

**AZ ELEGANCIA KULTÚRÁJA
A DIVAT SZEREPE A NEMZETKÖZI
KAPCSOLATOKBAN ÉS KOMMUNIKÁCIÓBAN**

**THE CULTURE OF ELEGANCE
THE ROLE OF FASHION IN INTERNATIONAL
RELATIONS AND COMMUNICATION**

GONDÁN-JANCSÓ Orsolya

Kulcsszavak: *divatdiplomácia, kulturális párbeszéd, soft power,
stratégiai kommunikáció, diplomáciai imázsépítés*

Keywords: *fashion diplomacy, cultural discourse, soft power,
strategic communication, diplomatic image-building*

JEL kód: F59

<https://doi.org/10.33565/MKSV.2025.01.02>

ABSZTRAKT

A divatdiplomácia kanonizálása ugyan még folyik, egyre többször kerül elő a tudományos párbeszédben. Ennek oka, hogy a mind inkább globalizált világunkban egyrészt a soft power egyre „puhább” területeken érvényesül, másrészt szükség van olyan új utakra, amelyek az egységet és a kölcsönös tiszteletet jelenítik meg, miközben a diplomácia megszokott formáival kapcsolatos szkepticizmus elkerüli őket. A divatdiplomácia üzenetek közvetítésére alkalmas komplex társadalmi kód, ugyanakkor interkulturális mediációs felületként nemcsak kulturális, de gazdasági dimenziókkal is bír. A tanulmány a divatdiplomácia gyakorlati alkalmazását vizsgálja különböző földrajzi és kulturális környezetben szolgálatot teljesítő magyar diplomaták körében. A kutatás tizenhét magyar nagykövetség válaszáira támaszkodva térképezi fel milyen szerepet tölt be az öltözködés a diplomáciai munkában, valamint, hogy mennyire használják stratégiai eszközként. Az eredmények azt mutatják: az öltözködés fontosságát minden vizsgált kultúrkörben elismerik, de a mérték és alkalmazás módjában különbségek tapasztalhatók. A nyugati kultúrkörben dolgozó diplomaták körében leggyakoribb a divatdiplomácia alkalmazása, míg a közel-keleti térségben a női részvétel alacsonyabb aránya és a társadalmi korlátok határozzák meg az alkalmazhatóságot. A kutatás kitér a női diplomaták különleges szerepére és a kulturális kisajátítás kérdésére is. Összességében megállapítható, hogy a divatdiplomácia hatékony kommunikációs és imázsépítő eszköz, amely különböző kulturális kontextusokban is hozzájárul a diplomáciai sikerességhez.

ABSTRACT

Although the canonisation of fashion diplomacy is still in progress, it is increasingly emerging as a subject of scholarly discourse. This growing attention stems from the fact that in an ever more globalised world, soft power is exerted across “softer” domains. Simultaneously, there is a pressing need for novel pathways that foster unity and mutual respect while avoiding the scepticism often directed at traditional diplomatic practices. Fashion diplomacy may be understood as a complex social code capable of transmitting meaning, while also functioning as a site of intercultural mediation that encompasses both cultural and economic dimensions. This study explores the practical application of fashion diplomacy among Hungarian diplomats serving in diverse

geographical and cultural contexts. Drawing on responses from seventeen Hungarian embassies, the research maps the role of dressing in diplomatic practice and examines the extent to which it is employed as a strategic instrument. The findings suggest that the significance of attire is recognised across all cultural contexts under investigation; however, notable differences emerge in the degree and manner of its application. Fashion diplomacy appears most prevalent among diplomats stationed in Western cultural settings, whereas in the Middle East its use is shaped by lower levels of female participation and prevailing social constraints. The research further addresses the distinctive role of female diplomats and engages with the issue of cultural appropriation. Overall, the study concludes that fashion diplomacy constitutes an effective tool for communication and image-building, contributing meaningfully to diplomatic success across varied cultural environments.

BEVEZETÉS

Egyre inkább globalizált világban élünk, ahol a társadalmi, gazdasági kapcsolatok és a nemzetközi szerződések nyomán eltűnnek a határok, éppen ezért az interkulturális kapcsolatok és a kapcsolattartás, illetve a diplomácia differenciált, de kevésbé kanonizált formái egyre fontosabbá válnak. A divat a diplomácia új és dinamikus formája, számtalan módon mutatja az egységet, illetve a közös gyökereket vagy éppen a különbözőség tiszteletét. Ez a közös vagy éppen az eltérő, de kölcsönösen tisztelt identitás katalizátora.

Még a 2020-as évek elején is sokan csodálkoztak a divatdiplomácia kifejezésén. Az elmúlt években egyre gyakrabban kerül elő a fogalom a tudományos életben, ugyanakkor a média például régóta ismeri. A fogalom fejlődése és gyakoribbá válása nem véletlen, ugyanis a globalizált és polarizált világunkban minden eszköz hasznos, amely a kultúrák közötti megértést segíti elő.

A divatdiplomácia elmélete

A diplomácia (Halász, 2010) egyidős az emberiséggel, illetve az emberek közti kommunikációval. Az emberi társadalom a kezdetektől csoportokba verődve élt, ám ezen csoportok között rendre előfordultak konfliktusok. Ennek oka többek

között a nem megfelelő kommunikáció, amely önmagában is okozhatott problémát, vagy nem volt képes kielégítően rendezni az egyéb okokból fennálló viszályokat. Az egyének és a közösségek azonban idővel rájöttek, hogy a békés megoldás olcsóbb és emberhez méltóbb, mint a vitás helyzetek fegyveres rendezése. A diplomácia így kettős rendeltetésűvé vált, feladata egyrészt a konfliktusok megelőzése, illetve a kialakult konfliktusok megfelelő kezelése, másrészt az együttműködés ösztönzése. Alapesetben a hatalmi egyensúly fenntartása, a mindkét fél számára elfogadható kompromisszum a cél, hogy a felek kölcsönösen figyelembe vegyék egymás érdekeit (igaz a politikai vagy a háborús logika változtathatja a diplomácia békés hangvételén). A diplomácia elsősorban egy olyan jogilag szabályozott tevékenység, amely meghatározott szervezeti keretek között, kötött eljárási és magatartási szabályok mellett zajlik. A tevékenység tartalma az évszázadok során jelentősen bővült, mi több, egyes vélemények szerint a diplomácia klasszikus formái a 20-21. században háttérbe szorultak a modernebb verziók mögött.

Joseph Nye (1990, 2004, 2011, 2014) az 1980-as évek második felében alkotja meg a soft power és a hard power kategóriákat, szembeállítva a befolyásolás puha és keményvonalas technikáit. A kultúra tipikusan az előbbinek, míg a katonai vagy a súlyos gazdasági szankciók az utóbbinak számítanak. A soft power esetén a lényeg az ország vonzó tulajdonságainak kidomborítása, amelyek igen széles skálán mozoghatnak, például lehetnek kulturális vonások, politikai, vallási örökségek, korábbi hírességek hagyatékai vagy esetleg egy speciálisan jellemző szabályrendszer. Az évek előrehaladtával az is látszik, hogy az egyre inkább összekapcsolódó világunkban a kulturális csere mindinkább normává válik (Rana, 2024), ezáltal a soft power is egyre „puhább” területekre lép be. A sportdiplomáciának évszázados hagyománya van (Hossó, 2015), de ismert specializáltabb verziója a stadiondiplomácia (Dubinsky, 2021) is, vagy éppen a gasztrodiplomácia (Spence, 2016).

