

ROLUL FACTORULUI CULTURAL ÎN CREAREA IMAGINII FAVORABILE A REPUBLICII MOLDOVA

Aliona DELINSCHI,

masterandă, anul II, Facultatea Relații Internaționale, Științe Politice și Administrative,
Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 327:008:659.126(478)

E-mail: delinschi.aliona@gmail.com

În ultimii ani, diplomația culturală și brandingul național au dobândit o importanță sporită în cadrul relațiilor internaționale, fiind considerate instrumente esențiale pentru consolidarea imaginii externe a statelor și promovarea intereselor naționale. Cultura este valorificată tot mai mult ca un vector strategic capabil să proiecteze o imagine pozitivă și coerentă la nivel internațional, contribuind atât la consolidarea identității naționale, cât și la formarea percepțiilor favorabile în rândul publicului extern. Diplomația culturală presupune organizarea și participarea la evenimente, festivaluri, expoziții și alte activități care reflectă specificul cultural al fiecărui stat, iar strategiile de branding național integrează cultura drept pilon central pentru a crea o imagine atractivă, autentică și sustenabilă. În acest sens, cultura poate fi transformată dintr-un simplu element identitar într-un instrument puternic de afirmare și promovare a imaginii unei țări în spațiul internațional.

Fundamentarea teoretică a cercetării se bazează pe contribuțiile unor autori care au analizat cultura și identitatea națională din diverse perspective. Benedict Anderson, în *Imagined Communities* [1, p.6], susține că națiunile sunt construcții sociale modelate de cultură și istorie. Stuart Hall, în *Cultural Identity and Diaspora* [8, p. 225], evidențiază rolul culturii în definirea identității naționale în contextul globalizării. John Fiske, în *Introducere în științele comunicării* [6, p.121], consideră cultura un parametru anti-entropic, esențial pentru structurarea valorilor sociale. Clifford Geertz [7], propune o perspectivă interpretativă, definind cultura drept un „țesut de semnificații” prin care oamenii își structurează experiențele. Pierre Bourdieu, în *Distincția: O critică socială a judecății de gust* [4], analizează gusturile estetice ca forme de distincție socială și reproducere a inegalităților.

În literatura românească, Lucian Boia, în *Două secole de mitologie națională* [2, pp. 104-109], subliniază rolul miturilor în construirea identității colective și imaginii externe. Aurelian Bondrea, în *Sociologia culturii* [3, p. 95], definește cultura ca ansamblul valorilor materiale și spirituale acumulate de omenire. Alexandru Tănase, în *Cultură și civilizație* [9, p.13], corelează cultura cu natura, societatea, conștiința individuală și socială, precum și cu personalitatea umană. Ovidiu Drâmba, în *Istoria culturii și civilizației* [5, p. 6], afirmă că sfera culturii include atitudini și acțiuni ale spiritului și intelectului, precum datini, credințe, creații științifice și artistice.

Majoritatea studiilor analizează teoretic imaginea națională și influența culturii asupra percepției externe, aspectele aplicative fiind rar abordate. În cazul Republicii Moldova, literatura de specialitate este limitată, iar relația dintre cultura națională și percepțiile internaționale rămâne insuficient explorată, deși interesul pentru diplomația culturală și brandingul național este în creștere, necesitând analize mai aprofundate și adaptate contextului specific al țării.

În acest sens, promovarea imaginii Republicii Moldova prin cultură întâmpină o serie de provocări semnificative, care afectează atât dimensiunile structurale, cât și funcționale ale procesului. Printre principalele obstacole se numără subfinanțarea persistentă a sectorului cultural, ce limitează capacitatea instituțiilor de a realiza proiecte ample și de a participa activ la evenimente culturale internaționale. Lipsa unui brand cultural clar și coerent împiedică crearea unei imagini unitare și atractive pe plan extern, în timp ce insuficiența platformelor și mecanismelor dedicate promovării externe reduce vizibilitatea țării pe scena culturală globală. Fragmentarea și colaborarea limitată între actorii naționali și internaționali implicați în promovarea imaginii culturale generează incoerență în politici și eforturi dispersate, diminuând potențialul cultural al Republicii Moldova de a-și consolida poziția pe harta internațională. Aceste provocări subliniază necesitatea unor intervenții strategice, integrate și coordonate pentru optimizarea utilizării resurselor și creșterea eficienței diplomației culturale.

