvandit. See olukord näitab selgelt, et efektiivne on leida kokkupuutepunkte Eestiga, mida inimesed juba teavad ja selle peale saab hakata ehitama uusi suhteid, Eesti tutvustamist, kuvandi loomist.

Intervjuudest ilmnes veel, et olulist rolli mängivad Eesti kõneisikud. Kui välisriigi kodanik teab mõnda eestlast, kes on neile sümpaatne, keda nad usaldavad ja kelle väärtusi ja tõekspidamisi nad hindavad, aitab see tekitada usaldust kogu riigi vastu.

„Kuna Eesti on väikeriik, siis et Eestit tuntumaks teha, on vaja kõneisikuid. Näiteks peaminister Kaja Kallas on teinud suurepärase tööd ÜK meedias. Selles tuules saab ka kultuuri osas paremini jutule. Kuid pehme jõud on väga pikk ehitustöö. Tuleb luua aastate kaupa usaldust ja kasvatada positiivset kuvandit“ (respondent 8).

Teoorias on siin otseselt tegemist avaliku diplomaatia võtetega. Jowett ja O'Donnell (2011) järgi on avalik diplomaatia valitsuse kommunikatsioon välisriigi arvamusi liidrite või kodanikega sise- ja välispoliitilise sündmuste ja otsuste osas. Suhtlus välismeediaga seondub otseselt pehme jõu kasutamisega, peegeldades niiviisi riigi väärtusi (Nye 2004). Seetõttu on vaja liidreid, kõneisikuid, ükskõik mis valdkonnast, ka kultuurivaldkonnast, kelle arvamus

²³ Louis Kahn elas ja töötas Philadelphias.

läheb korda, et seeläbi luua vastastikust usaldust teiste riikidega ja panustada riigi maine kujundamisse.

Kokkuvõttes andsid intervjuu tulemused väljakutsete ja tulevikuvaate kategoorias mitmeid printsiipe, mis töötavad kultuuridiplomaatia praktikas.

Esiteks koostöö nii Eesti kui sihtriigi kultuurikollektiivide vahel. Kasutegureid sellisel koostööl on mitmeid: suurem nähtavus ja publikuarv, uued kontaktid kultuurikollektiivide vahel ning jätkutegevuste potentsiaal.

Järgmine samm on esitleda Eestit mõne sihtriigi juba toimiva festivali raames, kus on olemas taristu ja publik. See on kõige suurem väljakutse, sest Eesti mõne tuntud rahvusvahelise festivali fookusriigina annab suurima kandepinna välisriigi võtmeisikute ees, samuti avalikkuse tähelepanu, aidates tutvustada Eestit parimal moel.

Uuringu kohaselt üks oluline nüanss, mis toimib kultuuridiplomaatias, on Eesti kultuuri tutvustamine läbi Eesti päritolu kultuuritegelaste, kes elavad või on elanud välismaal. See olukord näitab selgelt, et efektiivne on leida neid kokkupuutepunkte Eesti ja välisriigi vahelisi kokkupuutepunkte, mille peale hakata ehitama uusi suhteid, koostöid, Eesti tutvustamist ning maine ja kuvandi loomist.

Kuna tänapäeval toimub kultuurisuhtlus suuresti ka üksikisikute ja organisatsioonide väljakujunenud kontaktide ja võrgustike vahel, on mõistlik seda isetoimivat voogu Eesti huvideks ära kasutada. Seega tuleks aidata ka nendel üritustel tõsta Eesti nähtavust, et tõhustada Eesti maine kujundamist. See toetab mõtet, et kultuuriesindaja kohalolek on vajalik just nendes riikides, kus on käimas aktiivne kultuurisuhtlus.

KOKKUVÕTE

Käesoleva magistritöö eesmärk oli välja selgitada, kas ja kuidas Eesti kultuuridiplomaatia toetab riigi rahvuslikke huve.

Eesti jaoks on olulised rahvuse, keele ja kultuuri säilimine, iseseisvuse ja sõltumatuse kindlustamine, kodanike julgeoleku ja heaolu tagamine. Et olla võimelised kaitsma oma väärtusi ja eesmärke võõrsil, on vaja teatavat mõjukust ja teiste riikide usaldust, mis omakorda eeldab tööd riigi mainekujundusega. Väikeriikide jaoks on positiivse kuvandi saavutamine välismaailma ees veelgi olulisem, et kompenseerida väiksusest ja ressursside piiratusest tulenevaid puudusi. Läbi kultuuri on võimalik tutvustada ja lähendada riike, ka mõjutada, luua positiivset kuvandit ning liita inimesi. Hästi planeeritud kultuuridiplomaatia saab panustada riigi tuntuse ja maine loomisse.