Ahogy a globalizált világban a határok mindinkább elmosódnak, a divat és az öltözködés szintén a diplomácia dinamikus formájává válik. A divatdiplomácia a nemzetközi kapcsolatokban még kevésbé kutatott téma, ugyanakkor egyre többször kerül elő, mint a művészet, a kultúra és a kereskedelem, így gazdaság kölcsönhatásában lévő fogalom. Bár találni történelmi példákat is – például Ferenc József és Sisi 1854-es esküvői ünnepségein a császári pár az esküvőre érkező népekhez kötődő, különféle hagyományos viseletbe vagy egyenruhába öltözött (Vér, 2016) –, előtérbe kerülése annak a jelenségnek leképeződése, hogy világunk minden korábbinál jobban összekapcsolódott, ahol a kulturális hatások nem állnak meg az országhatároknál, hanem akadály nélkül áramlanak, és mindez hozzájárul a kölcsönös megértéshez és a globális narratívához. A globalizáció mellett ugyanakkor probléma a diplomácia megszokott útjaival kapcsolatos szkepticizmus, ám a divatdiplomácia alternatív utat kínál a kölcsönös megértés elősegítésére, illetve a kölcsönös tisztelet megmutatására.

A divatdiplomácia a soft power megtestesítője, mivel egyszerre kézzel fogható, ugyanakkor művészeti volta okán a kultúra és az értékek általi befolyásolás eszköze. Rana (2024) szerint a kampányok és a bemutatók nem csak az esztétikáról szólnak, hanem alakítják a közvéleményt és a globális kulturális tudatot. Egy jól kivitelezett kampány, hozzájárul az adott országról, annak kultúrájáról alkotott kép megváltoztatásához, így a divat a diplomácia hatékony eszköze.

A divat mindig egyfajta színpad, ahol az egyénnek meg kell felelnie az elvárásoknak és összhangban kell állnia a környezettel. Egyszerre kell kifejeznie magát és az általa közvetíteni kívánt üzenetet a divat által biztosított nyelven. A divat tehát információ és kommunikációs kód. Megmutatja, az egyén mely csoporttal vállal közösséget, kommunikálja a társadalmi státuszt és bármilyen egyéni megjelenítendő üzenetet.

F. Dózsa, Szatmári, Szentesi (2018) írja, hogy Roland Barthes, francia társadalomtudós szerint Ferdinand de Saussure, svájci nyelvész tekintett először a

beszédhez hasonló jelrendszerként a divatra, amely képes üzenetközvetítésre. F. Dózsa, Szatmári, Szentesi (2018) Fred Davis amerikai szociológust is említi, aki adott kontextusban értelmezhető vizuális nyelvezetként beszél az öltözködéstről. Az összefüggések megértéséhez szükség van az adott társadalom normáinak vizsgálatára, tehát a szín, a snitt és a mintázat is az alkalom, a környezet és a viselő normáin keresztül magyarázható. Ez a tény egyrészt megnehezíti az azonnali értelmezést, ugyanakkor közelebb hozza a kultúrákat, hiszen kódolt nyelvezetként tulajdonképpen rákényszeríti az interakcióban résztvevőket, hogy megértésük a másik kultúráját.

Mivel a divatdiplomácia kanonizálási folyamata bőven zajlik, a definíció sem kristályosodott ki teljesen. A legáltalánosabb megközelítés, hogy a divatdiplomácia a kulturális diplomáciához sorolható. Asafo-Adjei (2020) a kulturális diplomáciát megtestesítő lehetőségek felsorolásában előkelő helyre sorolja a divatot, hozzátéve, hogy megjelenését és megjelenítését össze kell hangolni az ország céljaival és a sugározni kívánt képével.

Asafo-Adjeival ellentétben Oudatzi (2019) tagadja, hogy a divatdiplomácia kulturális diplomácia lenne, egyszerűen feltörekvő trendként tekint rá. Popovic (2017) is összekapcsolja a divatdiplomáciát a kulturális diplomáciával, mondván, hogy nagyszerű módja a külföldi szereplők egymással való kommunikációjának. Másrészt megjegyzi, hogy „a kulturális diplomácia két paradigmán keresztül kapcsolódik a globális versenyhez: a soft poweren (politika) és a kreatív gazdaságon (gazdaság) keresztül” (Popovic, 2017:251.), ami a divatdiplomácia gazdasági aspektusát is mutatja. Popovic és Oudatzi megközelítésében hasonlóságot hoz, hogy mind Szerbia, mind Indonézia potenciális textilipara ráirányítja a szerzők figyelmét a gazdasági összefüggésekre.

Ami a divatdiplomácia használatát illeti, a szerzők (Asafo-Adjei, 2020; Ibanez-Tirado, 2016; Karamy, 2020) nagyjából hasonlóan gondolnak. Tehát a divatdiplomácia praktikus oldala, hogy a ruha a tisztelet vagy a jó kapcsolat jele lehet két ország között. Kifejezhet olyan politikai vagy társadalmi véleményt,

amely egyébként nem lenne elmondható. Üzenetet küldhet bizonyos közösségeknek, és támogathatja a nemzeti divatipart és a helyi márkákat. Identitást teremt és arculatot ad. A szegényebb országokban a divat a nők komolyabb társadalmi szerepvállalását is erősítheti, illetve egyáltalán láthatóvá teheti a nőket (Khan, 2019).

A divatdiplomácia néhány fontos személyiség gyakorlatában

Látható, hogy a divatdiplomácia kulturális eszmecsere, a gazdasági sokszínűség ünnepe, és ahogy Rana (2024) fogalmaz „a divat erejének bizonyítéka összekapcsolt világunk alakításában”. Sokszínű eszközként használható a kulturális megjelenítéstől, a gazdasági törekvéseken át a soft power befolyásáig, mivel az egység, a kölcsönös megértés és elfogadás képeként jelenik meg.

Számos elnök, miniszterelnök, first lady és diplomata alkalmaz divatdiplomáciát szerte a világon. Anagondahalli és Zhu (2015) úgy fogalmaz, hogy a kultúra a soft power forrása, amely befolyásolja a diplomáciai kapcsolatokat. A diplomáciai testület tagjai tisztában vannak ezzel, mindig figyelnek a partnereik kulturális fókuszára, illetve bemutatják saját kultúrájukat. Éppen ezért például a ghánai diplomaták hajlamosak afrikai mintás textileket felvenni a hivatalos találkozókra (Asafo-Adjei, 2020), illetve a tadzsik állami alkalmazottaknak kötelező „színes tadzsik nemzeti ruhát (kurtai tojiki) vagy nyugati stílusú öltönyöket választani namollal vagy ruymol-lal (részleges fejkendő) vagy toqival (hímzett nemzeti jellegű fejfedő)” (Ibanez-Tirado, 2016:24).

Madeleine Albright (2009) volt amerikai külügyminiszter ezt a jelenséget a nyugati országok párbeszédében is figyelembe vette. Híres beszairól, amelyeket mindig a nemzetközi találkozók jellegéhez, illetve beszédei idején való megjelenéséhez igazított, fogalmazott úgy, hogy a divat dialógust indít, ez pedig a diplomácia lényege.

