

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Серія «Гуманітарний розвиток». Випуск 5

**ПОЛІТИКА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ:
СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Збірник науково-експертних матеріалів

Київ 2016

УДК 327.82.008(477)
П 50

Серію засновано
у 2013 році

*За повного або часткового відтворення матеріалів даної публікації
посилається на видання обов'язкове*

*Висловлені думки авторів не завжди збігаються
з позицією Національного інституту стратегічних досліджень*

Упорядник: О. П. Розумна

За заг. ред. к. філос. н. О. П. Розумної, к. філос. н. Т. В. Черненко

Електронна версія: <http://www.niss.gov.ua>

Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України: зб. наук.-експерт. матеріалів / за заг. ред. П 50 О. П. Розумної, Т. В. Черненко – К.: НІСД, 2016. – 92 с. – (Сер. «Гуманітарний розвиток», вип. 5).

ISBN 978-966-554-268-1

До збірника включено аналітичну доповідь «Культурна дипломатія України: стан, проблеми, перспективи», а також виступи учасників круглого столу «Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України», проведеного в Національному інституті стратегічних досліджень.

Експерти наголошують на необхідності переходу від риторики навколо питань міжнародної культурної присутності України до розробки ефективного інструментарію. Містяться рекомендації для органів державної влади щодо впровадження політики культурної дипломатії.

Збірник розрахований на широку читацьку аудиторію: політиків, науковців, державних управлінців, викладачів, представників інтелектуальних кіл громадянського суспільства.

ISBN 978-966-554-268-1

© Національний інститут
стратегічних досліджень, 2016

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

(аналітична доповідь)

РОЗУМНА Оксана Петрівна,
кандидат філософських наук

ВСТУП

*Зараз ставки для вашого народу дуже високі,
але очікування ще вищі.*

З промови Дж. Байдена
у Верховні Раді України 8 грудня 2015 року

Сміливість, з якою українці прагнули свободи і змін, зворушила міжнародну спільноту та привернула її увагу до України. Тепер від української громади очікують послідовності та рішучості на обраному шляху, реалізації реформ усередині країни, котрі мають доповнюватися відкритістю й активністю у міжнародному діалозі.

Одним із виявів такої позиції держави сьогодні виступає політика культурної дипломатії. Адже вона має неабиякий спектр можливостей впливати на питання національної безпеки, формування міжнародного іміджу, стимулювання розвитку культури та економіки, зміцнення національної ідентичності, просування системи демократичних цінностей тощо.

Необхідність України позиціонувати себе на міжнародній арені засобами культури надзвичайно загострилася у зв'язку з потребою протидіяти агресивній політиці Російської Федерації. Культура виявилась ефективною зброєю й водночас стратегією в неоголошеній інформаційній війні. Свідчень останньої доволі багато. Одне з нещодавніх – фільм «Україна: маски революції», замовлений російськими спецслужбами французькому режисеру Полю Морейро. Його покази в європейських країнах супроводжувалися акціями громадського протесту, оскільки кінострічка поширює брехливу і компрометуючу інформацію про Україну та її народ.

Потрібно зауважити, що, на відміну від Росії, яка впродовж останнього десятиліття інтенсивно розбудовувала систему інформаційного впливу у світі (створення таких потужних медіаресурсів, як *Russia Today*, діяльність мультимедійної групи *Sputnik*, фонду «Русский мир», проекту *Russia Beyond the Headlines*), розвиток вітчизняного сегменту публічної та культурної дипломатії залишався поза належною увагою

з боку держави. Весь цей час інформація про Україну у світі поширювалася здебільшого її громадянами-ентузіастами або іноземцями-симпатиками. Однак таких зусиль вочевидь було недостатньо, щоби здолати той тривіальний і часто спотворений образ України, який сформувався на міжнародній арені імперською пропагандою.

Водночас культурна дипломатія як політика не повинна обмежуватися завданнями винятково сфери зовнішньополітичних відносин. Реагуючи також і на культурні запити суспільства, вона бере участь у його формуванні, осмисленні власного досвіду та плануванні майбутнього. Власне культурна дипломатія може і має бути складовою культурної політики держави, але лише у тому разі, якщо та відповідає актуальним потребам соціуму.

Слід принципово наголосити, що впровадження ефективної політики культурної дипломатії неможливе без забезпечення відповідною аналітикою, яка дозволить більш чітко визначати цілі, завдання та корелювати з ними наступну діяльність. Тому мета доповіді полягає у систематизації основних концептів діяльності європейських інститутів культурної дипломатії, окресленні тенденцій культурної присутності України у світі та напрацюванні рекомендацій щодо стратегічних напрямків цієї політики. Доповідь покликана узагальнити акумульований у відповідній сфері досвід, артикулювати проблеми розвитку культурної дипломатії у просторі державної політики та сприяти розробці концептуальних засад функціонування інституту культурної дипломатії України.

Доповідь ґрунтується на розумінні двох важливих завдань культурної дипломатії. На зовнішньому напрямі – забезпечення іміджу держави й успішності її міжнародної політики, та на внутрішньому – зміна парадигми культури і реформування культурної політики, від чого залежить зміст і якість культурного продукту. Тому в дослідженні приділено увагу як зовнішньополітичному вимірові політики культурної дипломатії, так і проблемі творення унікального культурного контенту для презентації країни за кордоном та здійснення комунікацій.

Іншими словами, перед відповіддю на питання: «Як презентувати Україну у світі?», маємо замислитися над питанням: «Чим це робити?». Отже, першочергове завдання полягає у тому, щоб створити власний оригінальний національний культурний продукт. Тому сфери культурної політики і культурної дипломатії є доволі взаємопов'язаними. Одна з них вирішує проблему наповнення української культури неординарним і глибоким змістом, а інша відповідає за імплементацію цього змісту до системи міжнародних культурних комунікацій.

Українській культурній спільноті необхідно створити власний культурний наратив для «передачі» у глобальному просторі, наратив, який буде сприйнято різними аудиторіями. Працюючи над цим, важливо озвучувати найактуальніші для України меседжі, враховуючи важливість ідей інформаційної відповідальності, патріотизму, громадянської солідарності, толерантності, волонтерства. Саме вони мають вплинути на оновлений образ України. Це, у свою чергу, позначиться на ідентичності наступного покоління українців: вона трансформуватиметься у бік відкритості, мобільності та динамічності.

Отже, культурна дипломатія як інструмент «м'якої сили» визнається все актуальнішим напрямком державної політики у зв'язку з необхідністю оперативно вирішувати питання національної безпеки, позитивного міжнародного іміджу, налагодження глобальних комунікацій. Інституалізація культурної дипломатії є умовою формування політики культурної дипломатії як системної та цілеспрямованої активності, яка, з одного боку, впливатиме на питання національної безпеки та міжнародного іміджу, а з іншого – відкриє перспективи соціально-культурного та економічного розвитку держави, позитивно позначиться на внутрішній політичній стабільності, спроможності бачити і планувати майбутнє.

РОЗДІЛ 1. ПРОБЛЕМА ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК

Актуальна нині проблема інституалізації культурної дипломатії України полягає не лише у відсутності політики промоції та системної підтримки культурних ініціатив, відчутному браку ресурсу (адміністративного, фінансового, кадрового). Ця проблема проявляється як критична нестача фахового бачення цієї політики. Саме на етапі створення візії інституту культурної дипломатії України доцільним є аналіз досвіду успішних європейських установ у цій сфері.

З огляду на важливість міжкультурних комунікацій та з точки зору лобювання зовнішньополітичних інтересів, з метою продукування цінностей у різних соціально-культурних контекстах більшість впливових європейських держав створили мережі культурних інституцій, що діють за кордоном. Дипломатична і культурна робота цих установ тісно пов'язані між собою та відповідають цілям і завданням культурної дипломатії.

Діяльність Британської Ради, Французького Інституту, Чеського центру, Польського Інституту, Гете-Інституту в Україні є супутньою складовою діяльності дипломатичних установ цих країн. Основним її змістом є сприяння розвитку культури та міжкультурних комунікацій. Тобто їхня діяльність передбачає не лише іміджеві заходи, а й впливає на формування культурного контенту.

Доцільно виділити такі особливості функціонування інституцій культурної дипломатії.

1. *Всебічна державна підтримка.* Функціонування цих установ можливе, у першу чергу, завдяки державній підтримці – держава бачить у них інструмент для реалізації своїх зовнішньополітичних інтересів. Деякі із зазначених інституцій є неурядовими організаціями, однак отримують від держави фінансування (наприклад, Гете-Інститут фінансується федеральним урядом Німеччини).

Це обумовлено відмінною від української моделлю культурної політики більшості європейських країн, де промоцією культури займається переважно держава. Вона також виконує роль координатора, об'єднуючи вже існуючі культурні організації. В Україні культура поки що не належить до пріоритетів державної політики.

Основним джерелом фінансування європейських культурних інститутів є видатки з бюджету. Окрім цього, вони можуть формувати власний бюджет, зокрема, за рахунок провадження мовних курсів та фандрейзингу. Наприклад, фінансування мережі Чеських центрів

надходить із державного бюджету, розподіляється на утримання штату працівників та приміщення, а також на окремі програми (викуп авторського права, виставкова діяльність). Реалізація інших проектів передбачає залучення партнерів (скажімо, на видання книжок).

***Довідково.** В Україні фінансування культури є критично низьким. З урахуванням 100-відсоткової інфляції протягом останніх 5 років реальне бюджетне фінансування культури і мистецтва в Україні знизилось вдвічі¹. При цьому українське законодавство не передбачає можливості ведення прибуткової діяльності державними установами.*

2. Підпорядкування відомствам у закордонних справах. Більшість зазначених культурних установ є додатковою ланкою дипломатичних структур. Як правило, інституція виконує завдання відділу з питань культури та науки дипломатичної установи: Польський Інститут – відділу з питань культури та науки Посольства Республіки Польща; Французький Інститут у Києві – складова відділу культури та співробітництва Посольства Франції в Україні. Водночас такі інституції підтримують не лише зовнішню політику держави-репрезентанта, а також її культуру та економіку, представляючи інтереси як урядових організацій, так і приватного бізнесу за кордоном. Наприклад, у статуті Чеських центрів зазначається, що ці установи покликані співпрацювати з державними і недержавними організаціями Чеської Республіки з метою розвитку їхньої діяльності за кордоном, якщо вона відповідає інтересам держави.

3. Популяризація мови та надання послуг з її вивчення. Курси вивчення мови – не лише джерело фінансування зазначених інституцій. Поширення мови є одним із найбільш дієвих факторів впливу країни за кордоном. Більшість із культурних закладів починають свою діяльність із мовного компонента. Гете-Інститут розвинув свою роботу у 1951 році з мовних курсів – тоді його призначенням було навчати іноземних учителів німецької мови у Німеччині. Мовний елемент і надалі залишається провідним у діяльності цієї інституції, вона орієнтується суто на поширення мови та отримання з цього дивідендів.

4. Ретрансляція європейських цінностей – ще один пріоритет у роботі установ культурної дипломатії. Він, з одного боку, є внеском до розбудови спільного європейського простору та створення сприятливого клімату для розвитку у ньому культурних зв'язків,

¹ *Фінансування культури в Україні у 2016 році* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/post/36265>

а з іншого – виступає мотивуючою складовою діяльності кожної з цих інституцій, наділяючи їхню активність місіонерськими якостями. Поширення ідей рівності, відкритості, розмаїття свідчить про прагнення бути корисними, необхідними сучасному суспільству. Наприклад, Британська Рада послідовно застосовує політику рівних можливостей у всіх аспектах своєї роботи. Зокрема, ця політика втілюється в організаційних процесах, впливає на прийняття управлінських рішень та планування проектної діяльності. Не виключено, що перспективою діяльності інститутів культурної дипломатії стане продукування нових суспільних меседжів.

5. Відповідність культурним запитам країни перебування. Знання цільової аудиторії – одна з умов ефективної промоційної діяльності. Найбільш успішні проекти, реалізовані європейськими культурними інституціями, відповідають культурним запитам країн перебування та орієнтуються на місцеві культурні практики і особливості сприйняття мистецтва. Зокрема, до результативних проектів Британської Ради доречно віднести програму розвитку «*Royal Court*» для українських драматургів-початківців (стартувала у березні 2011 року), семеро з яких шляхом відкритого конкурсу були відібрані для співпраці з командою лондонського театру «*Royal Court*». Інтереси української і британської сторін були взаємними: режисери з «*Royal Court*» шукали нових ідей, народжених українською реальністю, українські молоді драматурги мали нагоду творчого зростання на майстер-класах із всесвітньовідомими професіоналами. У результаті цієї співпраці британські режисери поставили три українські п'єси. Партнерами Британської Ради у цій програмі виступили театр «*Royal Court*», де активно формується і розвивається сучасна драма, обговорюються найгостріші проблеми сьогодення, та Київський молодий театр.

6. Налагодження довготривалих зв'язків та розвиток продуктивного партнерства. Діяльність інститутів культурної дипломатії передбачає вихід за межі дипломатичних заходів, підтримку гастрольної діяльності, сприяння розвитку різноманітних напрямків культури і мистецтва (кінематограф, театр, візуальне мистецтво, музика, архітектура та урбанізм, музейна справа). Культурні інституції сприяють становленню зв'язків між установами й митцями країни-репрезентанта та країни перебування з метою досягнення довготривалої співпраці. Як правило, саме такі зв'язки й уможливають розвиток культури, впливаючи на її креативність, соціальну та економічну корисність.

Варто наголосити на тій увазі, яка приділяється інститутами культурної дипломатії розвитку продуктивного партнерства (мистецьке

партнерство, партнерство із установами, спонсорами, засобами масової інформації) і сприяє як зміцненню існуючих зв'язків, так і налагодженню нових. З одного боку, це дає додаткові можливості для фандрейзингу й більш успішної реалізації проектів, а з іншого – дозволяє налагодити співробітництво з конкретними культурними осередками та окремими митцями. Розбудовуючи партнерські стосунки, європейські культурні інституції роблять наголос на довірі та довготривалій співпраці, що важливо і водночас складно у випадку з такими державами, як Україна, де діяльність часто не планується і не прописується у стратегіях.