Magistritöö teoreetilises osas tutvustati erinevaid kontseptsioone nagu pehme jõud, väikeriik, avalik diplomaatia, kultuuridiplomaatia ja bränding.

Töö uurimisprobleem haakus pehme jõu teooriaga, mis tähendab võimet mõjuda teisi läbi atraktiivsuse, positiivse külgetõmbe ja kaasamise kaudu. Pehme jõud on väikeriikidele hädavajalik välispoliitiline võimuvälja laiendamise vahend. Kontseptsiooni looja Joseph Nye (2004) kohaselt on pehmel jõul kolm peamist komponenti: poliitilised väärtused, kultuur ja autoriteetne välispoliitika. Olles võtnud aluseks Triin Targa (2017) kultuuridiplomaatia definitsiooni: „Kultuuridiplomaatia all mõistetakse kõige laiemas tähenduses ühe riigi mõju suurendamist teises riigis selliste meetmete kaudu, mis ei toimi otsese poliitilise, majandusliku või militaarse kommunikatsiooni kaudu, vaid on pigem suunatud teise riigi laiema avalikkuse mõjutamisele eelkõige erinevate kultuurialaste tegevuste kaudu“ (Tark 2017:446), seondus pehme jõu käsitus otseselt käesoleva magistritöö fookusteamaga, milleks on väikeriigi kultuuridiplomaatia.

Töös käsitleti ka avaliku diplomaatia mõistet, mis tegeleb sõnumite levitamise ja välisriigi laiema avalikkuse mõjutamisega, mida saab rakendada ka läbi kultuuridiplomaatia. Kuna viimane tegeleb ühtlasi tähelepanu ja nähtavuse suurendamisega ning riigi kuvandi loomisega, võeti vaatluse alla ka riigi brändingu kontseptsioon.

Kuna Eesti on väikeriik, uuris magistritöö autor väikeriigi omadusi. Üks peamistest väikeriigi tunnustest on ressursside piiratus (Arengu ja Arengu 2013), mistõttu mängib olulist

rolli nende kuulumine multilateraalsetesse koostööorganisatsioonidesse, et vältida ebakindlust konkurentsitingimustes suurriikidega (Gashi 2016) ja võimendada oma häält maailmapoliitikas. Siit tulenevalt püstitas autor tööle hüpoteesi, et kui väikeriikide välispoliitika rakendamise puhul eelistatakse mitmepoolseid koostööorganisatsioone, siis vajatakse ka kultuuridiplomaatia teostamisel koostöövõrgustikke, et kujundada riigi mainet ning teenida Eesti huvisid parimal moel.

Kuivõrd kultuuridiplomaatia praktiliste meetodite kohta oli materjali vähe leida, eriti Eesti kontekstis, ka vastavate ministeeriumide aastaraamatud ei ole avalikud, samuti ei ole Eestil pikkade traditsioonidega arvukate välisesindustega rahvuslikke kultuuriinstitutsioone nagu paljudel suurriikidel, soovis autor teada saada:

- kuidas Eesti kasutab kultuuridiplomaatia võimalusi riigi tuntuse ja maine loomiseks ja hoidmiseks ning välispoliitiliste eesmärkide saavutamiseks?
- millised kultuuridiplomaatilised võtted teenivad Eesti huvisid parimal moel?

Et täita töö eesmärki, leida vastused eeltoodud uurimisküsimustele ning testida hüpoteesi, viis autor läbi juhtumiuuringu Eesti kultuuridiplomaatiast.

Ühtekokku toimus kaheksa poolstruktureeritud intervjuud ekspertide ja praktikutega. Nende hulgas olid kõik seitse Eesti kultuuriesindajat välismaal, kes on riigi peamised kultuuridiplomaatia teostajad. Et saada uuringusse välispoliitilist vaatenurka, viidi läbi intervjuu ka välisministeeriumi esindajaga. Taustauuringuks kasutati dokumente jm veebiväljaandeid.