A legnevesebb hasonló állami beosztásban dolgozó divatdiplomata II. Erzsébet volt, illetve 2025 februárja előtt a jelenlegi walesi hercegné. A királynő öltözködéséről köztudott volt, hogy azért öltözik mindig ragyogó színekbe, hogy

törékeny alakja így is kitűnjön tömegből. De nem ez volt az egyetlen öltözködési szabály, amit követett. A hivatalos nemzetközösségi látogatásai során gyakran öltözött a megbecsülés jeleként a helyi szokásoknak megfelelően. 1970-ben Ausztráliában például az ausztrál nemzeti színeket viselte. Mivel azok megegyeznek a Union Jack színeivel, így a királynő nemcsak az ország előtt tisztelgett, de egyszerre mutatta a nemzetközösségi egységet és a brit főhatalmat is, tehát a színek szimbolikája segítségével olyan üzenetet is közölt, amely egyébként nem lett volna elmondható.

Hasonló történt a kínai és a szaúd-arábiai látogatásokkor is. II. Erzsébet 1986-ban azért utazott Kínába, hogy megerősítse a kínai-brit diplomáciai kapcsolatokat. A tiszteletére adott fogadáson egy Ian Thomas (Norman Hartnell asszisztense) tervezte rózsaszín selyemruhába öltözött, amelyre virágzó peónia motívumot hímeztek. A peónia a kínai kultúra és nacionalizmus jele, így a királynő egyszerre tisztelgett az ősi Kína és annak kortárs vezetése előtt, illetve tett bizonyos gesztust a kommunistaellenes erők felé. 1979-ben Szaúd-Arábiában ragyogó királykék estélyijéhez színben egyező turbánt kötött tiara helyett. Nagy-Britanniában az állami vacsorákon kötelező a férjzett hölgyeknek tiarát viselni, hivatalos utakon nem ennyire szigorú a protokoll. A királynő ezt a lehetőséget használta fel, hogy jelezze tiszteletét vagy egyes értelmezések szerint (Bulur, 2016) együttérzését a szaúdi nőkkel, akik számára nyilvános helyen kötelező a turbán (vagy egyéb hajat eltakaró darab).

A divat nemcsak nemzetközi konstellációban, de egy országon belül is fontos, különösen, ha egy politikailag polarizált államról van szó. Az Egyesült Államokhoz ezt mutatta például Jill Biden, Kamala Harris és Michelle Obama a lila különféle árnyalataiban való megjelenése a 2020-as elnöki beiktatáson. Joe Biden ugyanis az „egység” üzenettel kampányolt, a lila pedig a republikánus piros és a demokrata kék keveréke (emellett a szüfrassettek színe, a női jogok pedig szintén fontosak voltak a Biden-kormányzat számára). A 2024 elnöki beiktatás

nyomatékos kék-piros-fehér összeállítása a Trump-családon belül pedig Donald Trump hangsúlyos patriotizmusára utal.

A divatdiplomácia tehát segíti a kapcsolatok kialakítását és a kultúrák közötti megértés elősegítését. A divat a közös identitás katalizátora, amelyet a nemzetközi divathetek bizonyítanak leginkább. Ezek az események eleinte a legújabb trendeket mutatták csak be, ma viszont a kulturális sokszínűséget ünneplik. Rana (2024:2) szerint a New York-i divathéten már kifejezetten olyan kollekciókat mutatnak be, amelyek a „különböző kultúrák hagyományos elemeit foglalják magukba, feltárva a divat globális természetét”. Például a hagyományos japán kimonók vagy az élénk, afrikai viaszmintás szövetek gyakori, vissza-visszatérő elemek.

Ez segíti a nemzetek és kultúrák közötti diplomáciai párbeszédet. A márkák látják, hogy kollekcióik kulturális örökséget hordoznak, ami mélyebb megértést hoz a kulturális sokszínűségről. Rana (2024) szerint a New York-i divathét példázza a változást, hogy a divatban megjelenő fúzió gazdagítja a kulturális párbeszédet és megerősíti az országok kölcsönös megértését, tiszteletét.

A divathetek ilyen szerepe sokban köszönhető Michelle Obama hatásának is, aki vállaltan támogatta a feltörekvő, sokszor bevándorló háttérrel rendelkező vagy ilyen családból származó fiatal tervezőket. Amerika olvasztótégely volta hasznos volt, amikor a first ladyként külföldre utazott, mivel egyszerre tudta egy ilyen tervező választásával az amerikai és az adott ország kultúráját képviselni. Az indiai-amerikai Naeem Khan, a thai-amerikai Thakoon Panichgul, a kubai-amerikai Isabel Toledo és a nepáli Prabal Gurung is sokat köszönhet a first ladynek. Thakoon volt például az első thai-amerikai tervező, aki ázsiai felmenőkkel tervezhetett egy first ladynek.

Ahogy Meredith Koop, a first lady stylistja elmondta, Michelle Obama ruhatára kétféle értékre épült: a meglátogatott ország tiszteletére és az Obama-kormányzat által képviselt értékeknek és normának szem előtt tartására (Baukecht, 2017). Így amikor a first lady Párizsba utazott, és találkozott a francia first ladyvel, Carla

Brunival, Michelle Obama egy Azzedine Alaia ruhát viselt. Alaia Tunéziában született világhírű francia tervező. Az öltözék egyszerre jelképezte a first lady Franciaország iránti tiszteletét, egy helyi tervezőt népszerűsítését (ami Michelle Obama saját imázsának volt fontos eleme), és küldött üzenetet az Obama-kormány bevándorlással kapcsolatos befogadáspárti álláspontjáról.

Természetesen a gazdaság aspektusról sem lehet elfelejtkezni. Ha egy híresség egy ország tervezőjét viseli, az gazdasági potenciált hordoz. A textilpar az egyik legfontosabb könnyűipari ágazat, a nemzetközi kereskedelemben jelentős szerepet tölt be. A ruhaexport is a globalizált világ hozománya, a gazdasági kapcsolatok megtestesítője. A divatdiplomácia befolyása tehát a gazdasági szférára is kiterjed.

Baldwin (2004) szerint a külpolitika akkor sikeres, ha a célok teljesülnek, ha az adott külpolitika költséghatékony vagy ha nagy a tét. A divatdiplomácia költséghatékony lehet, mivel bár divat és a kiemelkedően az haute couture nem olcsó, ám ha egy országnak van potenciális divatipara, akkor az államnak megéri a támogatás, mivel, ha sikerül akárcsak néhány nagy nevet az ország neves tervezőinek ruháiba öltöztetni, az komoly eladásokat generálhat, ami az ország gazdaságát segíti.

Katalin hercegné sok szempontból újjította meg a brit királyi családot, színre lépésével új fejezet kezdődött a Windsorok életében. A modern hercegnő fogalmának megtestesítője, hiszen egyetemet végzett (elsőként a trónörökös feleségek közül), divatikon, tökéletes anya, soha nem ragyogja túl férjét, a jövőendő királyt, mégis a legjelentősebb királyi influencer (Brand Finance, 2018).