7. Підтримка сучасної культури і мистецтва. Європейські культурні інституції працюють на підтримку сучасної культури, реагуючи на найгостріші суспільні виклики. Без їх сприяння складно, а то й неможливо було б реалізувати масштабні проекти і форуми актуального мистецтва, які й є здебільшого продуктами колаборації. Іноді підтримка того чи іншого виду мистецтва виокремлюється як пріоритетна. Наприклад, Чеський центр у Києві проголошує особливим напрямком своєї діяльності підтримку молоді альтернативної музики. У статуті Чеських центрів зазначено, що їх діяльність спрямована на розвиток альтернативних пошуків і нових тенденцій у мистецтві. Французький Інститут в Україні та Британська Рада активно займаються промоцією національного кіно.

8. Мережева структура. Кожен із зазначених закладів є частиною розгалуженої мережі, що дозволяє узгоджувати та координувати діяльність, працювати на основі спільної стратегії, ставити єдині цілі та досягати їх єдиними методами. У роботі всіх філіалів певної мережі використовується ідентичний інструментарій, що дозволяє заощаджувати на фінансових та кадрових ресурсах, спрямовувати потенціал центрів на реалізацію конкретних проектів та досягати високої ефективності. Така організація передбачає існування центрального офісу (бюро, штаб-квартира) у культурному центрі держави, не обов'язково у столиці (наприклад, Гете-Інститут має штаб-квартиру у Мюнхені).

9. Підтримка літературних проектів і книговидавництва. Серед культурних проектів надзвичайно поширеними є проекти, спрямовані на стимулювання читання та книговидавництва, орієнтовані на підтримку літератури як одного з потужних засобів культурного впливу. Пріоритетними є перекладацькі проекти, оскільки сам переклад формує діалог між культурами, найтісніше знайомить їх між собою. Наприклад, у 2006 році Польський Інститут спільно з Міжнародним фондом

«Відродження» заснував щорічний конкурс для українських видавництв – «Переклад сучасної польської наукової літератури та есеїстики українською мовою». Завдяки такому інструменту польська наукова та художня література присутня в українських книгарнях. Також програма сприяння видавничій справі «Сковорода», що діє при Посольстві Франції в Україні, стимулює переклади з французької мови на українську. Зацікавленість у перекладацьких проектах виявляє і Британська Рада, наголошуючи, що, попри повсюдну присутність англомовної літератури, перекладів на українську мову британських авторів дуже мало. Тож інституція має в планах збільшити обсяг сучасної британської літератури, доступний українській аудиторії. На 2016 рік заплановано кілька літературних проектів, пов'язаних із такою датою, як 400 років з дня смерті Шекспіра. У Гете-Інституті кілька років діяв проект, спрямований на підвищення кваліфікації видавців, зараз інституція активно співпрацює з перекладачами. Оскільки література належить до пріоритетів діяльності Гете-Інституту, наголошується, що в центрі його уваги – філософія та праці, які впливають на формування громадянського суспільства.

Отже, європейський досвід вирішення проблеми інституалізації культурної дипломатії полягає у створенні умов для успішної промоції національної культури у світі шляхом реалізації послідовної та систематичної діяльності з визначеними напрямками і пріоритетами. Важливим етапом інституалізації є визначення її суб'єктів. З огляду на європейський контекст, такими суб'єктами, у першу чергу, є культурні інституції.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ПРИСУТНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ: ДОСВІД, ПОТЕНЦІАЛ, KEYСИ

2.1. Державна політика і міжнародні культурні комунікації України: напрацювання та помилки

Досвід присутності української культури за кордоном доби Незалежності навряд чи можна назвати політикою культурної дипломатії або хоча б промоції культури. Однак його не можна не враховувати, розбудовуючи культурну дипломатію як політику держави, більше того – аналіз досвіду міжнародної присутності української культури є досить важливим етапом й умовою успішного старту процесу інституалізації культурної дипломатії.

1. Культурно-інформаційні центри при дипломатичних представництвах України за кордоном.

З 2006 року при дипломатичних представництвах України за кордоном працюють культурно-інформаційні центри², діяльність яких на сьогодні вимагає серйозного переформатування. Хоча ресурсні можливості та потенціал центрів складно узагальнювати (вони є різними в різних країнах), доречно зауважити, що їх робота здебільшого обмежується протокольними заходами або заходами «з інформаційно-роз'яснювальної роботи» (з нагоди Дня Соборності та Свободи України, Міжнародного дня рідної мови, Шевченківських днів тощо), відзначення щорічних ювілейних дат, вшанування пам'яті видатних українців.

Поширювана про Україну інформація **переважно стосується минулого українського народу та його традиційної культури**; поза увагою залишається розвиток актуальної культури та громадянського суспільства. У більшості випадків активність центрів передбачає суто формальні заходи, пов'язані з обмінами делегаціями, невиправдано велику частину яких становлять чиновники дипломатичних служб чи профільних міністерств. Це створює лише видимість роботи, ставить під сумнів її змістовну частину та доцільність загалом. Діяльність культурно-інформаційних центрів має змінитися, виходячи за рамки поширення інформації про Україну, ставлячи за мету щонайменше перспективи культурного співробітництва.

² Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України: Указ Президента України від 20.02.2006 р. № 146/2006 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/142/2006>

Недосконалість роботи центрів зумовлена багатьма **факторами**:

1) обмеженість бюджетного фінансування, малочисельність штату та відсутність фахівців із культурного менеджменту, що ускладнює презентацію національної культури та її промоцію на міжнародному рівні;

2) недостатня участь та зацікавленість інших державних відомств у плануванні роботи культурних представництв (організація роботи культурно-інформаційних центрів є компетенцією не лише Міністерства закордонних справ України, а й Міністерства культури України, Міністерства освіти і науки України, Міністерства молоді та спорту України, Державного комітету телебачення та радіомовлення України);

3) відсутні аналіз та прогнозування роботи культурно-інформаційних центрів, а також моніторинг їхніх потреб;

4) особиста індиферентність штатних працівників центрів як до культурних процесів загалом, так і до культури своєї держави, зумовлена недостатнім рівнем освіти та відсутністю у вищих навчальних закладах викладання дисциплін за напрямком «культурна дипломатія».

Для налагодження політики культурної дипломатії діяльність культурно-інформаційних центрів є значним ресурсом, тож важливо її реформувати, усунувши зазначені проблеми. Процес реформування пов'язується, у першу чергу, з діяльністю у структурі Міністерства закордонних справ України підрозділу з питань культурної дипломатії.

***Довідково.** Можливість позитивних змін стала очевидною у зв'язку з призначенням керівником інформаційно-культурного центру у Франції Ірени Карпи. Особиста небайдужість письменниці і громадської діячки до питання іміджу України у світі, просування українського культурного продукту в Європі є головними мотивами її діяльності, спланованої за принципом синергії та проектного розвитку. Важливим інструментом такої роботи Ірена Карпа вважає формування програми заходів відповідно до попиту і пропонує принцип «open col», коли митці, куратори та видавці самі надсилають проект на розгляд. Діяльність нового складу культурно-інформаційного центру в Парижі будуватиметься за напрямками «повернення» імен українських митців, відомих за кордоном як російські через активну пропаганду та політику привласнення культурних здобутків Російською Федерацією, та проектів колаборації, які ґрунтуються на переконанні, що присутність у проекті бодай одного митця країни перебування збільшує інтерес аудиторії до нього.*

2. Державна агенція промоції культури України.

Спроба створення державного органу промоції культури України відбулася у 2009 році, коли з державного концертного підприємства «Дружба» (котре до того часу втілювало заходи з підтримки

міжкультурного діалогу в країні) була реформована Державна агенція промоції культури України. Радник тодішнього міністра культури Василя Вовкуна, всесвітньовідомий музикант і композитор Кирило Стеценко, запропонував запровадити новітні механізми стратегічного менеджменту та культурного маркетингу в статутні положення агенції: соціальний діалог, залучення експертного та мистецького середовища до дискусій і вироблення спільного бачення презентації культурного бренду України в світі тощо³. Однак це не відображено в жодних документах, а відтак, не стало практичним надбанням жодних програм. Задум цієї інституції не втілювався у її діяльності й донині. Симптоматично, що чиновники Міністерства культури України, розбудовуючи Український Інститут, не згадують про існування даної установи. Досі не відомо про створення на базі агенції програм закордонних презентацій української культури. Більше того, заклад ніколи не мав власного інтернет-сайту.

3. Українські експатріанти як ресурс іміджевої політики та культурної дипломатії.

Досить тривалий час потужним провайдером промоції культури України виступають українські експатріанти (громади української діаспори й активісти нової хвилі волонтерської підтримки подій, пов'язаних із Революцією гідності та військовими діями на Сході України). У 2013–2015 роках «останньою хвилею» української діаспори – молодими експатріантами, інтегрованими у бізнес та освіту, з глобальним світоглядом, високими компетенціями, знаннями іноземних мов – за кордоном було засновано близько 50 нових волонтерських рухів.

На думку експертів, «середня і молодша генерації закордонних українців дедалі частіше вбачають своє коріння не конкретно в Україні, а в українському етносі в тій країні, де вони мешкають»⁴. Це суттєво впливає на позиціонування України як сучасної держави, лобіювання її інтересів на міжнародній арені.

Підтримка сталих зв'язків з українською діаспорою є одним з напрямів зовнішньої політики України, а зарубіжне українство виступає об'єктом державної етнополітики України згідно з Декларацією про державний суверенітет України⁵ та Законом України від 1 липня 2010 року «Про засади внутрішньої та зовнішньої політики

³ Пересушко Т. Ідея української культурної дипломатії в XXI столітті: проєкція крізь призму польського досвіду // Український Альманах. – Варшава, 2014.

⁴ Колесніченко-Братунь Н. Р. Співробітництво закордонних дипломатичних установ України з діаспорою. – Київ, 2015. – С. 119.

⁵ Декларація про державний суверенітет України від 16.07.1990 р. № 55-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/55-12>

Україні»⁶. У документі «Державна програма співпраці із закордонними українцями на період до 2015 року» завданнями цієї співпраці було визначено: «задоволення мовно-освітніх та культурних потреб», а також «інформаційних потреб» через надання фінансової підтримки громадам закордонних українців для здійснення різного роду заходів – від організації форумів та конференцій до виготовлення і встановлення за кордоном пам'яників та меморіальних дощок тощо⁷. Проте ця програма не передбачала заходів зі стимулювання розвитку спільних культурних і освітніх проєктів, а також розбудови комунікативної платформи світового українства.

Більш проактивною, ніж державна, є позиція недержавних об'єднань, зокрема Світового конгресу українців (об'єднує близько 300 громадських інституцій майже у 30 країнах), Європейського конгресу українців (охоплює діяльність українських громад у 23 країнах Центральної та Східної Європи), Української всесвітньої координаційної ради (основний координаційний орган закордонних українців), Товариства зв'язків з українцями за межами України «Україна-Світ», «Четверта хвиля» та інших.

Однак сьогоденні молоді українські глобальні лідери, учасники мережі *Global Ukrainians* позиціонують себе не як об'єкт, а як суб'єкт іміджевої політики та просування інтересів України у світі. Тому реальними завданнями, що постають перед державою у зв'язку з необхідністю залучення потенціалу і можливостей українських експатріантів для вирішення нагальних іміджевих та зовнішньополітичних потреб, є створення платформи для дискусії, ініціювання та координація спільних проєктів із культурної дипломатії, налагодження бізнес-зв'язків із впливовими у політичному та діловому світі клубами, усунення випадків незнання членами родин дипломатів та самими дипломатами державної мови України, що провокує конфліктні ситуації з представниками української діаспори старшого віку⁸.

Важливим є залучення досвіду тривалої діяльності академічних осередків з дослідження українознавчої проблематики. Кафедри українознавства та славістики в університетах світу – це вже готова, але ще не активована, добре розгалужена мережа культурних установ України

⁶ Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 01.07.2010 р. № 2411-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>

⁷ Державна програма співпраці із закордонними українцями на період до 2015 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/682-2012-%D0%BF/page>

⁸ Колесніченко-Братунь Н. Р. Співробітництво закордонних дипломатичних установ України з діаспорою. – Київ, 2015. – С. 121.

за кордоном, використання якої може дати неочікувані позитивні результати для промоції нашої держави. Створені з метою зосередження та посилення наукових ресурсів, більшість із академічних та університетських установ на сьогодні є достатньо впливовими у світовому науковому та освітньому просторі. Йдеться про Український науковий інститут Гарвардського університету, Канадський інститут українських студій, Український вільний університет у Мюнхені та багато інших.

2.2. Кейси культурної дипломатії України: проблема синергії

Досвід культурної присутності України конкретизується в окремих кейсах, які дають розуміння вихідної ситуації, дозволяють зробити висновки по таких позиціях, як використані і невикористані можливості промоційної діяльності та її перспективи.

Пінзель у Луврі

Одним із небагатьох вдалих промоційних культурних заходів, здійснених спільно з Міністерством культури України, можна вважати виставку Пінзеля в Луврі (з листопада 2012 року по лютий 2013 року).

Особливістю виставки українського скульптора у Луврі є синергія експертного середовища та органів державної влади. Основними суб'єктами цієї активності були: українські інтелектуали та експерти (зокрема, ініціатором відродження імені Пінзеля був культурологічний часопис «І» та його автори), громадська організація «Друзі Лувру» (її представник французький підприємець Ян Долл), українські музеї містечок Івано-Франківської, Тернопільської та Львівської областей, керівництво Лувру, Міністерство культури України, українські меценати (Сергій Тарута), реставратори, директор Львівської Національної галереї Борис Возницький (на етапі підготовки). Куратором експозиції виступив Гілем Шерф, головний хранитель відділу скульптури Лувру.