Uuringu käigus jõuti järgmiste tulemusteni:

Eesti kultuuridiplomaatia toetab riigi rahvuslikke huve, kuid magistritööle suurema väärtuse annab teave, kuidas ta seda teeb. Eesti kultuuriesindajad välisriikides panustavad erinevate kultuurisündmuste korraldamisse sihtriigis, olgu nendeks näitused, kontserdid, kirjandus- või filmiõhtud. Kuid mitte ainult – olulise osa nende tööst moodustavad uute kontaktide loomine ja hoidmine välisriigi strateegiliste partneritega ning Eesti ja välisriigi kultuuritegijate ühendamine. Tegevuse üldeesmärgiks on usalduse ja ühise mõttevälja tekitamine.

Autor toob välja toimivamad võtted ja strateegiad, kuidas Eesti kasutab kultuuridiplomaatia võimalusi riigi tuntuse ja maine loomiseks ja hoidmiseks, toetades seeläbi Eesti huvisid ja välispoliitiliste eesmärkide saavutamist.

1. Kultuuridiplomaatiaalane koostöö käib erinevatel tasanditel. Riikide tasandil tehakse sihtriigis kõige enam **koostööd Balti riikidega**, kuid see ei ole eesmärk omaette. Eesti on väikeriik ning sihtriigi partnerid eelistavad esitleda Balti riike tervikuna (nt New Yorgi ja Londoni Balti filmifestivalid, Balti fookus Londoni raamatumessil jpt). Eriti puudutab see kultuuridiplomaatiat suurriike suunal (USA, ÜK, Saksamaa), kus Balti koostöö on tihti möödapääsmatu, sest väikeriigid omaette on liiga tundmatud. Praktikas on Balti riigid erinevad kõikvõimalikes korralduslikes pisidetailides ning võimalusel eelistab igaüks olla iseseisvalt tähelepanu keskpunktis. Koostööd on tehtud ka Põhjamaadega, kuid vähem. Põhjamaad tahavad hoida omaette.

2. Oluline on leida **strateegiline koostööorganisatsioon sihtriigis** ning eelnevalt selgitada tema tausta ja mainekust. Täpsemalt tähendab see, kas tegemist on suure rahvusvahelise festivaliga, kultuurikeskusega, mõne tunnustatud kultuurikollektiiviga või väheste kogemustega üksiküritajaga. Eesti kultuuriesindajad ega saatkond ise avalikke kultuuriüritusi ei korralda printsiibil rentida ise ruumid, teha turundust jne. See ei tööta, sest on minimaalse tuleviku perspektiiviga. Esmatähtis on leida kohapealne partner. Mida mõjukam ja mainekam on koostööpartner välisriigis, seda suurem saab olla panus Eesti kuvandi loomisse.

3. Eesti mõne välisriigi **festivali fookusmaana** on üks suurimaid väljakutseid, mida saavutada. See võimaldab aga kasutada juba toimivat platvormi enda esitlemiseks, kus on olemas taristu, meediatöö ja publik. Selline koostöö on suurima tähelepanu potentsiaaliga sihtriigis ning teenib Eesti huvisid parimal moel.

4. **Ühised kultuurisündmused Eesti ja välisriigi kultuurikollektiivide vahel ning välismaal resideeruvate Eesti kultuuri tipptegijate (muusikud, kunstnikud, arhitektid jne) kaasamine.** Kuna Eesti on väikeriik, kellest palju ei teata, eriti suurriikide suunal, tuleb leida need ühised kokkupuutepunktid, millele hakata koostööd ehitama. Välismaal resideeruvad Eesti kultuuritegijad on väärtuslikud kultuurisaadikud maailmas. Koostöö Eesti ja välisriigi kultuurikollektiivide vahel saab tekitada võimalikke uusi koostööprojekte

tulevikuks, mis on jätkusuutlikkuse vaatenurgast ülioluline. Sellised koostööd on väärtuslikud ning teenivad Eesti huvisid parimal moel.

5. **Välisriigi strateegiliste partnerite ja valdkonna ekspertide toomine Eestisse**, kas festivalidele, *showcase* üritustele või muudele sündmustele. Tegemist on olulise võttega kultuuridiplomaatias, sest loob parimad eeldused siduda inimesed Eestiga. See on tähelepanu osutamine, hoolimine, õigete kontaktide kokkuviiimine ja teenib Eesti huve parimal moel.

6. **Eesti kultuuriprofessionaalide ja organisatsioonide igapäevaselt toimiva rahvusvahelise kultuurisuhtluse sidumine Eestiga.** Tänapäeval toimub vilgas kultuurikoostöö inimeste isiklike võrgustike ja organisatsioonide vahel ilma riigipoolse sekkumiseta. Taolist isetoimivat kultuurikoostööd on kultuuriesindajad edukalt ära kasutanud, suunates ja aidates muuta sealjuures Eestit nähtavamaks, näiteks saates välja informatsiooni, kutsudes kohale olulisi välisriigi partnereid. Sellised üritused kõik rikastavad Eesti kultuuri tutvustamist võõrsil, kuid sinna juurde tuleb teadlikult lisada nii-öelda „Eesti silt“.