A hercegné az elmúlt tíz évben a diplomáciai öltözködés iskolapéldájává nőtte ki magát. Esküvője egymilliárd fontot termelt a brit gazdaságnak, az eljegyzés bejelentéséhez viselt királykék Issa ruháját azonnal elkapták a boltokból. A Kate-hatásnak nevezett jelenség, hogy amit hivatalos eseményeken visel, azt pillanatok alatt szétkapkodják, azóta nemcsak a hercegné öltözködését jellemzi, hanem az egész Wales-családot. Katalin rögtön a házassága után egymaga

egymilliárd fontos hatással lett az eladásokra (Ferrier, 2016), de lánya Sarolta hercegnő még nála is jelentősebb gazdasági hatással bír: ő hárommilliárd, György herceg hatása pedig 2,4 milliárd fontban mérhető (Hallberg, 2017). Katalin stílusa egyesén kombinálja a kifutók modelljeit a mindenki által kedvelt hétköznapi márkákkal, így a megközelíthetőséget hangsúlyozza. Külföldi útjain főként az adott ország iránti tiszteletet igyekszik megjeleníteni, illetve egészen 2025 februárjáig arra is felhasználta a Kate-hatást, hogy adott designereket támogasson, ezáltal segítsen a helyi ruhaiparnak, végső soron a helyi gazdaságnak. A brit divatipart főként Alexander McQueen, Erdem, Emilia Wickstead, Jenny Packham, Alice Temperley, Burberry, Catherine Walker és LK Benett darabjainak hordásával támogatja. Legemlékezetesebb diplomáciai darabjai az indiai, pakisztáni és lengyelországi hivatalos utakhoz köthetők. Indiában például a helyi designer, Anita Dongre fukszia-zöld virágmintás ruháját vette fel, miközben Mumbai-ban krikettezett. Dongre weboldala az esemény után összeomlott a sok vásárlótól (Ferrier, 2016). Hasonló történt Lengyelországban, amikor egy varsói kerti partin Gosia Baczynska fehér, fekete geometrikus mintákkal díszített szaténruháját viselte (Fillingham, 2020). A 2019-es pakisztáni utat a kezdetektől komoly érdeklődés övezte, mivel 13 év óta ez volt az első muszlim országba szervezett brit királyi út. Itt a legnagyobb visszhangot a díjnyertes pakisztáni tervező, Maheen Khan által készített helyi viselet, egy salwar kameez hozta. Khan a korábbi pakisztáni miniszterelnököt, Benazir Bhuttót is öltöztette. A babakék ruha így nemcsak párhuzamot vont a két asszony nemzetközi befolyása között, de ugyanúgy, mint más látogatások esetén segítette a helyi gazdaságot (Friedman, 2019).

Éppen a komoly gazdasági potenciát miatt váltott ki számos kritikát (Bond, 2025), amikor a Kensington palota 2025 februárjában bejelentette, a jövőben nem közlik mit visel a hercegné, mert azt szeretnék, ha inkább jótékonyági munkáján lenne a hangsúly (Sanchez, 2025). Ugyanakkor a közlemény arról is beszélt, hogy a fontos események alkalmával lehet majd tudni Katalin gardróbjának részleteit.

Például a British Fashion Council idei díjátatóján egyértelmű volt, hogy a hercegné Victoria Beckham nadrágkosztümjében jelent meg.

Mindezen gazdasági és kulturális potenciál felismerése nyomán kezdte el a Magyar Divat & Design Ügynökség (HFDA) kiemelten támogatni a hazai tervezőket. Pröhle (2007) szerint a magyar külpolitika célja, hogy a modern Magyarországot megismertesse a világgal, miközben a magyar kultúrát közvetíti, és az országot gazdag történelemmel és nagy potenciállal rendelkező nemzetnek mutatja. A magyar külpolitikai stratégia tehát erősen számol a kulturális adottságokkal, így a divattal is. A Magyar Divat & Design Ügynökség tisztában van vele, hogy egy jól kivitelezett kampány a világ adott nemzetéről vagy kultúráról való nézetét is alakíthatja, így készült el a Nemzeti Divatipari Stratégia 2020-2030 (HFDA, n. d.). Eszerint a cél, hogy Magyarország a közép-európai tervezők és vásárlók központja legyen. A HFDA (Forintos-Szűcs, 2022. június 08.) képviselői szerint már jelentős előrelépések történtek, többek között a vevők számának növekedése. Például tíz éve még csak egy-két hivatásos vásárló (buyer) érkezett a magyar divathetekre, a HFDA munkájának köszönhetően ez a szám húsz körül mozog. Ráadásul a számok megduplázódnak a milánói divathéten, ahová a HFDA évente küld válogatott tervezői csoportot.

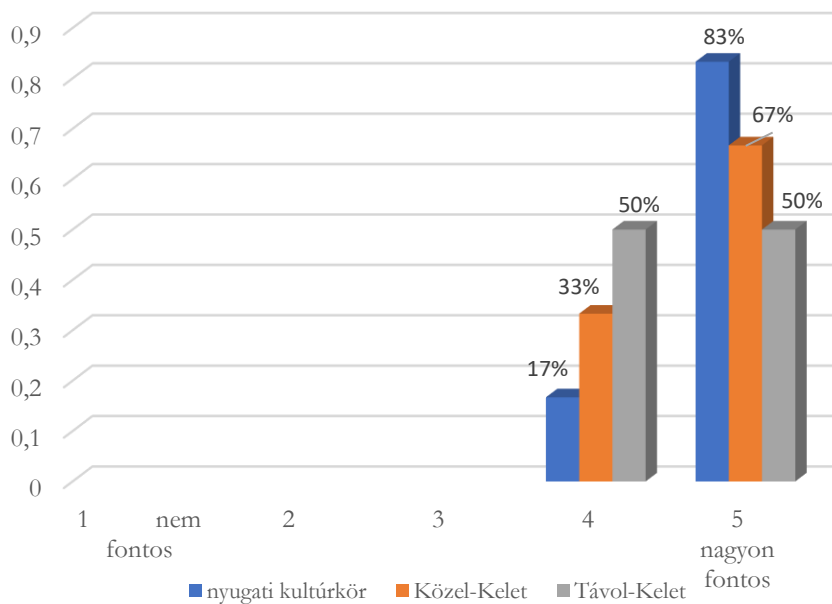
A magyar diplomaták tapasztalatai

A nemzetközi nagynevű példák nyomán szükség van annak kiderítésére, hogy a diplomaták a hétköznapi életben hogyan találkoznak a divatdiplomáciával, mennyire alkalmazzák azt feladataik ellátása során. Ehhez egy nem reprezentatív primer, kérdőíves, kvalitatív kutatás készült tizennyolc, divat szempontjából jelentős városban elhelyezkedő magyar nagykövetség részvételével. A résztvevők három csoportba osztva kapták meg a kérdőívet földrajzi elhelyezkedésük szerint. A nyugati kultúrkörben európai és észak-amerikai követségek (London, Madrid, Párizs, Róma, Torontó, Washington), Közel-Keleten Abu Dhabi, Anman, Bagdad, Doha, Kairó és Kuvait követségei, Távol-Keleten pedig Bangkok, Kuala Lumpur, Manila, Peking, Szöul és Újdelhi lettek bevonva a kérdőív kitöltésébe.

Követségként egy vagy kettő válaszadó összesítette a helyi tapasztalatokat (ahol kettő válasz érkezett, ott az egyéni válaszok fél értékben kerültek felhasználásra). A válaszadók között a követségek magas beosztású alkalmazottai szerepelnek (nagykövetek, attasék). A helyi kiküldöttek saját öltözködésüket a magyar diplomáciai felkészítés útmutatásaihoz igazítják. Válaszaik természetesen szubjektívek, de vélelmezendő, hogy mégis tartalmazzák a formális objektivitás kötelezettségét.

A hipotézis, hogy a nyugati kultúrkörben, a Közel- és a Távols-Keleten a történelmi, kulturális és etnikai különbözőségek miatt a diplomácia öltözködési megközelítése nem azonos. A feltételezés igazolására vagy cáfolatára a válaszok statisztikai értékelése ad lehetőséget. A kérdőív egy része eldöntendő kérdésekből állt (igen vagy nem válaszok), a másik része gyakoriságra vonatkozó százalékos értékelésből, a harmadik rész pedig a korábbi válaszokat értelmező rövid szöveges példabemutatókból. Az eldöntendő kérdésekre adott válaszok számszerűleg mutatnak rá az adott téma súlyára, a gyakoriságra vonatkozó kérések pedig árnyalják mindezt. Az összehasonlítás bár nem reprezentatív, jól jelzi a divatdiplomácia alkalmazhatóságát, a trendek aktuális állását.