Для виставки було відібрано 27 робіт, видано детальний каталог зі статтями, присвячених питанням історико-культурного і мистецтвознавчого контексту творчості Пінзеля. Завдяки проекту побачив світ альбом «Таїна Пінзеля», виданий напередодні виставки, хоча готувався майже 30 років. У межах проекту відбулися його презентації в Україні та Парижі (до нього увійшли пінзелезнавчі праці Віри Стецько та світліни 55 робіт скульптора). Альбом «Таїна Пінзеля» вийшов трьома мовами – українською, польською та французькою і розповсюджувався у книгарнях Лувру.

За три місяці виставку відвідало близько мільйона шанувальників.

Реалізація цього проекту показала, що культурна дипломатія може виступити інструментом розвитку культури. У даному випадку мала місце актуалізація давнього мистецтва в сучасному світі.

Окрім позиціонування України та її культури на рівні міжнародної культурної спільноти, виставка Пінзеля у Луврі мала інші вагомі результати. Зокрема, збереглася і була відреставрована спадщина майстра, проявився європейський зміст та глибокі оригінальні європейські традиції української культури. Іншим важливим результатом було те, що Пінзель став більш відомим в Україні.

Водночас організація експонування скульптур українського майстра у Луврі, як зазначають експерти⁹, окреслила проблеми інфраструктури культурної галузі, зокрема, пасивність міждержавних та внутрішніх (міжмузейних, міжгалузевих) комунікацій та відсутність навичок культурного менеджменту в Міністерстві культури України.

Участь України у Франкфуртському книжковому ярмарку-2015

Міжнародний Франкфуртський книжковий ярмарок сьогодні є не лише найбільшим у світі книжковим бізнес-форумом, а й виставкою інноваційного контенту. Він являє собою майданчик для переговорів, на яких гарне враження про країну та про її книжковий ринок відкриває перспективи залучення інвестицій. Особливе значення має вигляд і функціональні можливості національного стенда, який повинен містити певний політичний і культурний меседжі. Всі попередні випадки участі України у цій події не відзначалися успішною практикою, насамперед, через непривабливість та нефункціональність національного стенда. Участь України в 2015 році у цій важливій культурній події є кейс-історією з негативним досвідом співпраці державного апарату та громадськості у реалізації міжнародного проекту високого рівня.

Франкфурт-2015 мав для України стратегічне значення в контексті міжнародного позиціонування та розвитку культурної дипломатії. Особливої ваги участі у міжнародному заході надавала частина експозиції, яка представляла книги про Майдан та війну на Сході країни з акцентом на книжках політичних в'язнів Олега Сенцова та Надії Савченко. Однак це не стало стимулом для органів державної влади докласти організаційних зусиль або хоча б дотримуватися домовленостей та зобов'язань щодо загальної координації проекту.

⁹ Мельничук О. Французький тріумф українського Пінзеля в Луврі: уроки для розвитку української дипломатії. // Агора. Вип. 14. Музеї та культурна дипломатія. – С.106-108.

Через затримку Держкомтелерадіо у проведенні тендеру для підрядника на побудову стенда, логістичні послуги, різні організаційні потреби, проект взагалі ризикував залишитися нереалізованим.

Контент українського стенда фактично готувався експертами та волонтерами. Архітектурний концепт розробив безкоштовно іранський архітектор Каве Хорхе Делаварі, проект дизайну стенда – арт-директор «Мистецького Арсеналу» Альона Соломадіна. Експерт і кураторка «Книжкового Арсеналу» Ольга Жук (нині – керівник підрозділу Міністерства закордонних справ України з питань культурної дипломатії), яка лобіювала питання участі України у Франкфуртському ярмарку на міжнародному рівні, визначаючи проблемне поле цього кейсу, зауважила брак компетентного і мотивованого ресурсу в органах державної влади для реалізації міжнародних заходів, необхідність залучення професійних культурних менеджерів через відкритий і прозорий конкурс.

Проблема співпраці держапарату та громадського сектору, некомпетентність і невмотивованість державних чиновників постає з аналізу задіяного для участі України у цьому заході ресурсу:

- Держкомтелерадіо – офіційний експонент, що продемонстрував ігнорування домовленостей і недотримання встановлених термінів, недбалість («забули» привезти матеріали для стенда), відсутність загальної координації, дотримання дедлайнів. З боку цього ж відомства бракувало забезпечення прозорості бюджету та всіх процедур цього процесу;

- «Мистецький Арсенал» – куратор «Книжкового Арсеналу» Ольга Жук, яка фактично взяла на себе відповідальність за якість і функціональність національного стенда, та арт-директор «Мистецького Арсеналу» Альона Соломадіна, яка розробляла айдентику (візуальну складову брэнда) та графічний стиль (за мотивами принтів Василя Єрмілова, всесвітньовідомого українського авангардного художника початку ХХ ст.), власним коштом друкувала інформаційні панелі для стенда та інші матеріали;

- літературна корпорація і фестиваль «*Meridian Czernowitz*» – виступив партнером, підтримавши приїзд українських авторів до Франкфурта для зустрічей;

- Генеральне консульство України у Франкфурті-на-Майні – забезпечило інформаційний супровід українського стенда;

- експерти і волонтери – через особисті контакти забезпечили увагу міжнародних журналістів і медіа до української експозиції, підтримали розробкою інформаційних матеріалів;

- видавництво «Віват» – друк каталогу;

- Національний центр Олександра Довженка – надав для банерів кадри з фільмів Дзиги Вертова «Ентузіазм. Симфонія Донбасу» і «Навесні» Михайла Кауфмана;
- Агенція іміджу України – меценатська підтримка з устаткування стенда;
- «Євро медіа» – підрядник, що виграв тендер на організацію цього заходу (був проведений Держкомтелерадіо із запізненням) виконав роботу з монтажу стенда, проігнорувавши інструкції експертів;
- керівництво і експерти Франкфуртського ярмарку – надали пільгові умови для України як учасника.

Експозиція України розташовувалася на площі 100 кв. м і представляла 350 найменувань публікацій. Як зазначали згодом офіційні джерела, на інформаційно-організаційне забезпечення роботи українського стенда під час міжнародного книжкового ярмарку Урядом було виділено 1 млн 100 тис. гривень¹⁰. Хоча ці кошти були задекларовані, вся підготовка стенда відбувалася поза залученням цієї суми. Держкомтелерадіо досі не надав звіту та детального кошторису витрат на запит громадськості. Активний інтерес до заходу органи державної влади почали виявляти вже після того, як він відбувся, висловлюючи власну причетність до його успіху.

Одним із позитивних результатів участі України у Франкфуртському ярмарку можна вважати появу інноваційної складової в програмі заходів фестивалю «Книжковий Арсенал» у 2016 році, посилення мікропрограмного підходу, запозиченого з практики європейських книжкових фестивалів.

Кейс присутності України на Франкфуртському книжковому ярмарку є важливим не лише з огляду на перспективи розвитку міжнародних книжкових проєктів. Він має багато спільного з іншими випадками участі України у культурних подіях світового рівня. Наприклад, у Венеційській бієнале. Минулого, 2015-го, року незалежні українські митці – учасники 56-ої Венеційської бієнале звернулися до Міністерства культури України з подякою за його повну відсутність на заході («Ваша відсутність виключно позитивно вплинула на кінцевий результат, а її цілющий

¹⁰ *Український книжковий стенд на ярмарку у Франкфурті відвідало 15 тис. осіб* – Кириленко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/1901910-ukrajinskiy-knijkoviy-stend-na-yarmarku-u-frankfurti-vidvidalo-15-tis-osib-kirilenko.html>

вплив на організацію роботи павільйону та на його відкриття важко переоцінити»¹¹.

Український інститут у Швеції: поза підтримкою держави

Інформаційний тиск Росії на сприйняття України в глобальному просторі викликав реакцію культурних активістів та митців, мобілізувавши їх до протидії у різних формах. Одним із виявів цієї протидії стало створення і функціонування досить потужної недержавної культурної інституції, що виконує вагомий дипломатичну місію, – Українського інституту в Швеції. Заклад був заснований у 2015 році з метою представити Україну на культурній карті Швеції та зміцнити позитивний імідж України у цій країні. Перед інститутом постало завдання відкрити для Швеції «високу» українську культуру, підтримувати популярність українських митців у світі, знайомити шведську спільноту з українською мовою, кінематографом та мистецтвом.

Цільовою аудиторією діяльності інституту визначено громадськість, політичну та культурну еліту Швеції, місцеві медіа, бізнес тощо. Інститут активно займається імплементацією культурних заходів: концертів класичної української музики, днів української культури, виставок, фестивалів українського кіно, театральних гастролей, крос-культурних проєктів. Серед перспективних напрямів роботи інституту – культурні заходи у поєднанні з бізнес-форумами, мовні курси, курси з вивчення української культури, історії, економіки.

Інститут зацікавлений у партнерстві як із державними установами України (Міністерство закордонних справ України, Міністерство культури України, Державне агентство України з питань кіно), так і з приватними суб'єктами. Для успішного фінансування проєктів, формування і забезпечення актуального контенту, отримання інформаційної, логістичної підтримки інституція співпрацює з Посольством України у Швеції, а також з міжнародними акторами *EUNIC* (спілка культурних інститутів Європи), з Міністерством культури Швеції у справах організації масштабних культурних заходів (книжкових ярмарків, кінофестивалів). Потенційними партнерами роботи Українського інституту у Швеції є меценати та торговельні палати. Питання фінансування інституту його команда планує вирішити за рахунок звернення до європейських фондів.

¹¹ *Художники* подякували Мінкульту за його повну відсутність на Венеційській бієнале [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://life.pravda.com.ua/culture/2015/05/11/193778/view_print/

Український інститут у Швеції доречно розглядати як успішний стартап української культурної дипломатії, реалізований поза державною підтримкою.

Загальний аналіз присутності української культури за кордоном, показує, що зазначені кейси – підстава розбудовувати горизонтальні зв'язки для більш успішного виконання завдань і місії культурної дипломатії. За весь час існування незалежної України ми не мали жодного випадку успішного представлення українських проєктів за кордоном суто державними зусиллями. Тож залучення багатьох агентів культурної дипломатії – Міністерства закордонних справ України та Міністерства культури України, незалежних митців та експертної спільноти, волонтерів, українців-експатріантів – дозволить адекватно відповідати на численні зовнішні виклики та загрози, просувати українську культуру у світі й водночас створить умови для її повноцінного розвитку.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

3.1. Проблеми створення Українського Інституту

Питання створення Українського Інституту стало одним із найбільш дискусійних у культурному середовищі у 2015 році. З одного боку, Український Інститут має бути важливим кроком назустріч впровадженню державної політики культурної дипломатії, з відповідними стратегією, правовою унормованістю, системою завдань і функцій. З іншого – поява ще однієї інституції в недосконалому на даний час полікультурній політиці не є виправданою. Особливо зважаючи на те, що Міністерство культури України виступило з ініціативою створення Українського Інституту, так і не з'ясувавши, якими мають бути його місія, завдання і функції.

Умовою становлення інституту української культурної дипломатії є подолання різночитання поняття культури в ЄС та в Україні, визнання її фасилітатором суспільних змін та розвитку.

Розуміючи, що майбутня діяльність Українського Інституту має бути орієнтованою на європейські практики культурної політики та промоції культури, слід зважати на безліч актуальних для України нюансів, важливих для моделювання його роботи. Зокрема, і на те, що ця державна установа має бути максимально адаптованою до дефіциту бюджетних коштів, враховуючи ситуацію з розмиванням відповідальності органів влади та існування корупційних схем їх розподілу.

Довідково. У березні 2015 року Міністерство культури України оголосило про ініціативу створення Українського Інституту (Інституту Тараса Шевченка) та розпочало роботу над Концепцією діяльності інституції. Хронологічно ця ініціатива збіглася з іншими важливими заходами, такими як діяльність Національної ради реформ при Адміністрації Президента України за напрямком «Програма просування інтересів України у світі» (Програма об'єднала зусилля представників державної влади, а також громадянського суспільства: Українського кризового медіа-центру, Інституту світової політики, «Реанімаційного пакета реформ», Міжнародного фонду «Відродження»), Форум культурної дипломатії, організований Міністерством закордонних справ України спільно з Київським офісом Інституту Кеннана (США) (з метою створення платформи для взаємодії всіх зацікавлених сторін для просування українського культурного продукту у світі та інтеграції України у світовий культурний простір) та створення при цьому органу влади управління публічної дипломатії, два форуми «Global Ukraine», на яких обговорювалася ідея створення мережі публічної дипломатії.

На жаль, активність держави та громадянського суспільства у 2015 році на шляху інституалізації культурної дипломатії не принесла тих результатів, які мали б місце за умов їх взаємної узгодженості та обумовленості. Щодо ідеї створення Українського Інституту, її просування не супроводжувалося синергією органів державної влади, особливо щодо розуміння мети створення інституції та її завдань.

Зазначимо ряд проблем і «больових» точок державної політики, які далися взнаки у зв'язку з запуском процесу інституалізації культурної дипломатії.

1. Відсутність синергії органів влади. Органами державної влади не було створено відповідної платформи для напрацювання концепції діяльності інституції та розробки її бізнес-моделі. Міністерство закордонних справ України та Міністерство культури України не виявили спільної позиції у баченні майбутнього інституту культурної дипломатії, його функцій та стратегії діяльності.

Потенціал Національної ради реформ як консультативно-дорадчого органу при Президентові України з питань стратегічного планування за напрямком «Програма просування інтересів України у світі» також практично не залучався до процесу створення Українського Інституту. Враховуючи важливість цього старту для нашої держави, слід було б максимально об'єднати зусилля всіх учасників процесу.