Pentru a valorifica strategic potențialul cultural, este esențială elaborarea unei strategii naționale coerente de promovare culturală externă, care să cuprindă obiective clare, piețe-țintă bine definite și mecanisme eficiente de monitorizare și evaluare. Aceasta trebuie susținută de un cadru instituțional robust, care să faciliteze cooperarea între Ministerul Culturii, Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, autorități locale, diaspora și societatea civilă. În plan operațional, se recomandă sporirea investițiilor publice și private în sectorul cultural și industriile creative, precum și dezvoltarea unor parteneriate internaționale durabile care să asigure expertiză, vizibilitate și finanțare complementară. Crearea unei platforme digitale integrate de promovare culturală ar facilita accesul global la informații despre patrimoniu, artiști contemporani și proiecte culturale, sporind vizibilitatea externă și educația culturală internă. Mass-media reprezintă un vector strategic în amplificarea imaginii culturale, motiv pentru care este necesară dezvoltarea unui program coerent de comunicare culturală, realizat în parteneriat cu instituțiile media naționale și internaționale. Acesta ar trebui să includă producerea și difuzarea de documentare, interviuri, reportaje și campanii digitale multilingve adaptate publicului global.

Diplomația culturală trebuie consolidată prin formarea de reprezentanți culturali în cadrul ambasadelor și integrarea culturii în agenda diplomatică, susținând totodată organizarea de expoziții, festivaluri, turnee și proiecte de restaurare și promovare a patrimoniului cultural. De asemenea, educația culturală trebuie întărită încă din școală, prin programe și proiecte educaționale care să formeze o generație conștientă și responsabilă față de valorile culturale naționale. Prin implementarea acestor direcții strategice și operaționale, cultura poate deveni un pilon fundamental al afirmării

internațională a Republicii Moldova, contribuind la construirea unei imagini pozitive, credibile și autentice, ancorate în valorile europene și în diversitatea culturală.

Totodată, promovarea culturii trebuie să reflecte atât identitatea națională, cât și deschiderea către dialogul intercultural și inovație, elemente care sporesc atractivitatea țării pe plan extern. În acest fel, cultura devine un instrument dinamic și versatil, capabil să susțină afirmarea Republicii Moldova în spațiul internațional.

Referințe:

1. ANDERSON B., *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, London – New York, 1983, p. 6.
2. BOIA L., *Două secole de mitologie națională*, Humanitas, București, 1999, 2011, pp. 104-109.
3. BONDREA A., *Sociologia culturii*. București: Editura Fundației „România de mâine”, 1993, p. 95.
4. BOURDIEU P., *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, translated by Richard Nice, Harvard University Press, 1984.
5. DRÎMBA O., *Istoria culturii și civilizației*. București: Editura Saeculum, 1998, p. 6.
6. FISKE J., *Introducere în științele comunicării*. Iași: Ed. Polirom, 2003, p. 121.
7. GEERTZ C., *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, INC., Publishers New York, 1973.
8. HALL S., *Cultural Identity and Diaspora*, <https://warwick.ac.uk/fac/arts/english/currentstudents/postgraduate/masters/modules/asiandiaspora/hallculturalidentityanddiaspora.pdf>. (vizitat 17.03.2025), p. 225.
9. TĂNASE A., *Cultură și civilizație*. București: Editura Politică, 1977, p. 13.

Recomandat

Silvia DULSCHI, *dr., conf. univ.*