A kérdőív kérdései között szerepelt az öltözködés fontossága, stratégiai alkalmazhatósága és annak eredményessége. A beérkezett válaszok alapján készült elemzés azt mutatja, hogy a hipotézis nem teljesen állja meg a helyét: a három földrajzi terület mindegyikén ugyanis fontos a divatdiplomácia, kisebbek a különbségek a vártnál. A válaszadók ugyanis kivétel nélkül, száz százalékban jelezték: fontos munkájuk során az öltözködés, az ötfokozatú skálán mindegyikük a két legjelentősebb értéket jelölte meg (1. ábra). Különbség mindössze az arányokban van. A legnagyobb százalékos eltérést a nyugati kultúrkörben találni, ahol a válaszadók több mint nyolcvan százaléka kiemelkedően fontosnak tartotta a divatot (ötös kategória), és csak 17 százalék választotta a négyes kategóriát. A Közel-Keleten már kétharmad-egyharmad az arány, a Távols-Keleten pedig fele-fele.

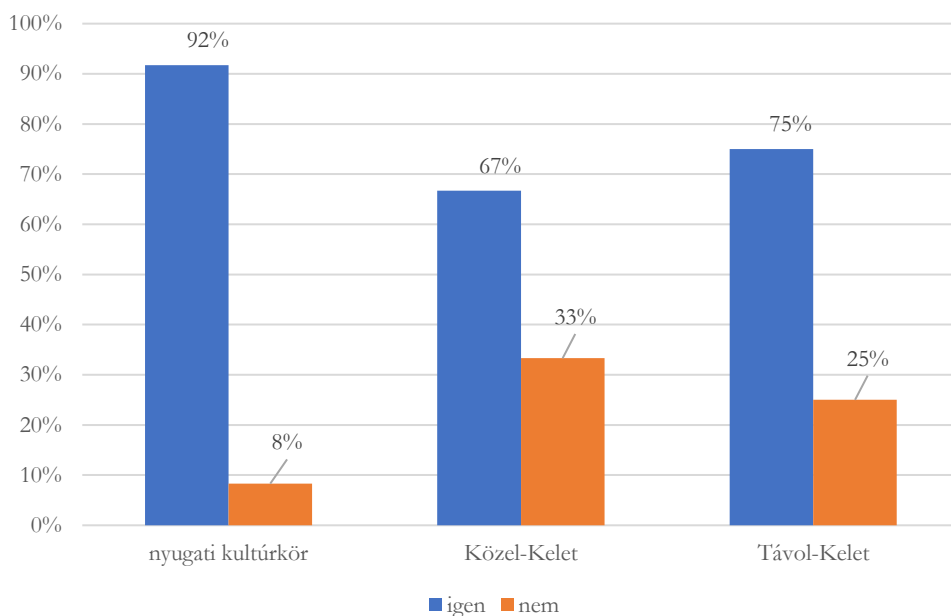


1. ábra. Az öltözködés fontossága a diplomaták munkavégzése során

Forrás: Saját szerkesztés

A nyugati és keleti stratégiai gondolkozás eltérését mutatja, hogy a kérdésre, hogy az öltözködést használták-e már stratégiai eszközként, nyugatról feltűnően kevesebb nemleges válasz érkezett (2. ábra). A diplomaták egyértelműen igyekeznek alkalmazkodni a helyi lehetőségekhez, ehhez pedig tisztában kell lenniük a keleti és a nyugati gondolkodásmód eltéréseivel. A kultúrkörök máshogy tekintenek az egyes esetek kontextusára, máshogy állnak a személyes és a hivatalos kapcsolatokhoz, a logikához és máshogy szervezik a társadalmat is. Ezek a különbségek (Nisbett, 2003, Yama et al., 2019) befolyásolják a döntéshozatalt, a kreativitást és az irányítási formákat, amelyek mind tükrözik a mélyen gyökerező kulturális és filozófiai hagyományokat. A nyugati világ a formális logikára és a kategorizálásra épít, keresi a szabályokat és főként a különbségeket (kapcsolódva a logikai levezetésekhez), illetve a linearitást. Ezzel szemben a keleti látásmód a kapcsolatokra és a háttérre összpontosít, elfogadja az ellentmondásokat. A nyugati

kultúrkörben dolgozó hazai diplomaták tehát nincsenek rákényszerítve más behatások által, hogy felülbírálják formális logikai megközelítésüket, sőt azt kifejezetten támogatja munkakörnyezetük, így érthető, hogy öltözködésüket is nagyobb arányban használják stratégiai eszközként, figyelve a kulturális különbségeket, elvárásokat és a jelzések lehetséges hasznát.



2. ábra. Az öltözködés stratégiai használata a diplomáciai tárgyalások során

Forrás: Saját szerkesztés

Az eltérések ismerete mellett megjegyzendő ugyanakkor, hogy a Közel- és a Távol Keleten dolgozó diplomaták többsége is stratégiaileg alkalmazza a divatdiplomáciát (átlagban 71 százalékkal). Közel- és Távol Kelet között ugyanakkor annyiban mutatkozik eltérés, hogy míg a távol-keleti diplomaták negyede nem használja stratégiaileg az öltözködést, addig Közel-Keleten már a válaszadók harmada tekinti stratégiaileg nem alkalmazandó eszköznek.

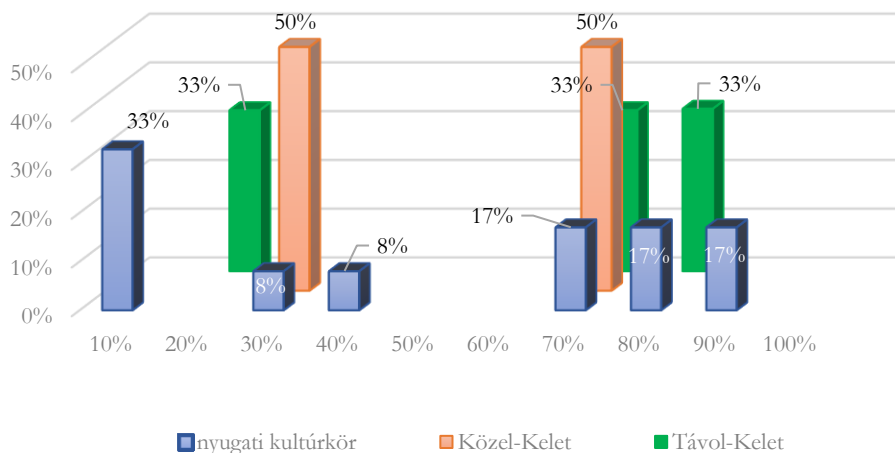
Az elmúlt évtizedekben alapvetően változott a diplomácia megközelítése a nemeket illetően. Évszázadokig a nők a politikai és gazdasági potenciál hiánya miatt nem vehettek részt a diplomáciai kapcsolatokban. A 20. század folyamán ez

változni kezdett, és mára egyre több nő dolgozik a diplomáciában. Barrington (2020) szerint ha trendek folytatódnak, a következő hatvan évben elérhetjük a teljes genderegyenlőséget a szakmában. Például Franciaországban ez már most megvalósult (Lecler & Goltran, 2025). Ugyanakkor több tanulmány ír arról, hogy bár mennyiségben a nők elérhetik a férfiak arányát, vagy legalábbis jelentős számban vannak jelen, a vezető pozíciókat nem ők kapják (Kreft et al., 2022, Towns & Niklasson, 2016, Warsi, 2020). A diszkriminatív berögződés a közeli országokban még inkább igaz. Az arab kultúrában a nők szigorúbb szabályokkal és jelentős akadályokkal szembesülnek a diplomáciában, nagyrészt a berögzült társadalmi és intézményi normák miatt. Mnakri (2023) és Carmi et al. (2019) is arról ír, hogy a nők szignifikánsan alulprezentáltak a diplomáciai és nemzetközi kapcsolatok terén a régióban, illetve akik ott vannak is korlátozott befolyással bírnak, kevesen férnek hozzá a döntésekhez, nézőpontjaik gyakran marginalizálódnak. Az alulprezentáltságot mutatják a magyar számok is: a közeli országokban mindössze egy hazai nagykövet nő (Egyiptom).