2. Нерозуміння щодо використання наявного ресурсу у цій сфері. Зокрема, не було визначено, чи відбуватиметься переформатування діяльності культурно-інформаційних центрів у складі закордонних дипломатичних установ України, і як вона координуватиметься з роботою Українського Інституту.

3. Імітація залучення експертного середовища та громадськості до процесу розбудови Українського Інституту, з якими органи державної влади мали б максимально співпрацювати на всіх етапах цього тривалого процесу. Попри те, що Міністерство культури України публічно оголошувало про можливість надіслати пропозиції та зауваження до проекту Концепції, оприлюдненого на сайті міністерства, в остаточній редакції цього документа важливі зауваження від експертів не були враховані. Не залучалися механізми співпраці з такими важливими акторами, як Український інститут у Швеції, досвід якого є цінним для напрацювання моделі інституту культурної дипломатії. Незважаючи на підписаний між Міністерством культури України і цією установою Меморандум про започаткування українсько-шведської культурної

ініціативи, діячі Українського інституту у Швеції не були запрошені до обговорення ідеї створення Українського Інституту¹².

4. Нефаховість підготовленого документа, некоректність його назви («Концепція створення Українського інституту»). «Концепція створення Українського інституту (Інституту Тараса Шевченка)», яку так і не було остаточно допрацьовано, готувалася Українським центром культурних досліджень. У березні 2015 року проект документа був опублікований на сайті Міністерства культури України і винесений на громадські обговорення, результати яких згодом також з'явилися на сайті. На презентації проекту Українського Інституту в Укрінформі основний документ представлявся у вигляді слайдів. По-перше, назва продукту не відповідала його змісту, оскільки у тексті не було визначено кроки, стратегію і основні положення, що стосувалися б власне процесу «створення». По-друге, оскільки цей документ стосується загалом діяльності установи, у ньому необхідно було б чіткіше прописати певні положення. Більшість пропозицій експертного середовища, зокрема й ті, що надходили від Національного інституту стратегічних досліджень, на жаль, були проігноровані. Натомість 9 грудня 2015 року під час проведення круглого столу «Культурна дипломатія: взаємодія державних і недержавних інституцій» з'явився ще один документ – проект Закону «Про Український Інститут», який не вносився на обговорення і не розпочав шлях законодавчої ініціативи.

5. Не розроблено бізнес-модель інституції, що ще більше загострює проблему фінансування. На жаль, фахівці не пропонують альтернативних джерел, окрім бюджетних надходжень та грантів. Не розглянуто можливостей державно-приватного партнерства та потенціалу культури як учасника ринкових відносин. Також відкритим залишається питання перерозподілу коштів у мережі інститутів, хоча саме від нього залежить бачення функцій осередків та їх ділових і фінансових «відносин» з центральним офісом Українського Інституту.

6. Відсутність аналітичної бази. Час, що минув від початку ініціативи зі створення Українського Інституту, доцільно було використати для напрацювання аналітичної бази інституції, однак він був змарнований. Без відповідної інформації неможливо моделювати діяльність інституції. Проте особливості потенційного попиту на український культурний продукт у різних країнах світу не визначені, систему моніторингових досліджень цього питання не впроваджено.

¹² Кльонова А. Культурна дипломатія: як це працює у Швеції і не працює в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/columns/2015/10/12/201718/>

7. При зазначених серйозних проблемах надзвичайно прискорені темпи розбудови інституції. За відсутності стратегічного бачення її діяльності, упродовж 2015 року нашвидкуруч розроблялися проекти документів, що мали б унормувати створення і функціонування Українського Інституту: «Концепція створення Українського інституту», проект Закону «Про Український інститут».

На тлі цих недоліків процесу культурної дипломатії інші, такі як проблема назви (Український Інститут, Інститут Тараса Шевченка чи Український культурний Центр), розподіл повноважень між міністерствами, локалізація бюро як основного офісу інституції тощо, видаються дрібними деталями. Без яких, однак, процес не рухатиметься уперед.

Очевидними **причинами** цих недоліків є: не налагоджені комунікації між органами державної влади, а також з представниками громадського та експертного середовища; не сформований внутрішній і зовнішній ринок культурних послуг; відсутність стратегічного бачення потреб і перспектив ринку культурних послуг; застаріле законодавство, зокрема Закон України «Про культуру»; незалученість фахівців й управлінців з різних галузей (право, економіка, фінанси, ринкові відносини, інформаційна політика) до цього процесу.

Подолання зазначених проблем допоможе не лише успішному запуску Українського Інституту як рамкового проекту політики культурної дипломатії. Розробка моделі цієї інституції може виступити стартапом державної політики і в інших сферах, створивши прецедент синергії органів влади і представників громадянського суспільства, змінивши позиціонування культури у суспільстві як сфери формування громадянських компетенцій, розглянувши можливість підприємницької моделі у сфері культурної політики. Зокрема, при стратегуванні його діяльності у фокусі мають перебувати такі функції цієї інституції:

- налагодження сталих зовнішньополітичних зв'язків України засобами культури;
- підтримка та заохочення творчого розвитку митців і культурних гравців в Україні та за кордоном; сприяння розвитку сучасного мистецтва та креативних індустрій;
- розробка маркетингових стратегій просування українського культурного продукту за кордоном;
- залучення культури до впровадження ефективної інформаційної політики;
- підвищення інвестиційної привабливості України, просування економічних інтересів держави у світі, підтримка українського бізнесу за кордоном;

- заохочення вивчення української мови як чинника підтримки культурної ідентичності українських громад та відкриття освітніх та наукових можливостей України;

- зміна державної моделі культурної політики, позиціонування культури як суб'єкта зовнішньої політики, вихід культури на міжгалузевий рівень, відкриття її репутаційного, економічного, освітнього, соціального потенціалу;

- здійснення публічної дипломатії, транслювання українського досвіду розбудови демократії, цінностей рівності і свободи як основних ідей Революції гідності.

Процес створення Українського Інституту варто розглядати як важливий етап адвокації культури, зміни ставлення до неї з боку держави і суспільства. Однак на даний момент держава є не готовою до створення Українського Інституту як інституції з ефективною діяльністю. Нерозуміння з боку органів влади місії цієї інституції відображає брак розуміння ролі культури в житті суспільства, неготовність до змін у системі державної політики.

Очікуваним результатом складного і тривалого процесу інституціоналізації української культурної дипломатії є не лише створення Українського Інституту. Сьогодні відчутна потреба у створенні цілої платформи інституцій, яка забезпечить послідовну і системну роботу з продукування сучасного образу України, цікавого для потенційних партнерів, трансляції українських меседжів світові, розбудови культурних комунікацій.

3.2. Пріоритети розвитку культурного контенту: політика сприяння

Вплив культури на суспільство є значно потужнішим, ніж той, що відображений сьогодні у законодавстві і державних документах. Тому, аби «м'яка сила» працювала ефективно, слід звільнитися від звуженого бачення її місії, завдань та можливостей, дозволити їй проявити свій соціальний потенціал, можливість впливати на економічний розвиток країни та екологію, не лише вважатися, а й бути чинником, що відіграє свою вагомую роль у міжнародній політиці та долучається до формування здорових міжнародних відносин.

Розвиток культурної дипломатії насамперед залежить від того, як будується культурна політика держави. Вона має стимулювати розвиток культурної сфери, сприяючи створенню якісного і конкурентоспроможного культурного продукту. Складовою культурної політики має бути й політика промоції культури, яка, з одного боку, просуватиме

культурний продукт на нові ринки, а з іншого – стимулюватиме його високу якість.

Очевидно, що питання якості культурного контенту залежить від його цільової аудиторії. Тому серед пріоритетних напрямів розвитку та інституалізації культурної дипломатії – системне впровадження моніторингових і аналітичних досліджень щодо сприйняття України у світі та попиту на український культурний продукт в окремих країнах. Це ґрунтова робота, яка передбачає відстеження культурних подій української сторони за кордоном для подальшого аналізу і прогнозування. Фіксації і аналізу підлягають усі культурні ініціативи, як державні, так і приватні. Попит на цю діяльність дався взнаки у ситуації з підготовкою до референдуму у Нідерландах. На старті іміджевої кампанії України у Голландії діяльність українських активістів полягала у тому, аби відстежити всі згадки про Україну у місцевих засобах масової інформації, спрогнозувати реакції журналістів і політиків на ті чи інші меседжі з України, їх дієвість або негативне сприйняття¹³. Ця діяльність може бути зразком для аналогічних моніторингових досліджень.

Аналіз культурної присутності України в інших країнах світу, практично відсутній на сьогодні, є можливим за умови достатньої кількості об'єктивної інформації та статистики. Найближчим часом збір даних для досліджень може бути однією з функцій реформованих культурно-інформаційних центрів при дипломатичних представництвах України. Зібрана інформація має зосереджуватися в центральному бюро (аналітичному центрі) у Києві, яке за кілька років аналітичної роботи виявить спроможність/неспроможність взяти на себе функції інституції культурної дипломатії (наприклад, Українського Інституту).

Це необхідно і для розробки маркетингових стратегій. Як свідчить польський досвід, дослідження цільової аудиторії за кордоном є необхідним попереднім етапом пропозиції культурного продукту, який готується під її очікування. У Польщі працює спеціальний дорадчий орган, очолюваний міністром закордонних справ, який виробляє «дороговкази» різних напрямків діяльності культурної дипломатії¹⁴.

Етап моніторингу паралельно стане моментом консолідації зусиль окремих проукраїнських громад та експертних кіл в іноземних державах, що є важливим етапом процесу інституалізації культурної дипломатії.

¹³ Козак Я., Снідалов О. Робота над референдумом. Реакція нідерландських ЗМІ на візит Порошенка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/12/4/7041749/>

¹⁴ Пересунько Т. Ідея української культурної дипломатії в XXI столітті: проєкція кризь призму польського досвіду // Український Альманах. – Варшава, 2014.

Питання контенту культурної дипломатії передбачає розвиток такого стратегічного напрямку політики промоції, як інституалізація сучасного мистецтва. Сприяння розвитку актуальної культури не належить до пріоритетів культурної політики України, хоча необхідність створення національного музею (центру, інституту) давно відчутна. Україні як країні з досить насиченим на події періодом новітньої історії бракує локації, де ця історія разом із реальністю осмислювалася б засобами сучасного мистецтва. Без цього наша земля не буде цікава світові.

Так склалося, що українські художники та перформери є достатньо відомими за кордоном, значно менше їх знають і розуміють в Україні. У багатьох державах такі локації, де зберігаються твори сучасних художників, ведеться наукова робота та впроваджуються освітні та дослідницькі проекти, зберігається, а то й видається відповідна література, є майданчиками творення міжкультурних комунікацій. Мова про центр Жоржа Помпіду у Парижі, МоМА у Нью-Йорку, музеї Гугенхайма у Нью-Йорку та Більбао, групу галерей *Tate Modern* у Великобританії, Гамбурзький вокзал у Берліні та багато інших. Тут культура не лише консервується та експонується, а й розвивається, виявляється як спосіб життя, комунікація, проектування майбутнього.

Цікавим є той факт, що однією з перших культурних інституцій, заснованих у незалежній Україні іноземним капіталом (у 1993 році Джорджем Соросом), був Центр сучасного мистецтва при Києво-Могилянській академії, а його директором досить тривалий час (від 1997 до 2005 року) – визнаний у світі культурний дипломат польського походження Єжи Онух (пізніше – директор Польського Інституту у Києві та радник посольства Польщі в Україні). Тобто, запит на сучасне мистецтво від спільноти симпатиків України за кордоном існує досить давно, а відгуку на нього з боку держави немає.

Стратегічним питанням є не лише розбудова власної інституції сучасного мистецтва, а й представлення України на виставках у провідних музеях світу, а також участь в інтернет-проектах на популярних ресурсах, де викладають репродукції творів мистецтва з колекцій різних музеїв світу.

Політика сприяння розвитку сучасного мистецтва пов'язана з іще одним напрямом культурної дипломатії, значення якого є не менш стратегічним, – **підтримка українських креативних індустрій та стимулювання їх участі у соціально-культурному розвитку**. У 2015 році Міністерство культури України всіляко декларувало свою активність у напрямі приєднання України до програми Європейського Союзу та Східного партнерства «Креативна Європа», однак поняття «культурних індустрій» у нашому законодавстві досі відсутнє. Це свідчить про

відставання державної політики від реального розвитку суспільства і культури, ігнорування впливу інформаційних технологій на економічні і соціальні процеси, культуру та економіку.

Креативні індустрії, що включають сектори, які спеціалізуються на використанні творчого таланту для комерційних цілей (реклама, архітектура, дизайн, ремесла, фотографія, кіновиробництво, книговидання, радіо і телебачення, інтернет-технології, програмне забезпечення і комп'ютерний сервіс, музика, перформативні та візуальні мистецтва) дають 7 % світового внутрішнього валового продукту з прогнозованим приростом у 10 % щороку, розвиваючись швидше, ніж сфери виробництва та послуг, надаючи робочі місця 8,3 млн громадян Європейського Союзу і забезпечуючи сукупний прибуток у 558 млрд євро¹⁵.

В Україні сектор креативних індустрій має власні історії успіху, що, на жаль, не позначається на сфері державної політики, якій гостро бракує європейської моделі розвитку культури (поєднання капіталу, екології та соціального розвитку). Хоча орієнтуватися на неї було б важливо, з огляду на ті виклики, що постали сьогодні перед нашою державою.

У першу чергу – необхідність ревіталізації міст і містечок Донецької та Луганської областей, постраждалих внаслідок терористичних дій сепаратистів та агресії Російської Федерації. Вирішувати із залученням креативного потенціалу культури такі проблеми, як оптимізація ресурсів, залучення інновацій, створення нових робочих місць, розбудова в суспільстві довіри та діалогу, лікування травматичного досвіду, які є пріоритетними для повернення суспільства до здорового життя, буде ефективніше.