Kokkuvõttes, nii nagu väikeriigid välispoliitika rakendamisel, vajab ka Eesti kultuuridiplomaatias koostööd erinevatel tasanditel nii teiste riikide, organisatsioonide kui kultuurikollektiividega. Eestil kui väikeriigil ei ole nii palju finants- ja inimjõu ressursse oma unikaalse kultuuri levitamisel, mistõttu üldises vaates leidis töös püstitatud hüpotees kinnituse, kuid siin on teatud mööndused. Nimelt, kultuuridiplomaatia üks peamisi ülesandeid on tähelepanu tekitamine ja maine kujundamine. Uuringu tulemusel sai Eesti näitel selgeks, et riigid teostades kultuuridiplomaatiat kindlas sihtriigis, et torma esimesel võimalusel koostöösse oma lähiriikidega, sest see vähendab endale saadavat tähelepanu. Eelistatuim formaat on esitleda end riigina üksi. Kuid koostööd oma lähiriikidega sihtriigis rakendatakse juhtudel, kui riik eraldiseisvalt ei suudaks seda saavutada (nt Balti fookus Londoni raamatumessil, 2018).

Ettepanekud:

1. Digiajastule kohaselt on tekkinud suurel hulgal virtuaalseid võimalusi riigi tutvustamiseks, tõusnud on sotsiaalmeedia osatähtsus. Kuna kultuuriesindajate töö on kordades intensiivistunud võrreldes viieteist aasta tagusega, siis on kahju kui aja- ja inimjõu ressursi puudumisel jäävad nüüdisaegsed võimalused osaliselt kasutamata. See puudutab digikultuuri laiemalt, kus puuduvad ka esinduslikud materjalid. Autori arvates tuleb tugevalt tegeleda

kultuuri digitaliseerimisega, sest Eesti kultuuri kättesaadavus digitaalsetes keskkondades on kestlikkuse seisukohalt määrava tähtsusega.

2. Ukraina sõja kontekstis on tulnud ilmsiks, et kultuuridiplomaatia vahendeid oleks võinud teadlikumalt kasutada just läbi narratiivse ajaloo jutustamise. Kultuuridiplomaatias üks tegevussuund on artistide ühendamine, sündmuste korraldamine, kuid et kultuuri potentsiaali mõtestatumalt kasutada välispoliitiliste eesmärkide teenistusse, tuleks ka teine, ajalooline tegevussuund töös hoida.

3. Arvestades töömahtusid USA suunal, tuleks kindlasti kaaluda muuta sealse kultuuriesindaja ametikoht täisajaga töökohaks, sest arvestades tohutut potentsiaali, mida New York (ja USA laiemalt) pakub kultuurikoostöö mõistes, jäi intervjuust selge arusaam, et osalise koormuse puhul jäävad paljud võimalused aja- ja inimeressursi puudusel kasutamata.

Käesoleva magistritöö raames välja toodud printsiibid ja mõtted Eesti kultuuridiplomaatia kohta ei anna alust öelda, et sellist tegutsemisviisi praktiseerivad kõik väikeriigid. On ilmselge, et uuringu tulemused ja ettepanekud ei pretendeeri ainuvõimalikele lahendustele, kuidas korraldada hästitoimivat kultuuridiplomaatiat väikeriigi perspektiivist. Kultuuridiplomaatiat praktiseerivad tuntuse ja maine tõstmiseks ning suhete loomiseks suur hulk riike. Iga riik peab valima oma strateegiad vastavalt oma vajadustele ja võimalustele. Mis toimib ühe väikeriigi puhul, ei pruugi toimida teise väikeriigi puhul. Pigem saab töö pakkuda mõtlemisainet valdkonnas tegutsejatele ja teistele huvitatutele, samuti tõsta teadlikkust kultuuridiplomaatia rollist.

Uuringut läbi viies puutus autor kokku ka mitmete piirangutega, millest peamisemad on seotud andmekogumisega, näiteks uurija vähene kogemus intervjuueerijana. Pilootintervjuu küll aitas kaasa edasiste intervjuude läbiviimisel, kuid oskus küsida täpsustavaid lisaküsimusi oleks andud andmestikku veelgi mitmekesistada.