A női divat szélesebb körűségének köszönhetően ugyanakkor a diplomáciai öltözködés nagyobb tárházát tudják a hölgyek felvonultatni. Így mivel a Közel-Keleten kevesebb a női alkalmazott és tárgyalópartner, illetve az általános szabályok is szigorúbbak a nőkre vonatkozóan, nem csoda, hogy a divatdiplomácia stratégiai alkalmazása itt jelenik meg a legalacsonyabb arányban (67 százalék, ellenben a távol-keleti 75 százalékos és a nyugati közel 92 százalékos alkalmazási arányszámmal).

Az összefüggések vizsgálatához az is érdekes, hogy akik élnek a divatdiplomácia eszközeivel, milyen arányban teszik azt (3. ábra). A Közel-Keleten dolgozó válaszadók fele az esetek hetven, másik fele csak harminc százalékában látja lehetségesnek a használatot. A Távol-Keleten a válaszadók kétharmada az esetek 70-80 százalékában alkalmazza a divatdiplomáciát, és csak egyharmad húsz százalékban. A legnagyobb szórást a nyugati kultúrkörben dolgozó diplomaták mutatják. Ott a válaszadók ötven százaléka a 70-80-90 százalékos használati

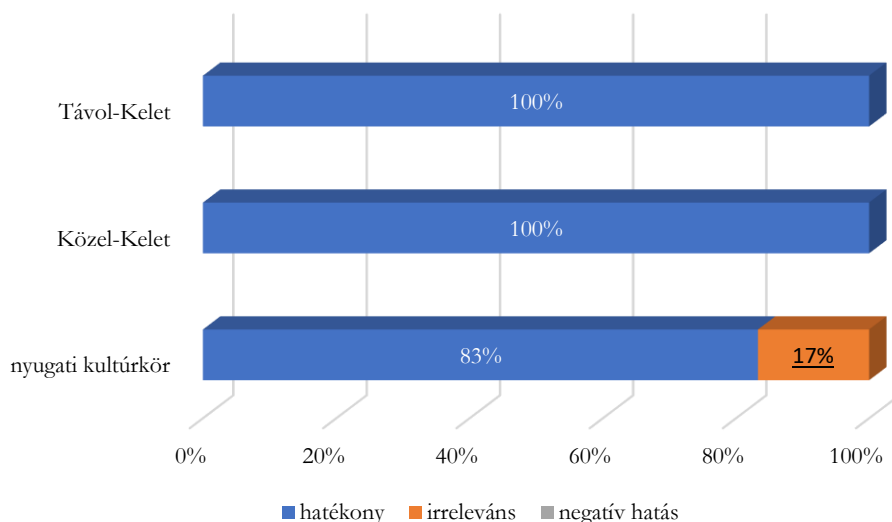
lehetőségben hisz, míg itt a válaszadók 33 százaléka szerint csak az esetek tíz százalékában képzelhető el a divatdiplomácia hatékony eszközként. A köztes állapotról vonatkozóan az igaz, hogy 30-40 százalékos gyakorisággal hasznosítással mindössze a diplomatak egytizede sem él.



3. ábra. Az öltözködés stratégiai használatának gyakorisága a diplomáciai munka során

Forrás: Saját szerkesztés

Összességében azonban látható, hogy bár minden kultúrkörben megoszlik a vélemény, valójában hányszor lukratív a divatdiplomácia, mégis a többség a gyakori használat mellett dönt. Ha pedig alkalmazzák, akkor a keleti területeken egyértelműen sikert hoz, érdekes módon éppen a nyugati kultúrkörben dolgozók nyilatkoztak ebben a kérdésben a legnegatívabban, mivel ott a divatdiplomácia alkalmazása közel 17 százalékban nem vált ki hatást (4 ábra).



4. ábra. Az öltözködés stratégiai használatának hatékonysága

Forrás: Saját szerkesztés

Ahogy az egyik hölgy diplomata saját élményeit leírva jelezte, szerinte „nőként különösen fontos, hogy odafigyeljünk az öltözködésünkre. Egy megfelelő öltözék nagyon sok mindent tud közvetíteni, a megfelelő ruhaválasztással erőt, határozottságot tudunk sugallni, ki tudunk tűnni a tömegeből vagy pont kompromisszumkészséget és a másik kultúrájának és értékrendjének az elfogadását is tudjuk sugallni.” Egy másik résztvevő megfogalmazása szerint „a nagykövet egy országot képvisel, így cselekedetében, viselkedésében, megnyilvánulásában – ide értve az öltözködési kultúrát is – mintát hordoz, amely alapján következtetést vonunk le az egész nemzetről. Az adott ruhatár választása így mindenképp része az imázsépítésnek.”

Az urak általában a nyakkendőjük, ritkábban öltönyük színével vagy egy adott országhoz kapcsolódó kitűzővel kommunikálnak, ezt mindhárom vizsgált területen dolgozó diplomaták említették. A londoni követség egyik munkatársa szerint például egy Szent Patrik nap, az írek nemzeti ünnepe alkalmával viselt zöld színű nyakkendő dícséreteket váltott ki, és – ahogy Madleine Albright is jelezte – megtörte a jeget. (Ugyanakkor Havas Krisztián beosztott diplomata szerint a

szimbolikus öltözködés inkább a nyilvános események alkalmával használható, semmint tárgyalásokon.) Thaiföldön a tapasztalatok szerint az ír zöldhöz hasonlóan pozitív hatással bír a sárga, mint királyi szín vagy az iszlám zöld színének viselése. Mindhárom területen dolgozó diplomaták jelezték, hogy a színek megválasztása alapvető, mivel a különböző kultúrákban a különböző színeknek komoly jelentőségük és eltérő jelentésük van. Az egyik vélemény szerint az adott országra vagy kultúrára jellemző szín viselése „jelentősen meg tudja könnyíteni a tárgyalásokat”. Hasonló hatást vált ki a hölgyek esetében a megfelelő kiegészítő, nyaklánc, brosz vagy sál megválasztása.

A Távol-Kelet több országában dolgozó diplomaták jelezték, hogy egy nemzeti viselet vagy darab viselése is jelentősen könnyíti a kapcsolatfelvételt. Dr. Ponevács-Pana Petra malajziai nagykövet például megbízólevele átadásakor egy magyar népi motívumokkal díszített kaftánt viselt bokáig érő ruhával, amely szabásában hasonlított a hagyományos maláj női öltözetekhez, a baju kurunghoz. Thaiföldön a magyar diplomaták szerint bizonyos ünnepi rendezvényeken szívesen veszik a helyi tradicionális öltözet, a selyem ing viseletét. Székely Edit, vezető külgazdasági szakdiplomata egy japán kapcsolatfelvételtől mesélt, amikor a Milánói EXPO-n viselt Art'z Modell ruhája mintázatában illeszkedett a japán kultúrához is, és ezzel kivívta a japánok elismerését, ami számos új kapcsolatot jelentett.