З іншого боку, відповіді на виклики, що виникли внаслідок глобалізації та поширення цифрових технологій, можливо лише усвідомивши роль креативного сектору, змінивши шляхи створення і поширення культурного продукту. Сприйняття України у світі залежить від того, як у самій державі сприймається її креативний клас. І це не лише проблема іміджу. Оскільки ресурсів для старту важливих національних проєктів на зразок Українського Інституту в бюджеті недостатньо, лише інновації в культурі можуть змінити існуючий стан речей.

Створення Українського Інституту доцільно розглядати в контексті залучення інновацій та креативності, тому що ця установа має шанси стати пілотним проєктом державної політики у сфері капіталізації культури саме через брак бюджетного фінансування. Це, у свою чергу,

¹⁵ *Культура* має значення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.culturepartnership.eu/ua/page/culture-matters>

«розбудить» на рівні держави взаємну зацікавленість культури і бізнесу, апелюватиме до інтересів українських компаній за кордоном.

Ще одне важливе для суспільства значення креативних індустрій – «виховання» у соціумі партисипативності – риси, необхідної для успішної євроінтеграції, як культурної, так і політичної. Оскільки за будь-якою успішною бізнес-угодою стоять взаємні зацікавлення і включення, українська сторона, через розвиток міжнародних проєктів у секторі креативних індустрій, нарешті перестане очікувати «благ» від результатів вступу до європейської спільноти, а стане її реальним учасником.

Промоція української книги та інвестування в переклади – ще один стратегічний напрям української культурної дипломатії, в якому досить давно і без державної підтримки працюють українські видавці та письменники.

Україна є гостем міжнародних книжкових форумів у Франкфурті, Лейпцигу, Парижі, Лондоні, Болоньї, Мінську, Санкт-Петербурзі, Вільнюсі. Українські письменники отримують визнання у світі й відзначаються міжнародними преміями. Наприклад, літературною нагородою Центральної Європи «Ангелус» (відзнака, організатором якої є польське місто Вроцлав, щороку вручається за найкращу прозову книгу, що вийшла польською мовою і порушує гострі питання сучасності) відзначалися Юрій Андрухович (2006), Оксана Забужко (2013), Сергій Жадан (2015).

Цього, 2016-го, року українська література опиниться у фокусі фестивалю «*Read My World*», який щороку відбувається в Амстердамі. Кураторці української програми Ірині Вікирчак (засновниця Міжнародного фестивалю оповідання «*Intermezzo*» у Вінниці та екс-директор Міжнародної літературної корпорації «*Meridian Czernowitz*») було запропоновано скласти національну програму, яка має відповідати певним вимогам: висловлювати суб'єктивний погляд, містити авторську концепцію, не бути загально презентативною, не представляти жодної урядової чи позаурядової інституції чи організації. Українська програма буде інтегрована з польською та голландською для налагодження нових міжлітературних контактів.

Як для позиціонування держави у світі, так і для розвитку власне літературного контенту в Україні, зараз гостро бракує спеціальної програми перекладів. А передумови для неї є – перекладацькі проєкти, хоча й недостатньо чисельні, працюють. Окрім перекладів англійською, німецькою, польською, французькою мовами, великий інтерес становлять спільні перекладацькі проєкти з письменниками Литви, Латвії, Чехії, Швеції, Португалії, Італії. При цьому постає проблема якості

перекладів, особливо, коли йдеться про знаних письменників. Зокрема, Георгій Грабович, ставлячи за мету заново перекласти Шевченка, вказує на незадовільну якість більшості перекладів його поезій англійською, які «іноді навіть є майже прямою пародією на оригінал» та дискредитують імідж нації, що вважає поета власним духовним лідером¹⁶.

Над іміджем України засобами культури, зокрема літератури, працюють громадські організації та ініціативи. Зокрема, конгреси «Промоція літератури в Україні» (2015 і 2016 роки), на яких артикулюються проблеми літератури та книговидання всередині держави та за її межами. У той же час державні програми, які працюють сьогодні у сфері національного книговидання (наприклад, програма Державного комітету телебачення і радіомовлення України «Українська книга»), не є орієнтованими на реальні потреби літературного середовища.

Певну лауну в цьому питанні має заповнити новостворений Інститут Книги, одним із завдань якого є популяризація української літератури та мови у світі (а отже, стимулювання перекладацьких проєктів). Майбутня діяльність державної інституції відповідає моделі аналогічної структури у Польщі – *Instytut Książki*, державної установи, що з 2004 року займається популяризацією читання, книгорозповсюдженням, промоцією польської мови і літератури у світі. Для ефективної діяльності в цьому напрямі українській інституції необхідний певний баланс між незалежністю інституції від численних законодавчих обмежень та громадським контролем за використанням бюджетних коштів, залучення до роботи експертів культурного середовища та узгодження багатьох інших моментів недостатньо врегульованої сфери управління культурою.

На сьогодні стало зрозумілим, що брати участь у міжнародних літературних подіях недостатньо, – необхідно створювати власні. Їх приклади поки що не чисельні: «Книжковий Арсенал» як майданчик, де продовжуються комунікації, започатковані на Франкфуртському книжковому ярмарку, Форум видавців у Львові з супутнім літературним фестивалем, резиденція для письменників у Чернівцях.

Важливою складовою успішної промоційної політики засобами літератури могло б бути відзначення преміями іноземних авторів, які у своїх творах розповідають про Україну. Наприклад, зміни у діяльності Комітету з Національної премії України імені Тараса Шевченка (оновлення його складу та процедури відбору претендентів на цю нагороду) варто продовжити внесенням «іноземної» квоти, а саме – долученням

¹⁶ Григорій Грабович: Ми є свідками боротьби із рецидивами советчини. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/culture/2016/01/11/206212/>

номінації «За кращий іноземний літературний твір про сучасну Україну». Цією новацією Україна, по-перше, проявить партисипативність і відкритість до міжнародного літературного діалогу, готовність брати у ньому участь не лише на правах «гостя», а й активно пропонувати власні ресурси. По-друге, стимулюватиме інтерес іноземних письменників до України і, відтак, появу більшої кількості книжок про неї іноземними мовами.

Польський приклад успішної промоції національної культури є показовим і в такому напрямі, як розвиток внутрішнього вектора культурної дипломатії (*domestic public diplomacy*). Він спрямовується як на формування внутрішньополітичного діалогу засобами культури (підтримка горизонтальних комунікацій між регіонами), так і на комунікації регіонів з міжнародними відповідниками за кордоном¹⁷.

У промоційній політиці Польщі як європейської країни важливе місце посідає промоція окремих міст на основі їх стратегій культурного розвитку. Наприклад, уже згадувана літературна премія «Ангелус» є частиною загальної культурної стратегії міста Вроцлава. Саме існування цієї премії зробило можливою перемогу Вроцлава в змаганні за звання «європейської культурної столиці». Попри значні витрати на підготовку і реалізацію програми «європейської культурної столиці» (Вроцлаву це коштуватиме близько 75 млн євро), такий статус приносить містам фінансові дивіденди (Ліверпуль у 2008 році отримав найбільші за всю історію існування цього титулу прибутки – більше мільярда євро). Польські експерти наголошують на важливості для міста мати власну культурну стратегію – тоді воно має шанси на успіх серед туристів та інвесторів.

Для розвитку внутрішнього вектора культурної дипломатії досить знаковим є поява таких проєктів, як «Культурна дипломатія між регіонами України» (з ініціативи Українського кризового медіа-центру), спрямованого на розбудову діалогу та примирення між мешканцями Сходу і Заходу через інструменти культури.

На сьогодні є потреба у стимулюванні інвестицій для заснування творчих резиденцій та у підтримці діяльності вже існуючих. Роль арт-резиденцій є достатньо вагомою з огляду на їх внесок до розбудови зв'язків між культурами різних держав, між різними регіонами України, у вирішенні проблем відстаючих чи занедбаних територій, екології та навколишнього середовища, підвищення іміджу депресивних

¹⁷ Пересунько Т. Польський дипломат: країна повинна мати свій голос в какофонії повідомлень в публічному просторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://culture.lb.ua/news/2016/03/15/329802_polskiy_diplomat_kraina_povinna.html

районів, подолання культурної ізоляції, розвитку малих міст і формування нових культурних пам'яток.

Відродженню регіонів та розвитку туристичної сфери сприятиме активне використання українських кінолокацій. Вони мають цінність як майданчики нових міжкультурних проєктів, а їх залучення стимулюватиме розвиток української кінематографії¹⁸.

Ця потреба є зрозумілою на рівні приватних ініціатив, в яких вона і знаходить відгук та реалізацію. Подібні проєкти вже мають місце у різних регіонах України: резиденції в Івано-Франківську, Музичах, Чернівцях запрошують художників та письменників. Команда фестивалю «*Meridian Chernowitz*» з метою промоції міста Чернівці в Україні та світі з 2013 року реалізовує проєкт «**Міжнародна стипендія для поетів і перекладачів поезії з української мови на німецьку**». У рамках цього проєкту поети і перекладачі з Європи мають можливість працювати в Україні протягом чотирьох тижнів, створюючи тексти, публікуючи які обов'язково посилалися на місце їх написання, тобто Чернівці. Таким чином фестиваль працює над репутацією міста як одного з центрів формування світового літературного процесу та над взаємною інтеграцією європейського та українського культурних просторів.

На рівні Міністерства культури України таких ініціатив поки що не відзначалося, хоча у його віданні знаходиться велика кількість будинків культури, які зусиллями кураторів, місцевого бізнесу та громад можливо переобладнати під резиденції за умови звільнення від орендної плати. Це позитивно вплине як на розвиток культурного туризму в регіонах, так і на надбання репутаційного капіталу.

Занедбані і досі не відвідувані куточки української провінції, за умов розбудови необхідної культурної і туристичної інфраструктури, мають не менші перспективи розвитку, ніж столиця. А іноземним митцям, журналістам, кураторам наша країна є цікавою саме з огляду на ті проблеми, які переживають українці в різних регіонах країни. Тому будь-яка відкритість до їх обговорення є надзвичайно важливою.

Успішність діяльності українських культурних інституцій за кордоном безпосередньо залежить від культурних зв'язків між регіонами держави. Для цього необхідно у найближчий час здійснити меппінг та аналіз культурного потенціалу регіонів, стимулювати діяльність існуючих та появу нових регіональних фестивалів, зробити можливою роботу мистецьких резиденцій. Окремий напрям державної політики

¹⁸ *Hartmond M.* Ukraine as movie location: can foreign filmmakers fuel Ukrainian cinema renaissance? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bunews.com.ua/lifestyle/item/ukraine-as-movie-location-can-foreign-filmmakers-boost-ukrainian-domestic-cinema-renaissance>

культурної дипломатії в регіонах – охорона культурної та історичної спадщини, адже репутація держави залежить від того, в якому стані знаходиться її культурне надбання та наскільки розбудованою є туристична інфраструктура.

Розвиток освітньої складової

Однією з проблем становлення культурної дипломатії України є відчутний брак висококваліфікованих кадрів у сфері публічної та культурної дипломатії. Водночас виникають сумніви стосовно раціональності існуючої системи освіти, зокрема, у площині культури та міжнародних відносин. Варто переглянути доцільність існування таких закладів, як Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, яка, на думку експертів, поглинаючи бюджетні видатки, не приносить суспільству реальної користі. Натомість постає завдання цілеспрямованої цільової підготовки магістрів з публічної та культурної дипломатії. Виходячи з того, що культурна дипломатія – діяльність, яка належить водночас до сфер компетенції дипломатичної служби і культурного менеджменту, цей курс мають викладати майбутнім фахівцям як міжнародних відносин, так і спеціальностей культурологічного спрямування. Її присутність є необхідною, у першу чергу, в Інституті міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Стосовно викладання культурної дипломатії як предмета післядипломної освіти в Дипломатичній академії при Міністерстві закордонних справ України, слід переглянути його методiku, звернутися до таких форм освіти, як панельні дискусії, програми стажування, посилене вивчення досвіду у цій сфері.

Працюючи на кожному з цих напрямів, необхідно **виходити за межі такої діяльності, як «популяризація»**. Це поняття звучить у багатьох програмах і документах, але не завжди є доречним саме у площині культури. Ставлячи за мету просувати культуру за кордоном, робити її успішну промоцію, маємо на меті заходи, що тією чи іншою мірою стимулюватимуть її розвиток через налагодження комунікацій, вихід на нові аудиторії й ринки. Популяризація не працює на розвиток культури, натомість сприяє спрощенню сприйняття часом складних і багатозначних культурних феноменів.

Популяризація є дією лише в тих випадках, якщо цінність явища вже закріплена в часі, не вимагає осмислення та актуалізації в нинішній ситуації (популяризація мови, національної кухні або академічної музики). Заходи з популяризації є прийнятними, коли йдеться про шоу-бізнес або пропаганду бренду і можуть принести певні дивіденди. Водночас неприйнятно популяризувати артхаусне кіно або сучасне

мистецтво, сприйняття яких у суспільстві є складним і дискусійним. Вживаючи термін «популяризація», ми підводимо під усіма явищами культури і мистецтва певне узагальнення, цим спрощуючи їх перцепцію. Так, наприклад, доречно говорити про популяризацію певного твору або вже виданої книги і недоречно – про популяризацію літератури.

Поняття «популяризації» вживається досить широко саме тому, що будь-який захід із представлення української культури, незалежно від його контенту та ефективності (залучення партнерів, суспільний резонанс та дискусія, відкриття нових можливостей розвитку), можна вважати за реалізований, якщо його метою було зазначено «популяризацію». Якщо метою заходу або цілого проекту є популяризація, така мета не мотивує розвиватися, створювати нові культурні продукти, виходячи на новий рівень творчості, шукати і відкривати нові можливості. Натомість дозволяє «поставити галочку» про його виконання. І якщо для чиновника це поняття є достатньо зручним, то для митця або культурного менеджера – тупиковим.