Analüüsi koostades selgus ka uurijale, et analüüsiks kuluv aeg on märgatavalt suurem kui algselt planeeriti. Uurija kavatses saata transkriptsioonid respondentidele ülelugemiseks, kuid seda ei tehtud ajalise piirangu tõttu, olgugi, et see oleks võimaldanud andmestikku tõenäoliselt sisurikkamaks muuta. Tänu praegusele kogemusele saab autor arvestada nimetatud aspektidega tulevikus.

Autori arvates võiks kaaluda edaspidi läbi viia kvalitatiivne võrdlev analüüs valitud väikeriikide kultuuridiplomaatiast, et teha järeldusi toimivate kultuuridiplomaatia vahendite ja meetodite kohta mitme riigi kontekstis. Ja veel – kuna kultuuridiplomaatiat saab rakendada läbi suurürituste, võiks tulevikus välja selgitada, kas ja kuidas annab selleks võimaluse näiteks maailmanäitus EXPO.

Kasutatud allikad

- Anholt, S.** (2007) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, *Palgarve Macmillan*
- Anholt, S.** (2010a) Definitions of place branding – Working towards a resolution. *Place branding and public diplomacy*, 6 (1), 1-10
- Anholt, S.** (2010b) *Places: Identity, Image and Reputation*, *Palgarve Macmillan*
- Anholt, S.** (2013) Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations, *The Journal of Public Diplomacy*, 2 (1), 6-12
- Arengu, L., Arengu, M.-M.** (2013) Eesti kui väikeriigi välispoliitiline kapital: Kõva jõud, koostöö ning pehme jõud läbi traditsioonilise ja avaliku diplomaatia, *Acta Politica Estica* 4, erinumber: *Eesti välispoliitika: eesmärgid ja väljakutsed eile ja homme*
- Arndt, R., T.** (2005) *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, *Potomac Books*
- Berridge, G. R., James, A.** (2003) *A Dictionary of Diplomacy, Second Edition*, *Palgarve*
- Boas, T. C., Gans-Morse, J.** (2009) Neoliberalism: From New Liberal Philosophy to Anti-Liberal Slogan, *Studies in Comparative International Development*, 44 (2), 137-161
- Brand Finance**, Global Soft Power Index 2022, https://brandirectory-live-public.s3.eu-west-2.amazonaws.com/reports_free/brand-finance-soft-power-index-2022.pdf (vaadatud 10.04.2022)
- British Council**, <https://www.britishcouncil.ee/en/about> (vaadatud 10.03.2022)
- Cultural Relations Platform**, <https://www.cultureinexternalrelations.eu/> (vaadatud 28.02.2022)
- Cummings, M. C.** (2003) *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, *Cultural Diplomacy Research Series*, *Washington*
- Dookeran, W., Mohan, S. P.** (2019) Small state diplomacy and global competitiveness, *Small States & Territories*, 2 (1), 69-82
- Dorbayani, M.** (2019) *Cultural Diplomacy: No Bullet, No Blood, A Transformative Force to Advance Understanding and Dialogue*, *WAALM Publications*
- Eesti Instituut**, <https://estinst.ee/meist/eesti-instituut-soomes/> (vaadatud 28.10.2021)
- EUNIC Global**, <https://www.eunicglobal.eu/> (vaadatud 28.02.2022)