A pozitív távol-keleti példák mellett csak a Közel-Keleten dolgozók említették a kulturális kisajátítás veszélyét. Az egyik vélemény szerint a kiegészítőkkel „ellentétes hatása van más kulturális öltözködési divatok teljes átvételének”. Tény, hogy a közdiplomácia képviselőinek sokszor nehéz feladat jut, mivel kívülállóknak számítanak más országokban, és úgy kell elismerést mutatniuk az adott kultúra felé, hogy az ne legyen sem tulajdonló, sem lesajnáló vagy támadó jellegű. Az elmúlt húsz évben azonban komoly vita folyik társadalmi és tudományos körben is, hogy mi számít kulturális kisajátításnak és mi multikulturalizmusnak, mivel az előbbi etikai és társadalmi dimenziók miatt kerülendő (Lenard & Balint, 2020,

Velajutham & Wise, 2001), az utóbbi vizont a modern megközelítések szerint pozitív érték (Colombo, 2015).

ÖSSZEFOGLALÁS

A divat a multikulturalizmus és a sokszínűség megjelentője, amely a felsorolt esetekben is látható, hogy olvasztótégelyként működik. A viselet a kultúra és a kreativitás ünnepe, az egység, a kölcsönös tisztelet és az elfogadás jele. Ezáltal hatékony formája a nemzetközi kapcsolattartásnak, hiszen globalizált világunk nemcsak minden korábbinál jobban összekapcsolódott, de minden korábbinál szkeptikusabb is. A divatdiplomácia ebben a törékeny egyensúlyban adhat friss perspektívát, a párbeszéd eszközt, de legalább elindítóját.

Ezt támasztják alá a magyar nagykövetségek diplomatáinak véleményei is. A három földrajzi csoportban – nyugati kultúrkör, Közel-Kelet, Távol-Kelet – végzett kérdőíves felmérés eredményei mutatják, hogy bár a hipotézis szerint a különböző kultúrák eltérő módon viszonyulnak az öltözködéshez és annak diplomáciai szerepéhez, a különbségek kisebbek a vártnál. A válaszadók mindegyike kiemelten fontosnak ítélte az öltözködést diplomáciai munkája során, az ötfokozatú skálán kizárólag a két legmagasabb értéket jelölték meg. Megállapítható tehát, hogy a divatdiplomácia a magyar diplomaták körében világszerte fontos és alkalmazott eszköz, még ha mértéke és formája a kiküldetés helyszíne és kultúrája szerint el is tér. A válaszadók kivétel nélkül hangsúlyozták az öltözködés jelentőségét, különösen a nyugati országokban, ahol nagyobb szabadságot és több lehetőséget tapasztalnak ezen a téren. Ebben a kultúrkörben a diplomaták öltözködésüket tudatosan használják, különösen nyilvános eseményeken, ahol a vizuális üzenetküldés hangsúlyosabb.

A keleti és nyugati stratégiai gondolkodás közti különbségek – mint például a formális logika és linearitás nyugaton, illetve a kapcsolatorientált, ellentmondásokat elfogadó megközelítés keleten – hatással vannak az öltözködési döntésekre. Ennek megfelelően a keleti kultúrákban, bár szintén fontos a

megjelenés, a stratégiai használat visszafogottabb, részben a nemi szerepekre és a szigorúbb társadalmi szabályokra visszavezethetően. Általában a női diplomaták a vizuális kommunikáció szélesebb eszköztárával rendelkeznek, de helyzetük, különösen a Közel-Keleten, még mindig korlátozott.

A helyi kulturális elemek – például színek, motívumok vagy hagyományos viseletek – érzékeny és tiszteletteljes használata erősítheti a diplomáciai kapcsolatokat, javíthatja az első benyomást, a segíthet a bizalomépítésben vagy oldhatja a tárgyalási légkört. A Távol-Keleten különösen értékeli a helyi elemek megjelenését, amelyek nem megfelelő alkalmazása akár kulturális kisajátításként is értelmezhető. Ez pedig a Közel-Keleten dolgozók véleménye szerint kerülendő. Összességében a divatdiplomácia tudatos alkalmazása hozzájárulhat a diplomaták sikeres fellépéséhez, az országimázs építéséhez és az interkulturális bizalom elmélyítéséhez. Ez pedig egy olyan korszakban, amikor a hagyományos diplomácia szkepticizmusba ütközhet, fontos alternatív mód a kölcsönös megértés és egység előmozdítására. A divatdiplomácia tehát a globális harmónia előmozdításának eszközeként működik a kulturális és gazdasági térben, új dimenzióban világítva meg a diplomáciai kapcsolatokat.

FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Albright, M., 2009. *Read My Pins: Stories from a Diplomat's Jewel Box*. New York: HarperCollins
2. Allison, G., 2008. The Cuban Missile Crisis. In S. Smith, A, Hatfield & T. Dunne, eds., 2008. *Foreign Policy*. Oxford: Oxford University Press. pp. 208-228.
3. Anagondahalli, D. & Zhu, L., 2015. Culture's role in public diplomacy: predicting and preventing crises. *The Journal of International Communication*. 22(1), 64-81. <https://doi.org/10.1080/13216597.2015.1076733>
4. Asafo-Adjei, S., 2020. *The Promotion of Cultural Diplomacy Through the Use of African Print Fashion: The case of Ghana*. [Master's thesis, University of

- Ghana]. Accra: Legon Centre for International Affairs and Diplomacy, University of Ghana Elérhető: <http://ugspace.ug.edu.gh/handle/123456789/35175> (2025.03.16.)
5. Bauknecht, S., 2017. *The politics of style: What messages do first ladies send through their fashion?*. [online] Elérhető: <https://www.post-gazette.com/life/fashion/2017/07/17/Melania-Trump-style-Michelle-Obama-fashion-trends-first-lady/stories/201707170004> (2025.03.16.)
 6. Baldwin, D. A., 2000. Success and Failure in Foreign Policy. *Annual Review of Political Science*, 3, 167-182.
 7. Barrington, A., 2020. Women in Diplomacy: The Equality Agenda, *Diplomatica* 2(1), 154-162. Elérhető: https://brill.com/view/journals/dipl/2/1/article-p154_154.xml (2025.05.22.)
 8. Bond, K., 2025. *Fashion does matter – why what Kate wears will always be important* <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/a63662403/kate-princess-of-wales-clothes-designers/> (2025.05.25.)
 9. Brand Finance, 2018. *British Luxury 2018* [online] Elérhető: <https://www.dropbox.com/scl/fi/pml7dxc18zbo5td7ay97v/Brand-Finance-Report-25.10.18.pdf?rlkey=ly0j9ox91j4h97jcnrw6okjfw&e=3&dl=0> (2025.03.16.)
 10. Bulur, Ö., 2016. *Fashion diplomacy: More than simply a wardrobe choice* [online] Elérhető: <https://www.dailysabah.com/feature/2016/10/24/fashion-diplomacy-more-than-simply-a-wardrobe-choice> (2025.03.16.)
 11. Carmi, N., Alsayegh, M., & Zoubi, M., 2019. Empowering women in water diplomacy: A basic mapping of the challenges in Palestine, Lebanon and Jordan. *Journal of Hydrology*. 569, 330-346 <https://doi.org/10.1016/J.JHYDROL.2018.12.011>