Зловживання поняттям «популяризація» в документах сфери культури є симптомом її патерналістського розуміння. Адже передбачає державну політику щодо неї як об'єкта, який потрібно «оберігати», «поширювати», робити «популярним», себто зрозумілим, доступним, народним. Натомість не мотивує розуміти культуру як суб'єкт діяльності, живий, здатний до розвитку і самовідтворення, спроможний впливати на суспільство формулюванням складних викликів і відповідати на них, а на економіку – залученням інновацій та інвестицій. Таке розуміння культури передбачає «сприяння», «стимулювання», «заохочення» її розвитку, а також «просування», «представлення» і «промоцію» на рівні міжнародних зв'язків.

Аргументом на користь відмови зловживати цим терміном є приклад польської культурної дипломатії, метою якої первісно була саме «популяризація». Однак поляки досить швидко перейшли до іншого її формулювання, де фігурувало поняття «промоція». Згодом довелося відмовитись і від концепції державної промоції (це слово навіть заборонили вживати), й останніми роками в Польщі опановують такий напрямок культурної дипломатії, як культурний обмін¹⁹.

«Промоція національного культурного бренду як самоціль вважається польськими культурними менеджерами за пройдений етап. На цьому етапі утвердились такі наукові та практичні підходи, як

¹⁹ *Пересунько Т.* Ідея української культурної дипломатії в XXI столітті: проєкція кризь призму польського досвіду // *Український Альманах*. – Варшава, 2014

культурна економія, маркетинг культури, національний брендинг тощо»²⁰.

Доречним підсумком стратегування політики культурної дипломатії міг би стати один стартовий інклюзивний проект. За зразок варто взяти знову ж таки Польщу, її досвід міжнародного визнання і швидкого успіху у сфері культурної дипломатії. У 2011 році ця країна здійснила «стрибок» у розвитку культурної дипломатії завдяки успішній реалізації закордонної культурної програми польської президенції в Раді Європи «*I, CULTURE*». «За півроку поляки збільшили свій рівень впізнаваності в Європі та світі саме за рахунок професійно розробленої і втіленої культурної стратегії. 80-особовий персонал Інституту Адама Міцкевича спільно з керівництвом департаменту Публічної та Культурної Дипломатії МЗС та департаменту міжнародного співробітництва польського Міністерства культури та національної спадщини втілив 400 глобальних міжнародних акцій в 10-ти часових поясах за 100 днів. За визнанням експертів, це найбільша частка культурної складової в програмі всіх попередніх європейських президенцій»²¹.

Для реалізації глобального проекту української культурної дипломатії необхідно встановити чіткі терміни, в які синхронно транслюватиметься у різних частинах світу єдиний меседж, який створюватиме рамку для різних і численних подій. Проект просуватиме сучасне мистецтво та креативні індустрії України, залучить потенціал літературного середовища, міститиме проекти-супутники в українських регіонах. Основними стейкхолдерами цього проекту мають бути органи державної влади (у першу чергу, Міністерство закордонних справ і Міністерство культури), активісти мережі *Global Ukraine*, митці, куратори, експерти, культурні менеджери. За підсумком його реалізації має бути напрацьована аналітична база та створені актуальні бази даних.

²⁰ Пересунько Т. Ідея української культурної дипломатії в ХХІ столітті: проєкція крізь призму польського досвіду // Український Альманах. – Варшава, 2014.

²¹ Там само.

ВИСНОВКИ

Культурна дипломатія визнана ефективним інструментом формування позитивного іміджу країни у світі, вирішення питань національної безпеки, стимулювання попиту на національний продукт за кордоном, забезпечення розвитку багатьох сфер суспільства, у тому числі соціальної та культурної. Однак сьогодні відсутня послідовна позиція держави щодо впровадження політики культурної дипломатії, їй бракує інструментарію, стратегії та інституційних засад. Це ставить перед державою відповідні завдання.

Водночас можна констатувати, що запит на політику культурної дипломатії вже сформовано, як і горизонталь для її впровадження (*Global Ukrainians*, державний ресурс культурно-інформаційних центрів, окремі митці і учасники колабораційних проєктів). Суб'єкти політики практично визначилися, бракує політичної волі для створення засад цієї політики з боку держави. Тому найближчим часом важливо об'єднати всі ініціативи в єдиному координаційному центрі для напрацювання документа, який відобразитиме засади політики культурної дипломатії.

Стратегія культурної дипломатії як документ, в якому слід окреслити мету, завдання, ключові напрями діяльності у відповідній сфері на середньостроковий період, забезпечивши синергію дипломатичної та культурної політики, має розроблятися в контексті Концепції зовнішньої політики України та відображати її основні положення.

Вивчення досвіду європейських інституцій культурної дипломатії (Британська Рада, Французький Інститут, Польський Інститут, Гете-Інститут, Чеський центр) вказує на такі особливості їх діяльності: умовою їх функціонування є всебічна державна підтримка; вони підпорядковані міністерствам закордонних справ; мають мережеву структуру функціонування; визначальним елементом їх діяльності є промоція мови та надання послуг з її вивчення. Діяльність цих інституцій передбачає не лише іміджеві заходи, а й впливає на формування культурного контенту: підтримка літературних проєктів та книговидання як один із пріоритетних напрямів їх роботи, підтримка сучасної культури і мистецтва, налагодження довготривалого партнерства та реалізація колабораційних проєктів. Отже, основним змістом діяльності європейських інституцій культурної дипломатії є сприяння розвитку культури та міжкультурних комунікацій.

Аналіз міжнародної присутності української культури показує перспективність розбудови горизонтальних зв'язків між її суб'єктами. Одним із них є культурно-інформаційні центри при дипломатичних установах. З огляду на перспективи впровадження політики культурної

дипломатії стоїть питання переформатування їх діяльності. Робота цих установ повинна бути оптимізована за рахунок мотивованих та зацікавлених кадрів. Іншим вагомим суб'єктом як іміджевої політики, так і промоції культури України є українські експатріанти (громади української діаспори і активісти нової хвилі волонтерської підтримки подій, пов'язаних із Революцією гідності та військовими діями на сході України). Реальними завданнями, що постають перед державою у зв'язку з необхідністю залучення експатріантів є створення платформи для дискусії, ініціювання та координація спільних проєктів з культурної дипломатії, налагодження бізнес-зв'язків (з впливовими у політичному та діловому світі клубами). Доцільним є залучення українських наукових осередків, зокрема, кафедр українознавства у найбільших університетах світу. Вони являють собою добре розгалужену мережу культурних установ України за кордоном. Співпраця з експатріантами, з українськими громадами та активістами мережі «*Global Ukraine*» має бути одним із пріоритетів публічної та культурної дипломатії України.

Розгляд трьох кейсів культурної присутності України за кордоном (виставка Пінзеля у Луврі в 2012 році, участь України у Франкфуртському книжковому форумі у 2015 році, створення Українського інституту у Швеції у 2015 році) дозволяє резюмувати, що високий результат просування та розвитку української культури можливий лише в разі залучення багатьох агентів культурної дипломатії: Міністерства закордонних справ та Міністерства культури України, незалежних митців та експертної спільноти, волонтерів, глобальних українців-експатріантів.

Український Інститут є національним проєктом на майбутнє. Нині держава не готова до створення Українського Інституту як інституції з ефективною діяльністю. Нерозуміння Міністерством культури місії цієї інституції є відображенням відсутності розуміння місії культури в цілому, неготовності до змін у системі державного управління. Основними проблемами процесу його створення є: відсутність синергії органів влади; нерозуміння, як буде використано ресурс культурно-інформаційних центрів; імітація залучення експертного середовища та громадськості до підготовки супровідних документів; нефаховість підготовленого документа («Концепція створення Українського інституту»), некоректність його назви; відсутність бізнес-моделі інституції та аналітичної бази.

Процес створення Українського Інституту варто розглядати як важливий етап адвокації культури, зміни ставлення до неї з боку держави і суспільства. Очікуваним результатом складного і тривалого процесу інституалізації української культурної дипломатії, окрім запуску Українського Інституту, є створення платформи інституцій, яка

забезпечить послідовну і системну роботу з продукування сучасного образу України, цікавого для потенційних партнерів, трансляції українських меседжів світові, розбудови культурних комунікацій.

Гострим є питання якості контенту, яким Україна буде представлена в міжнародних культурних комунікаціях. Серед пріоритетів його формування такі напрямки, як книговидавництва і переклади, сприяння розвитку сучасного мистецтва та культурних індустрій. Актуальним завданням формування якісного контенту є вихід за межі «популяризації» культури та зосередження на промоційній складовій, налагодженні комунікацій, підтримці культурного розмаїття. Одним із визначальних напрямів культурної дипломатії є розвиток її внутрішнього вектора (*domestic culture diplomacy*), який впливає і на формування внутрішньополітичного діалогу, і на комунікації українських регіонів з їх партнерами за кордоном.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Враховуючи важливість культурної дипломатії як інструменту вирішення питань національної безпеки, формування позитивного іміджу країни у світі, стимулювання попиту на національний продукт за кордоном та впливу на розвиток багатьох сфер суспільства, у тому числі соціальної і культурної, пропонуємо:

Кабінету Міністрів України:

1) ініціювати розробку **Стратегії політики культурної дипломатії** як невід'ємної частини Концепції зовнішньої політики України (в контексті Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020») – де окреслити мету, завдання, ключові напрями діяльності у відповідній сфері на середньостроковий період, забезпечити синергію дипломатичної та культурної політики; до розробки документів долучити активних представників громад українців за кордоном, виробників культурних продуктів, представників бізнесу (інвесторів), закордонних організаторів культурних проєктів;

2) сформувати Міжвідомчу робочу групу із залученням незалежних експертів та громадськості, для розробки засад формування політики культурної дипломатії України;

3) внести зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 30.03.2016 р. № 281 **«Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України»** в частині розширення завдань МЗС України, зокрема:

– пункт 3 «участь у формуванні та реалізації державної політики, спрямованої на інтеграцію України до європейського політичного, економічного, правового простору з метою набуття членства в ЄС» викласти у редакції: «участь у формуванні та реалізації державної політики, спрямованої на інтеграцію України до європейського політичного, економічного, культурного, правового простору з метою набуття членства в ЄС»;

– доповнити перелік основних завдань МЗС України положенням: «реалізація завдань (політики) культурної дипломатії» (у документі жодного разу не згадується поняття «культури» або «культурної дипломатії»);

4) внести зміни до Постанови Кабінету Міністрів України від 08.02.2012 р. № 102 **«Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки забезпечення міжнародного позитивного іміджу України та здійснення заходів щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України»** стосовно розширення шляхів

фінансування діяльності з культурної дипломатії, передбачивши механізми державно-приватного партнерства;

5) запровадити програму підтримки перекладів мовами світу творів, написаних українською мовою;

6) провести опитування іноземних компаній, що спеціалізуються на просуванні культурної продукції (виставкові та культурні центри, навчальні заклади, приватні культурні фонди) та розробити формат співпраці з такими компаніями та сервіс «одного вікна» – фактично державного лобі з просування українського культурного продукту.

Міністерству закордонних справ України:

З метою вдосконалення роботи культурно-інформаційних центрів:

- на основі **Стратегії політики культурної дипломатії України** розробляти щорічний план дій та звітувати про його виконання;
- розробити критерії ефективності роботи центрів за допомогою формату «прихованого покупця». Надати можливість українським громадам виконувати моніторинг такої діяльності та відправляти відгуки до МЗС в електронному вигляді, вчасно повідомляти про ефективність чи неефективність діяльності центрів;
- затвердити перелік кваліфікаційних вимог до керівників центрів, серед яких – наявність у керівника стратегії та плану роботи центру напередодні призначення, досвід керування міжнародними проектами, знання іноземних мов, відкритість та ініціативність;
- забезпечити публічне представлення і захист плану діяльності центру;
- визначити однією з функцій культурно-інформаційних центрів проведення моніторингових досліджень щодо сприйняття образу України в країні перебування та попиту на український культурний продукт за кордоном, вивчення конкурентного середовища українських культурних продуктів у міжнародному культурному просторі та визначення позиціонування за принципом теорії «блакитних океанів», що дозволить за мінімальних бюджетів якісно виділитися на цьому ринку, впровадження *market needs based approach* для розширення цільової аудиторії культурного продукту, вивчення її культурного бекграунду;
- започаткувати нагороду іноземним громадянам за вагомих внесок у поширення української культури за кордоном, яка передбачатиме запрошення таких представників на державні події в дипломатичні установи України за кордоном та офіційні заходи на території України; створення бази даних таких активістів, яким регулярно надсилалися б електронні бюлетені для «Друзів України».

• налагодження механізмів координації зусиль і спільної праці з осередками – волонтерськими ініціативами, які вже працюють (Український Інститут у Швеції, Лондоні тощо).

Спільно Міністерству культури України та Міністерству закордонних справ України:

1) започаткувати пілотний проект з культурної дипломатії, залучивши потенціал культурно-інформаційних центрів та недержавного сектору, який буде спрямовано на аудиторію кількох європейських країн: Польщі, Франції та Німеччини;

2) на основі реалізації вищезазначеного проекту розробити бізнес-модель Українського Інституту – єдиної онлайн-платформи зі зручним та простим інтерфейсом з поєднанням функцій довідкового бюро та «єдиного вікна»;

3) планувати в роботі відомств сприяння реалізації вже діючих великих проектів (книжковий ярмарок у Франкфурті, Венеційська бієнале, *Fashion Week* у Лондоні).