- Euroopa Komisjon** (2016a) Liidu välisasjade ja julgeolekupoliitika kõrge esindaja ühisteatis Euroopa Parlamendile ja Nõukogule. Rahvusvaheliste kultuurisuhete ELi strateegia, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0029&from=ET> (vaadatud 28.11.2021)
- Euroopa Komisjon** (2016b) Uus strateegia, et asetada kultuur ELi rahvusvaheliste suhete keskmesse, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/et/IP_16_2074 (vaadatud 29.11.2021)
- Euroopa Komisjon** (2022) Kultuur ja meedia, https://ec.europa.eu/info/topics/culture-and-media_et (vaadatud 22.03.2022)
- Fan, Y.** (2008) Soft power: Power of attraction or confusion? *Place Branding and Public Diplomacy*, 4 (2), 147–158
- Fan, Y.** (2010) Branding the nation: Towards a better understanding, *Place Branding and Public Diplomacy*, 6 (2), 97–103
- Feigenbaum, H., B.** (2001) Globalization and Cultural Diplomacy, *Center for Arts and Culture, Art, Culture & the National Agenda Issue Paper*
- Gashi, B.** (2016) The role and impact of the small states' diplomacy on regional and international security, *ILIRIA International Review*, 6 (1), 145-156
- Gienow-Hecht, J. C., Donfried, M. C.** (2010) Explorations in Culture and International History, *Searching for a cultural diplomacy*, Berghahn Books, 6
- Gurgu, E.** (2016) The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization, *Annals of Spiru Haret University, Economic Series*, 2/2016
- Hall, S.** (2011) The Neo-Liberal Revolution, *Cultural Studies*, 25 (6), 705-728
- Harrison, L., E., Huntington, S., P.** (2002) Kultuur on tähtis: Kuidas väärtushinnangud kujundavad inimarengut, *Kirjastus Pegasus*
- Harvey, D.** (2005) A Brief History of Neoliberalism, *Oxford University Press*
- Hayden, C.** (2012) The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts, *Lexington Books*
- Iaydjiev, I.** (2013) Searching for Influence and Persuasion in Network-Oriented Public Diplomacy: What Role for “Small States”?, *The Journal of Public Diplomacy*, 2 (1), 40-48
- Isar Y. R.** (2015) Culture in EU external relations: an idea whose time has come?, *International Journal of Cultural Policy*, 21 (4), 494-508
- Jowett, G., S., O'Donnell, V.** (2011) Propagandast ja mõjustamisest: Uusi ja klassikalisi käsitlusi, *Kirjastus Tänapäev*

- Kearn, D.** (2011) The Hard Truths about Soft Power, *Journal of Political Power*, 4 (1), 65–85
- Kounalakis, M., Simonyi, A. A.** (2011) The Hard Truth About Soft Power. *Figueroa Press, Los Angeles*
- Kultuuriministeerium** (2021a) Kultuuri arengukava 2021-2030, <https://www.kul.ee/kultuur2030> (vaadatud 28.10.2021)
- Kultuuriministeerium** (2021b) Eesti kultuuriesindajad, <https://www.kul.ee/asutus-uudised-ja-kontakt/rahvusvaheline-koostoo-ja-euroopa-liit/eesti-kultuuriesindajad> (vaadatud 28.10.2021)
- Kultuuriministeerium** (2021c) Riikidevaheliste kultuurikoostöölepete täitmine, <https://www.kul.ee/riikidevaheliste-kultuurikoostoelepete-taitmine> (vaadatud 12.12.2021)
- Kultuuriministeerium** (2021d) Strateegilised alusdokumendid ja programmid, Kultuuriprogramm 2022-2025, <https://www.kul.ee/asutus-uudised-ja-kontakt/organisatsioon/strateegilised-alusdokumendid-ja-programmid> (vaadatud 7.05.2022)
- Kultuuriministeerium** (2022) Eesti peatab riikliku kultuurikoostöö Venemaaga, <https://www.kul.ee/uudised/eesti-peatab-riikliku-kultuurikoostoo-venemaaga> (vaadatud 28.02.2022)
- Lagerspetz, M.** (2021) Ühiskonna uurimise meetodid, Sissejuhatus ja väljajuhatus, *Tallinna Ülikooli Kirjastus*
- Laherand, M.-L.** (2008) Kvalitatiivne uurimisviis, *OÜ Infotrükk*
- Lavender, A.** (2021) Neoliberalism, Theatre and Performance, *Routledge*
- Layne, C.** (2010) The Unbearable Lightness of Soft Power, Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives, *New York: Taylor & Francis*
- Leivo, K.** (2003) Väliskultuuripoliitika, Välisministeeriumi aastaraamat, 73-76, <https://vm.ee/sites/default/files/content-editors/web-static/069/valiskultuur.pdf>
- Lenczowski, J.** (2009) Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy, IV ptk. raamatust „Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare (toim. Waller, M., J.), *World Politics Press*
- Leonard, M., Small, A.** (2003) Norwegian Public Diplomacy, *London, The Foreign Policy Centre*
- Lithuanian Culture Institute**, <https://english.lithuanianculture.lt/> (vaadatud 2.05.2022)
- London Speaker Bureau**, <https://londonspeakerbureau.com/how-good-is-your-country/> (vaadatud 25.03.2022)
- Łoś, R.** (2017) Soft Power in Contemporary International Relations, *Łódź University Press*