12. Colombo, E., 2015. Multiculturalisms: An overview of multicultural debates in western societies. *Current Sociology*, 63, 800-824.
<https://doi.org/10.1177/0011392115586802>
13. Dubinsky, I., 2021. China's Stadium Diplomacy in Africa. *Journal of Global Sport Management*, 9(4), 761-778.
<https://doi.org/10.1080/24704067.2021.1885101>
14. F. Dósa, K., Szatmári, J. A. & Szentesi, R., 2018. *Divat, kultúra, történelem. Divattörténeti tanulmányok*. Budapest: Eötvös Kiadó
15. Ferrier, M., 2016. *Fashion diplomacy? 'Kate Effect' is alive and well*. [online] Elérhető: <https://www.theguardian.com/uk-news/2016/apr/16/fashion-diplomacy-kate-effect-is-alive-and-well>
(2025.03.16.)
16. Fillingham, H., 2020. *How Kate Middleton pays tribute with her outfits on her royal*. [online] Elérhető: <https://www.hellomagazine.com/fashion/news/gallery/2020031286088/kate-middleton-displays-diplomatic-dressing-royal-tours/1/>
(2025.03.16.)
17. Forintos-Szűcs, A., 2022. július 08. Személyes interjú
18. Friedman, V., 2021. *In Pakistan, Kate Middleton Aces Fashion Diplomacy*. [online] Elérhető: <https://www.nytimes.com/2019/10/18/fashion/kate-middleton-pakistan-fashion.html> (2025.03.16.)
19. Halász, I., 2010. *Diplomácia és diplomaták*. Budapest: Aula Kiadó
20. Hallberg, M., 2017. *The Princess Charlotte Effect Is Very Real*. [online] Elérhető: <https://observer.com/2017/05/princess-charlotte-effect-net-worth-royals/> (2025.03.16.)
21. Hossó, N., 2015. *Protokoll a diplomácia és a nemzetközi kapcsolatok hátterében*. Budapest: L'Harmattan

22. Hungarian Fashion & Design Agency (n. d.) *Nemzeti Divatipari Stratégia* 2020-2030 [online] Elérhető: https://hfd.hu/documents/prod/Nemzeti-Divatipari-Strategia-2030-v0531_1.pdf (2025.03.31.)
23. Ibanez-Tirado, D., 2016. Gold teeth, Indian dresses, Chinese lycra and ‘Russian’ hair: Embodied diplomacy and the assemblages of dress in Tajikistan. *Cambridge Journal of Anthropology*, 34(2), 23-41. <https://doi.org/10.3167/ca.2016.340203>
24. Karamy, S. E., 2020. West Java’s Fashion Diplomacy to South Australia: A Model of Sister Province. *Tourism and Sustainable Development Review Journal*, 1(2), 65-75. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i2.5>
25. Khan, R., 2019. ‘Be creative’ in Bangladesh? Mobility, empowerment and precarity in ethical fashion enterprise. *Cultural Studies*, 33(6), 1029–1049. <https://doi.org/10.1080/09502386.2019.1660696>
26. Kreft, A., Niklasson, B., & Towns, A., 2022. Do gender patterns in diplomacy disappear over time?. *European Journal of Politics and Gender*. <https://doi.org/10.1332/251510821x16473315423448>
27. Lecler, R., & Goltrant, Y., 2025. Gendering Diplomatic Careers. Distance and Time in International Assignment Practices Among 600 French Diplomats. *Gender, Work & Organization*. 00:1-22 <https://doi.org/10.1111/gwao.13233>
28. Lenard, P., & Bálint, P., 2020. What is (the wrong of) cultural appropriation?. *Ethnicities*, 20, 331-352. <https://doi.org/10.1177/1468796819866498>
29. Mnakri, M., 2023. Gender and IR in the MENA Region: The Role of Arab Women’s Diplomacy in Peacebuilding, Decision Making, and Conflict Resolution. *Journal of Advanced Research in Social Sciences*, 6(3). <https://doi.org/10.33422/jarss.v6i3.1039>

30. Nisbett, R. E., 2003. *The geography of thought: How Asians and Westerners think differently ... and why*. Los Angeles: Free Press
31. Nye, J.S., 1990. Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
32. Nye, J.S., 2004. Soft power and American foreign policy. *Political Science Quarterly*, 119(2), 255-270. <https://doi.org/10.2307/20202345>
33. Nye, J.S., 2011. *The Future of Power*. New York: PublicAffairs
34. Nye, J. S., 2014. The Information Revolution and Soft Power. *Current History* 113(759), 19-22. <https://doi.org/10.1525/curh.2014.113.759.19>
35. Oudatzi, K., 2019. The Crucial Role of the Museums in Allying Alternative Forms of Diplomacy. In A. Kavoura, E. Kefallonitis & A. Giovanis, eds., 2019. *Strategic Innovative Marketing and Tourism: 7th ICSIMAT, Athenian Riviera, Greece, 2018*. Berlin: Springer. pp. 109-117. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3>
36. Popovic, M., 2017. *The Roles and Practices of Fashion in Cultural Diplomacy*. In M. Dragicevic Secic, ed., 2017. *Cultural Diplomacy: Arts, Festivals and Geopolitics* (pp. 251-264). Belgrád: Ministry of Culture and Media of Republic of Serbia & Institute for Theatre Film Radio and Television
Elérhető: [CULTURAL DIPLOMACY FINAL .pdf \(confluxcenter.org\)](https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3)
(2025.03.16.)
37. Pröhle, G., 2007. *A magyar kultúra szerepe Magyarország nemzetközi politikai és gazdasági kapcsolatainak fejlesztésében* [online] Elérhető: <https://kisebbssegkutato.tk.hu/uploads/files/archive/717.pdf>
(2025.03.16.)
38. Rana, N., 2024. Fashion Diplomacy: The Role of Fashion in Cultural Exchange. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field* 10(1) <https://doi.org/10.2015/IJIRMF/202401001>
39. Sanchez, C., 2025. *Kensington Palace makes rare statement about Kate's wardrobe after criticism. Harper's Bazaar* [online] Elérhető:

- <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/a63782043/kensington-palace-statement-kate-middleton-wardrobe-criticism/> (2025.05.22.)
40. Spence, C., 2016. Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making. *Flavour* 5(4). <https://doi.org/10.1186/s13411-016-0050-8>
41. Towns, A., & Niklasson, B., 2016. Gender, International Status, and Ambassador Appointments. *Foreign Policy Analysis*, 13, 521-540. <https://doi.org/10.1093/FPA/ORW039>
42. Yama, A., Mukem, A. Jernsittiparsert, K., 2019. The Mediating Effect of Organizational Culture on the Relationship between Total Quality Management, Entrepreneurial Orientation and Performance: A Case of Thai Universities. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 6(10), 359-380
43. Velayutham, S., & Wise, A., 2001. Dancing with Ga(y)nesh: Rethinking cultural appropriation in multicultural Australia. *Postcolonial Studies*, 4, 143-160. <https://doi.org/10.1080/13688790120077489>.
44. Vér, E. V., 2016. „... *Evárják, hogy mindig szépen és kifogástalanul nézzenek ki...*”, In F. Dósa K., Szatmári J. A. & Vér E. V., szerk., 2016. *Divat, egyén, társadalom. A divattörténeti tudományos konferencia tanulmánykötete*. Budapest: Eötvös Kiadó. pp. 71-90.
45. Warsi, F., 2020. Gender Difference Among Employees Working In Diplomatic Missions. *Pakistan Journal of International Affairs* 3(2). 88-105. <https://doi.org/10.52337/PJIA.V3I2.21>