Міністерству культури України:

1) розробити програму сприяння розвитку актуальної культури і мистецтва, підтримки українських креативних індустрій та стимулювання їх участі у соціально-культурному розвитку суспільства, залучаючи досвід уже реалізованих проектів або таких, що успішно стартували («Правдиві свідчення: від Революції гідності до сьогодні», «*Ukraine. The best*», «Україна – країна майстрів»); відібрати за конкурсом та підтримати кращі з уже існуючих проектів, надати їм можливість розвиватися, поставивши на рейки державно-приватного партнерства та надавши статус національних програм/проектів;

2) з метою просування внутрішнього вектору культурної дипломатії (*domestic culture diplomacy*):

а) здійснити меппінг та аналіз культурного потенціалу регіонів;

б) розробити національну програму арт-резиденцій для посилення комунікацій українських митців із різних регіонів держави (залучення досвіду форумів «ПогранКульт»); ініціювати проведення прибуткових ярмарків на міжрайонному рівні для місцевих виробників культурних продуктів з поєднанням форматів «Сорочинський ярмарок» та «Всі. Свої»; сформувати методiku просування найуспішніших учасників на національний рівень;

в) розробити та розпочати впровадження Національної програми «Культурна столиця України» (автор ідеї – В. Троїцький), яка передбачатиме державне фінансування та залучення державно-приватного партнерства.

Міністерству освіти та науки України:

- ініціювати створення єдиного спеціалізованого курсу з культурної дипломатії для навчальних закладів України (із залученням представників різних українських громад світу).

Комітету з Національної премії України імені Тараса Шевченка:

- розглянути можливість присудження премії іноземним громадянам за внесок у розбудову позитивного іміджу України за кордоном.

**ПОЛІТИКА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ:
СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Матеріали засідання
«круглого столу»

21 червня 2016 року в Національному інституті стратегічних досліджень відбувся круглий стіл на тему: **«Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України»**. Захід було організовано відділом гуманітарної безпеки Інституту в партнерстві з Київським офісом Інституту Кеннана.

Культурна дипломатія визнана ефективним інструментом вирішення питань національної безпеки, формування позитивного іміджу країни у світі, стимулювання попиту на національний продукт за кордоном, забезпечення розвитку багатьох сфер суспільства, у тому числі соціальної і культурної. Однак в Україні досі не вироблено послідовної позиції держави щодо впровадження політики, де б використовувався цей інструмент, відсутня її стратегія. Це ставить перед органами влади низку завдань, одним з яких є формування інституційних засад політики культурної дипломатії.

Експерти зосередили свою увагу на необхідності переходу від риторики навколо питань міжнародної культурної присутності України до розробки ефективного інструментарію, напрацюванні рекомендацій для органів державної влади щодо впровадження політики культурної дипломатії.

Інституцізація політики культурної дипломатії може відбутися за умов реформування діяльності культурно-інформаційних центрів, існуючого ресурсу міжнародної культурної активності, налагодження «внутрішньої культурної дипломатії», культурних комунікацій між регіонами держави, адекватної культурної політики, що сприятиме розвитку якісного національного культурного контенту. Саме ці проблеми обговорювалися на засіданні круглого столу з метою отримати пропозиції щодо їх розв'язання.

Фахівці відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень наголосили на питаннях розвитку культурної дипломатії як однієї з важливих проблем національної безпеки держави, акцентуючи увагу на можливостях «м'якої сили» виконувати функцію протидії інформаційному тиску та спотворенню інформації про Україну, сприяти налагодженню регулярних міжнародних культурних комунікацій, забезпечити системну роботу українських культурних ініціатив за кордоном. Аналітичні розробки вчених Інституту доводять, що інститут культурної дипломатії може мати реальний вплив на суспільство, консолідуючи українську громаду, відкриваючи можливості для її всебічного розвитку.

Активність та визнання українських митців за кордоном, успіхи вітчизняного шоу-бізнесу, розбудова мережі *Global Ukraine*, створення структурних підрозділів Міністерства закордонних справ України

з питань публічної та культурної дипломатії – важливе підґрунтя для подальшої розбудови Україною політики культурної дипломатії.

Київський офіс Інституту Кеннана послідовно підтримує громадський та дослідницький інтерес до проблем культурної дипломатії, є одним з ініціаторів Форуму культурної дипломатії (Перший форум відбувся в Києві у червні 2015 року, а Другий – у квітні 2016 року у співпраці з Міністерством закордонних справ України та за фінансової підтримки Посольства США в Україні і Міжнародного фонду «Відродження»). Питання культурної дипломатії висвітлюються у виданні Київського офісу Інституту Кеннана «Агора», зокрема, у випуску 16 вміщено аудит результативності культурної дипломатії України, виконаний представниками громадянського суспільства та української діаспори.

СПИСОК УЧАСНИКІВ

В обговоренні взяли участь:

ВАСИЛЮК Наташа	заступник директора Британської Ради в Україні
ВАЛЕВСЬКИЙ Олексій	провідний науковий співробітник сектору культурної політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, доктор наук з державного управління, старший науковий співробітник
ВІКИРЧАК Ірина	директор « <i>Intermezzo Short Story Festival</i> »
ГОПКО Ганна	народний депутат України, голова Комітету у закордонних справах Верховної Ради України
ЖУК Ольга	начальник відділу культурної дипломатії Міністерства закордонних справ України
ЗДІОРУК Сергій	провідний науковий співробітник сектору науково-освітньої політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філософських наук, доцент

ЗУБЧЕНКО Сергій	головний консультант сектору науково-освітньої політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат політичних наук
ЩЕНКО Андрій	старший науковий співробітник сектору науково-освітньої політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філологічних наук
КАРПЕНКО Микола	завідувач сектору науково-освітньої політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філологічних наук
КОЛЕСНІЧЕНКО-БРАТУНЬ Наталія	завідувач секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань культури і духовності, кандидат філологічних наук, доцент
КРИВДА Наталія	професор кафедри української філософії та культури Київського національного університету імені Тараса Шевченка, головний експерт групи «Культура» Реанімаційного пакету реформ, доктор філософських наук
ЛИТВИНЕНКО Олександр	головний консультант сектору культурної політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філософських наук
ЛОЗОВИЙ Віталій	головний науковий співробітник сектору науково-освітньої політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, доктор історичних наук, професор
МАКСАК Геннадій	голова Ради зовнішньої політики «Українська призма»
МОСКАЛЕНКО Олексій	студент магістерської програми з соціальної антропології Лондонської школи економіки, член Української асоціації Шанхая та мережі <i>Global Ukrainians</i>

МОСКАЛУ Віолета	ініціатор та співзасновник мережі <i>Global Ukrainians</i> , доктор філософії (управлінські науки)
МУСІЄНКО Наталія	провідний науковий співробітник Інституту проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України, кандидат філософських наук
ПЕРЕСУНЬКО Тіна	аспірантка Інституту української археографії і джерелознавства ім. М.С.Грушевського НАН України
РОЗУМНА Оксана	завідувач сектору культурної політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філософських наук
САЛАТА Олена	експерт групи «Культура» Реанімаційного пакету реформ, голова громадської організації «Культурна Асамблея»
СМАГЛІЙ Катерина	директор Київського офісу Інституту Кеннана
СТЕПИКО Михайло	головний науковий співробітник сектору культурної політики відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, доктор філософських наук, професор
ТОКМАН Володимир	заступник завідувача відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філософських наук
ЧЕРНЕНКО Тетяна	завідувач відділу гуманітарної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат філософських наук
ЯБЛОНСЬКИЙ Василь	заступник директора Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат історичних наук, доцент

ВИСТУПИ УЧАСНИКІВ КРУГЛОГО СТОЛУ

Василь ЯБЛОНСЬКИЙ,

*заступник директора Національного
інституту стратегічних досліджень,
кандидат історичних наук, доцент*

Шановні учасники, гості!

Круглий стіл «Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України» організовано Національним інститутом стратегічних досліджень та Київським офісом Інституту Кеннана. Особливо хочу подякувати пані Катерині Смаглій за активну допомогу у змістовному наповненні заходу та сприяння в його організації.

Важливість напряму політики культурної дипломатії в сучасному світі важко переоцінити. Очевидно, цей напрям мав би посідати особливе місце в Україні, оскільки наша країна перебуває у фокусі міжнародної уваги. Однак необхідно констатувати, що він поки що недостатньо розвинений та потребує досить великої роботи. Насамперед, з боку держави, оскільки позиціонувати чи обстоювати українські інтереси, в тому числі і за кордоном, переважна більшість державних посадовців за цілу чверть століття так і не навчилися. На жаль, світ має мало інформації про Україну та українців. Для того щоб нас краще розуміли, для того щоб на нашому місці не було порожнечі, щоб воно не заповнювалося іншими смислами, іншими ідеями, часто агресивними до України, ми повинні досить серйозно працювати у напрямі поширення культурних проєктів. Адже коли будуть нові і цікаві культурні проєкти, буде про що писати засобам масової інформації, буде змінюватися імідж України у світі.

Хотів би висловити кілька думок, на які мене наштовхнула недавня участь в науковій конференції, присвяченій Симону Петлюрі, що відбулася у Парижі. Захід проходив у Культурному центрі при Посольстві України у Франції. Чудовий будинок, чудове приміщення, центр Парижа, але сам будинок практично весь час зачинений. Є постійно діюча мистецька виставка, існує недільна школа, вряди-годи відбуваються якісь заходи. З того, що я побачив, на весь Центр є один комп'ютер, кілька десятків картин, кілька сотень книг. Це, власне, все. Все, що держава Україна пропонує французам і українцям у культурній площині. Із розмови з послом України стало зрозуміло, що у Посольстві та МЗС весь негатив від такої ситуації розуміють, але фінансування

унеможливило активну роботу, навіть разові заходи, не кажучи вже про системний підхід.

Якщо говорити про конкретний захід – конференцію, присвячену Симону Петлюрі, то Посольство вперше за чверть століття доклало фінансових та організаційних зусиль, але основне навантаження взяла на себе французька громадська організація – Бібліотека Симона Петлюри в Парижі. Все змістовне навантаження також несли громадські організації закордонних українців, але аж ніяк не держава. На цю конференцію для її учасників нами була привезена виставка, присвячена історії України ХХ–ХХІ ст. і Симону Петлюрі. Директорка Українського культурного центру цьому дуже зраділа, тому що вона могла оновити експозицію до Дня Незалежності. Незрозуміло, хто після конференції стане адресатом цієї виставки, оскільки вона українською мовою, і навряд чи французи особливо будуть розуміти, що там написано. Це прояви конкретної ситуації щодо ведення державної культурної дипломатії у столиці однієї з держав – світових лідерів.

Для ефективного провадження культурної дипломатії потрібно об'єднання зусиль держави, громадянського суспільства та приватного інтересу. Звичайно, за останній час зроблені вже перші кроки, і про них можуть сьогодні розказати і представники профільних міністерств, і активісти громадських організацій. До речі, той факт, що до влади також прийшли представники третього сектору, є непоганою передумовою для розвитку культурної дипломатії.

Тому, власне, про цей стан, а ще більше – про вироблення політики, про пріоритети культурної дипломатії, я сподіваюся, ми сьогодні будемо говорити. Сподіваюся, що ми отримаємо фахові рекомендації у ході нашої роботи та закликаю до предметної дискусії.

Дякую за увагу.

Катерина СМАГЛІЙ,
директор Київського офісу Інституту Кеннана

Київський офіс Інституту Кеннана впродовж останніх двох років дуже активно працює на полі культурної дипломатії. Зокрема, йдеться про два форуми з питань культурної дипломатії. Надзвичайно приємно, що після Першого форуму культурної дипломатії, який охопив порівняно вузьке коло людей, які щиро бажали зрушити цю справу з мертвої точки, цього року, в результаті дискусій на Другому форумі культурної дипломатії, досягнуто справжнього прориву. На цьому

зібранні був аншлаг, приїхало багато учасників з-за кордону, і ми змогли зробити дві повноцінні панельні дискусії для обговорення того, наскільки успішною є наша державна стратегія культурної дипломатії, чи є вона взагалі, і хто є справжніми акторами в полі культурної дипломатії: чи це уряд України, чи громадські організації, аналітичні центри, активні представники української діаспори за кордоном. У присвяченому цим питанням виданні «Агори» опубліковано дослідження, які зробили наші експерти в шести країнах, проаналізувавши рух у напрямку публічної і культурної дипломатії. Це ті матеріали, якими ми радо ділимося з усіма, хто бажає і далі працювати над розвитком цієї ідеї.

Мені б дуже хотілося, щоб від обговорення стратегії ми нарешті перейшли до плану дій з її імплементації. Для цього нам потрібно більше працювати з Урядом і сподіватися на його активну участь в експертних обговореннях. Я б рекомендувала присутнім тут представникам громадських організацій, передусім найвпливовіших об'єднань, таких як Реанімаційний пакет реформ, Програма «Культура – 2025», об'єднати зусилля з Міністерством закордонних справ, «стукати у двері» до віцепрем'єра з питань європейської інтеграції, домовитися про спільну зустріч і дати конкретні пропозиції відносно того, як наповнити цей план дій на 2016–2017 роки, проаналізувати, які проекти у нас вже були успішно реалізовані, чи можемо ми їх мультиплікувати, реплікувати в інших країнах, і так далі.

Дуже поважна експертка, пані Наталя Мусієнко, авторка проекту Стратегії культурної дипломатії України, яка була надрукована в попередньому числі «Агори», нещодавно проаналізувала успішність української культурної дипломатії у США. Пані Наталя є куратором виставки директора Інституту проблем сучасного мистецтва Віктора Сидоренка, яка впродовж наступних чотирьох місяців буде експонуватися у Вашингтоні, у Центрі Вудро Вілсона. Цю виставку було відкрито минулого тижня за участі Ганни Гопко, голови Комітету Верховної Ради у закордонних справах, і посла України у США Валерія Чалого. Тобто, Київський офіс Інституту Кеннана, як аналітична інституція, не лише продукує аналітичні матеріали і рекомендації Уряду, але й здійснює певні практичні проекти, які приносять нашій країні безсумнівні іміджеві переваги.