- Läänemets, M.** (2021) Aasia sajand II – Hiina maailmakord? *Sirp* (09.04.2021)
- Mikkonen, S., Scott-Smith, G., Parkkinen, J.** (2019) Entangled East and West: Cultural Diplomacy and Artistic Interaction during the Cold War; Rethinking the Cold War, 4, *De Gruyter*
- Mikkonen, S., Suutari, P.** (2016) Music, Art and Diplomacy: East-West Cultural Interactions and the Cold War, *Routledge*
- Moilanen, T., Rainisto, S.** (2009) How to brand nations, cities and destinations. A planning book for place branding, *Palgrave Macmillan: Chippenham*
- Nisbett, M.** (2016) Who Holds the Power in Soft Power?, *Arts & International Affairs*, 1 (1)
- Nye, J., S., Jr.** (2004) Soft Power: The Means to Success in World Politics, *Public Affairs*, New York
- Nye, J., S., Jr.** (2011) The Future of Power, *Public Affairs*, New York
- O'Regan, T.** (2004) Cultural Exchange, XV ptk. raamatust „A Companion to Film Theory“ (toim. Miller, T., Stam, R.), *Blackwell Publishing*
- Paet, U.** (2021) Euroopa Liidu mõjuka välispoliitika võimalikkusest, *Kirjastus Varrak*
- Papp-Váry, Á., F.** (2018) Country branding: what branding? Relevant terminologies and their possible interpretations in the case of countries, *Economic and Regional Studies*, 11 (4), 7-26
- Paschalidis, G.** (2009) Exporting national culture: histories of Cultural Institutes abroad, *International Journal of Cultural Policy*, 15 (3), 275-289
- Patalakh, A.** (2016) Assessment of Soft Power Strategies: Towards an Aggregative Analytical Model for Country-Focused Case Study Research, *Croatian International Relations Review*, 22 (76), 85-112
- Qin, Y.** (2020) Diplomacy as Relational Practice, *The Hague Journal of Diplomacy*, 15 (1-2), 165-173
- Rausmaa, H.** (2015) Kultuuri sildi all saab üsna palju ära teha: Soome ja Eesti poliitilised suhted 1988. aasta kevadest diplomaatiliste suhete sõlmimiseni 1991. aasta augustis, *Kirjastus Argo*
- Reus-Smit, C.** (2019) International Relations Theory Doesn't Understand Culture, *Foreign Policy*, <https://foreignpolicy.com/2019/03/21/international-relations-theory-doesnt-understand-culture/> (vaadatud 24.10.2021)
- Roosmaa, U.** (2022) Intervjuu Briti Nõukogu Eesti esinduse juhatajaga (toimus 11.03.2022)

- Schneider, C., P.** (2005) Culture Communicates: US Diplomacy That Works, VIII ptk. raamatust „The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations“ (toim. Melissen, J.), *Palgrave Macmillan*
- Schunz, S.** (2017) Culture in EU external relations, The quest for a cultural diplomacy, The European Union's Evolving External Engagement, 9, 173-195, *Routledge*
- Steinmetz, R., Wivel, A.** (2010) Small States in Europe: Challenges and Opportunities, *Ashgate Publishing*
- Stelowska, D.** (2015) Culture in International Relations: Defining Cultural Diplomacy, *Polish Journal of Political Science*, 1 (3), 50-72
- Strömpl, J.** (2014) Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas, *Juhtumiuurimus, Tartu Ülikool*, <https://samm.ut.ee/juhtumiuurimus> (vaadatud 8.05.2022)
- Sulg, M.-L., Crandall, M.** (2019) Välispoliitika muutuv maailmas: väljakutsed ja võimalused Eesti kui väikeriigi vaatenurgast, *Acta Politica Estica*, 10
- Szondi, G.** (2008) Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences, Discussion Papers in Diplomacy, *The Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'*, *Discussion Papers in Diplomacy*, 112
- Tark, T.** (2017) Kodu- ja väliseestlaste vahelise kultuurisuhtluse institutsionaalne raamistik Nõukogude Liidu kultuuridiplomaatia kontekstis. *Ajalooline Ajakiri*, 4 (162), 445–474
- Tartu Ülikool** (2022) Eesti ülikoolid peatavad koostöö Venemaa ja Valgevene kõrgkoolide ja teadusasutustega, <https://ut.ee/et/sisu/eesti-avalik-oiguslikud-ulikoolid-peatavad-koostoo-venemaa-ja-valgevene-korgkoolide-ja> (vaadatud 28.02.2022)
- The Commonwealth**, <https://thecommonwealth.org/our-work/small-states> (vaadatud 24.03.2022)
- The Good Country**, <https://www.goodcountry.org/> (vaadatud 15.02.2022)
- The Soft Power 30**, <https://softpower30.com/> (vaadatud 14.12.2021)
- Vabariigi Valitsus** (2021) Strateegia „Eesti 2035“ <https://valitsus.ee/strateegia-eesti-2035-arengukavad-ja-planeering/strateegia/materjalid> (vaadatud 15.01.2022)
- Virkus, S.** (2010) Infokäitumise, info hankimise ja otsingu ning infopädevuse uurimise meetodid, *Tallinna Ülikool*, https://www.tlu.ee/~sirvir/Infootsingu%20teooria/Infokaitumise,%20info%20hankimise%20ja%20otsingu%20ning%20infopadevuse%20uurimise%20meetodid/lk_32.html (vaadatud 7.05.2022)

- Välisministeerium** (2020) Välispoliitika arengukava 2030,
https://vm.ee/sites/default/files/Estonia_for_UN/Rasmus/valispoliitika_arengukava_01.07.2020.pdf
- Välisministeerium**, <https://vm.ee/et/valisministeerium-0> (vaadatud 04.04.2022)
- Weidebaum, R.** (2004) Esimene aasta kultuuriatašeed Saksamaal,
<https://www.yumpu.com/de/document/read/19521240/esimene-aasta-kultuuriataseed-saksamaal-das-erste-jahr-estland> (vaadatud 26.02.2022)
- Wolf, C. Jr., Rosen, B.** (2004) Public Diplomacy. How to Improve It and Think About, Santa Monica, CA, Rand Corporation
- Yin, R. K.** (2009) Case study research, Design and methods, 4th edition, SAGE Publications, Inc.

Lisa 1. Intervjueeritavate nimekiri ja intervjuude toimumisajad

- Respondent 1: Eesti kultuuriesindaja Belgias (21.02.2022)
- Respondent 2: Eesti kultuuriesindaja Saksamaal (22.02.2022)
- Respondent 3: Eesti kultuuriesindaja Venemaal (22.02.2022)
- Respondent 4: Eesti kultuuriesindaja Soomes (23.02.2022)
- Respondent 5: Eesti kultuurireferent Ameerika Ühendriikides (28.02.2022)
- Respondent 6: Eesti kultuuriesindaja Prantsusmaal (1.03.2022)
- Respondent 7: Välisministeeriumi esindaja (9.03.2022)
- Respondent 8: Eesti kultuuriesindaja Ühendkuningriigis (17.03.2022)

Lisa 2. Intervjuude küsimused

Kultuuridiplomaatia olemus ja eesmärgid

- Mis on kultuuridiplomaatia ja mis on selle eesmärk?
- Kas ja kuidas eristub kultuuridiplomaatia traditsioonilisest diplomaatiast?

Rahvusvahelised kultuurisuhted ja välispoliitika

- Kas ja kuidas on omavahel seotud kultuuridiplomaatia ja välispoliitika?
- Kirjeldage Eesti ja sihtriigi kultuurisuhteid. Milline on sihtriigi huvi teha kultuurikoostööd Eestiga?

Strateegia ja tegevused

- Kirjeldage Eesti kultuuridiplomaatia strateegiat ja tegevusplaani sihtriigis. Millist rolli täidab selles kultuuriesindaja?
- Mis on rahvusvahelise kultuurikoostöö toimimise kriteeriumid? Tooge näiteid.
- Kas ja kuidas erineb Eesti kultuuridiplomaatia teiste riikide kultuuridiplomaatiast? Tooge näiteid.

Koostöö teiste sektorite ja poliitikavaldkondadega

- Kas ja kuidas toimub kultuuridiplomaatia ja teiste välissuhete valdkondade vaheline koostöö? Tooge näiteid.

Väljakutsed ja tulevikuvaade

- Kas kultuuridiplomaatia on aastate jooksul muutunud? Tooge näiteid.
- Kas ja milliseid õppetunde ja väljakutseid on pakkunud kultuuridiplomaatia?
- Kas ja millised on olnud kultuuridiplomaatia eredamad õnnestumised? Või ka ebaõnnestumised?
- Milline on kultuuridiplomaatia tulevikuvaade?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Svea Ideon-Marks (isikukood 47802260356), annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Väikeriigi kultuuridiplomaatia Eesti näitel“, mille juhendaja on Olga Bogdanova,

- reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- üldsusele kättesaadavaks tegemiseks ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
- kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.