Вдячна всім, хто долучається до обговорення інструменту «м'якої сили», який має сьогодні для України та світу стратегічну вагу.

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: ЯК СТВОРИТИ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРОЯВУ «М'ЯКОЇ СИЛИ»?

Ольга ЖУК,

*начальник відділу культурної дипломатії
Міністерства закордонних справ України*

Культурна дипломатія – важлива частина публічної дипломатії, іміджевої сфери зовнішньої політики держави, що має на меті посилення її позитивного сприйняття у світі засобами культури та мистецтва. Це внесок, який спільно роблять державні та громадські культурні інституції, митці, культурні діячі та експерти у привабливість, безпеку та добробут країни, порозуміння та довіру до її громадян у світі.

Культурна дипломатія в Україні є лише на початку процесу інституціоналізації та пошуку ефективних моделей співпраці між різними державними та громадськими інститутами, бізнесом та креативними індустріями. Водночас культурна політика у країнах ЄС, хоча й виведена у пріоритети, наразі зазнає модернізації, пошуку нової спільної стратегії, яка би відповідала сучасним глобальним політичним викликам. Україна має бути чутливою до цих трансформацій та активно брати у них участь, пропонувати власні позитивні практики та концепти. Інтелектуальна роль експертних середовищ у цьому процесі стратегування є фундаментальною.

Факти, цифри і найкращі практики

Напрямок культурної дипломатії був ініційований в МЗС України у 2015 році та оформлений у червні-липні 2016 року в новий відділ. У структурі МЗС України він підпорядкований управлінню публічної дипломатії, що входить до Політичного департаменту. Наразі команда культурної дипломатії складається з чотирьох молодих дипломатів. Хоча спеціального бюджету для діяльності відділу у 2016 році, на жаль, не передбачено, напрямок культурної дипломатії розвивається досить активно: крім підготовки системних змін, які посилять його інституційну спроможність у зовнішній культурній сфері, міністерство співпрацює з незалежними культурними проектами та митцями, закордонними дипломатичними установами України, міжнародними партнерами. На початку 2016 року команда культурної дипломатії створила онлайн-анкету для прямої взаємодії і вивчення потреб культурної спільноти, і відтоді за півроку МЗС надало інформаційну та організаційну підтримку більш як 20 недержавним культурним ініціативам (з них 19 – інформаційний патронат, візове та логістичне сприяння, 3 – фінансову та організаційну підтримку, ще 5 проектів, запропонованих

культурною спільнотою, перебувають у стані спільного з МЗС планування та реалізації до кінця року). Зокрема, серед найуспішніших проєктів, фінансово підтриманих та реалізованих у співпраці з МЗС, – Дні українського кіно *Ukraine on Film: Way to Freedom*, що відбулися 23-24 січня в Брюсселі в арт-центрі *BOZAR* та 31 березня – 1 квітня у кінотеатрі *Pathe Tuschinski* в Амстердамі, програму до яких підготували *ArtHouse Traffic*, Національний центр Довженка та Держкіно. Також у квітні у контексті консультативного референдуму щодо асоціації України та ЄС у Нідерландах команда культурної дипломатії разом з кураторкою Іриною Вікирчак ініціювала резонансну літературну подію *Read my world: Ukraine* у культурному центрі *Spui25* в Амстердамі, зустріч з відомою у Нідерландах письменницею Катею Петровською та анонс України як спеціального гостя міжнародного літературного фестивалю, що відбудеться там восени. Ця подія була би неможлива без підтримки від УКМЦ, туристичної компанії «Феєрія Мандрів» та особисто активіста Олександра Снідалова, що мешкає у Нідерландах.

Також у березні 2016 року відбулася міжнаціональна інформаційна онлайн-кампанія «*Like.U*», що об'єднала ініціативи багатьох людей заради побудови діалогу між Нідерландами та Україною. В рамках цієї кампанії команда культурної дипломатії посприяла «СтраткомUA» та режисерці Ганці Третяк у створенні понад 20 відеоінтерв'ю з лідерами думок, культурними діячами у Нідерландах та українськими випускниками голландських університетів.

У травні МЗС виступило інформаційним партнером проєкту «Архітектура України (АУ) – за лінією фронту», представленого «ІЗОЛЯЦІЄЮ» в рамках офіційної паралельної програми 15-ої Міжнародної архітектурної виставки *La Biennale di Venezia*. Цей проєкт базується на дослідженні, проведеному архітекторами та урбаністами під час міжнародної мистецької резиденції в Маріуполі в 2015 році, та розпочинає дискусію щодо майбутнього міст у зонах конфлікту.

Триває співпраця МЗС з Міжнародним фестивалем документального кіно про права людини «*Docudays UA*», що вже презентував проєкт «*See Ukraine*» у Греції та Італії, а восени продовжиться у Німеччині, Франції та інших країнах. У програмі фестивалю – покази документальних фільмів, фотовиставки, зустрічі з українськими кінематографістами, а також дискусії за участю громадських активістів і правозахисників, які допоможуть краще зрозуміти ситуації, зображені у фільмах, та нададуть більше інформації про події в Україні.

Восени 2016 року МЗС виступить разом із Міністерством культури співорганізатором національного стенду України на міжнародному

Франкфуртському книжковому ярмарку, забезпечить його іміджеву складову.

Для команди культурної дипломатії така співпраця є важливою також і з точки зору комунікації та вивчення тенденцій, планів, ідей і потреб культурної спільноти для ефективного планування на 2017 рік.

Цінності та пріоритети

Культурна дипломатія МЗС України поділяє головні пріоритети, визначені Європейським Союзом у «Робочому плані для культури 2015–2018», для ефективної міжнародної співпраці у сфері культурної політики, зокрема:

- інноваційність культури;
- розвиток креативної економіки;
- мобільність, доступність, різноманітність та соціальна інклюзивність культури.

Чим не є культурна дипломатія?

Будь-яка діяльність, що містить культурну складову і реалізується за кордоном, не належить автоматично до сфери культурної дипломатії. Так само культурна дипломатія не отождна івент-менеджменту, хоча часто він є її складовою. Вона працює на рівні системної інформаційної та комунікаційної підтримки, промоції і створення додаткових можливостей для професійного культурного середовища, яке створює якісний контент, а також на рівні довіри до експертної спільноти, яка визначає критерії для оцінки цього контенту. Культурна дипломатія працює на рівні стратегій, розбудови міжнародних програм та партнерств, інтеграції у міжнародні мережі, а не на рівні організації окремих безсистемних заходів.

Важливо, що діяльність у сфері культурної дипломатії адресована закордонній аудиторії, а не діаспорі. Відповідно, діаспора є можливим учасником і партнером, а не цільовою аудиторією проєктів та державних ініціатив у сфері культурної дипломатії.

Культурна дипломатія в усьому світі спирається на повагу до компетенцій культурної спільноти, не диктує ідеологічних замовлень і не сприймає мистецтво як пропагандистський інструмент, що має буквально ілюструвати політичні виклики, які стоять перед державою. Демократичні держави, які вміють ефективно використовувати «м'яку силу» культурної дипломатії, свідомі того, що її метою є створення позитивного іміджу та побудова горизонтальних стосунків між людьми у різних країнах, і що культурний продукт, творчий контент повинні формувати люди, що котрі працюють у сфері культури, а не чиновники. Завдання дипломатів – створити можливості та адекватні умови для прояву цієї «м'якої сили». Тут хочеться процитувати Ренільду

Стігс, амбасадора з міжнародної культурної співпраці Міністерства закордонних справ Нідерландів: «Той факт, що держава не втручається в контент, – це цінність. Факт, що ми не хочемо визначати культурний контент, сам по собі є цінністю, яку ми експортуємо».

Першочергові напрямки діяльності відділу культурної дипломатії на 2016–2017 роки

1. Розвиток дигітальної дипломатії: підтримка створення іміджевого англомовного культурного порталу. Пошук ресурсів та партнерів для реалізації цього проекту, його інтеграція у міжнародні дипломатичні та культурні мережі.

2. Налагодження системної співпраці з експертним та мистецьким середовищем для вироблення спільної стратегії, культурного бренду України, реформування нормативно-правової бази, створення додаткових можливостей для культурного експорту.

3. Розвиток програм та інформаційних пакетів з промоції сучасного культурного продукту для закордонних дипломатичних установ України. Серед них: онлайн каталог фільмів для проведення Днів українського кіно, програма промоції мистецтва через посольства, програма резиденцій та культурної мобільності, програми народної дипломатії і відзнаки «Народний культурний дипломат року», почесного статусу «Культурний амбасадор» та ін.

4. Розвиток міжвідомчої співпраці та моделей співфінансування з Міністерством культури для посилення представлення України на найбільших світових культурних і мистецьких форумах, таких як Венеційська бієнале та Франкфуртський книжковий ярмарок.

Реформи до реалізації у 2016–2017 роках

1. РЕФОРМА КОМПЕТЕНЦІЙ І ЯКОСТІ: створення міжнародної незалежної Мистецької Ради для вироблення рекомендацій і критеріїв, оцінки культурних та іміджевих проектів, які реалізує чи патрунує МЗС України. Це має стати якісним фільтром для непрофесійних, самодіяльних, неактуальних, ганебних проектів і доручень.

2. РЕФОРМА МЕХАНІЗМІВ ФІНАНСУВАННЯ І ЗМІНИ У НОРМАТИВНО-ПРАВОВІЙ БАЗІ. Повноцінна реалізація культурних проектів з боку МЗС потребує суттєвого розширення фінансових механізмів та інструментів, спектру статей витрат. У зв'язку з необхідністю модернізації у сфері культурної дипломатії та її виразної присутності у нормативно-правовій базі, зокрема, варто розглянути з експертами доцільність внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 8 лютого 2012 р. № 102 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки забезпечення міжнародного позитивного іміджу України

та здійснення заходів щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України», а також постанови Кабінету Міністрів України від 24 лютого 2016 р. № 112 «Про затвердження переліку засобів, товарів (робіт, послуг), сума (вартість) благодійної допомоги для закупівлі або у вигляді яких не включається до оподаткованого доходу платників податку на доходи фізичних осіб».

3. РЕФОРМА ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ.

Ідея запропонованої реформи передусім передбачає впровадження нової моделі взаємовідносин між відділом культурної дипломатії МЗС, КІЦ (культурно-інформаційних центрів) та посольствами:

а) плани заходів КІЦ та Посольств повинні подаватися і бути підзвітними відділу культурної дипломатії МЗС, оцінені і затверджені Мистецькою Радою при МЗС;

б) запити щодо фінансування культурних проєктів при плануванні річного бюджету не можуть бути затверджені без оцінки контенту проєкту Мистецькою Радою та відділом культурної дипломатії;

в) КІЦ та посольства потрібно зобов'язати до розвитку партнерств, сприяння культурній спільноті у залученні зовнішнього фінансування для проєктів, які реалізуються за кордоном. Цей показник та кількість якісних реалізованих проєктів (за зовнішнім оцінюванням Мистецької Ради) мають бути встановлені як критерій для майбутнього отримання фінансування з державного бюджету, а також для виправданості кадрових призначень;

г) раз на квартал КІЦ та посольства мають заповнювати та надсилати у відділ культурної дипломатії МЗС анкети встановленого зразка із звітом, рекомендаціями та оцінкою останніх тенденцій у культурній сфері країни перебування;

д) відділ культурної дипломатії і Мистецька Рада повинні розробити брендбук, стильові орієнтири і правила, які не мають порушуватися КІЦ та посольствами при реалізації культурних заходів.

4. РЕФОРМА ПІДГОТОВКИ КАДРІВ.

Реформа передбачає модернізацію програми підготовки культурних аташе та працівників КІЦ. Мета: розширення їх бази контактів, посилення зв'язку з громадськими культурними інституціями, мистецьким середовищем, фестивалями, незалежними кураторами, представниками креативних індустрій, поінформованості про сучасні культурні процеси. Програма включатиме лекції, презентації, зустрічі, відвідання культурних подій, інституцій, художніх майстерень тощо, ознайомлення з їх планами. Фіналом стажування має бути захист стратегії і конкретних проєктів, які аташе планує реалізувати спільно з культурною спільнотою.

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЯ КОПРОДУКЦІЇ

Наталія МУСІЄНКО,

*провідний науковий співробітник
Інституту проблем сучасного мистецтва
Національної академії мистецтв України,
кандидат філософських наук*

Україна сьогодні намагається здійснити прорив у сфері культурної дипломатії як на внутрішньому, так і зовнішньому напрямі, адже брак інформації про сучасну Україну відчувається не тільки у світі. Це заважає нашій країні знаходити розуміння, допомогу і будувати співпрацю з міжнародними партнерами. Подолати цю проблему можна шляхом активізації спільних дій усіх сторін: влади, громадських організацій, бізнесу, благодійних фондів, міжнародних партнерів.

8 червня 2016 року в Центрі Вілсона у столиці США Вашингтоні відкрилася виставка українського художника Віктора Сидоренка «Пам'ять безсвідомого», яка триватиме там чотири місяця. Ця виставка засвідчила, що найуспішнішими в культурній дипломатії є проекти, які зроблені у копродукції: коли разом співпрацюють інституції культури з закордонними представництвами, аналітичними центрами, місцевою українською громадою. Тільки спільні зусилля можуть доносити імідж модерної України і одночасно створювати його.

Виставку «Пам'ять безсвідомого» урочисто відкрив Посол України в США Валерій Чалий та президент Центру Вілсона Джейн Харман. Саме на її особисте запрошення художник привіз свої роботи до Вашингтона. Джейн Харман кілька разів обиралася до Сенату США, де займалася, зокрема, безпековими та оборонними питаннями. Сьогодні, коли вона очолює всесвітньовідомий аналітичний центр, її звернення до культурної дипломатії як до «м'якої сили» є показовим. США є одним із піонерів у цій галузі, що динамічно розвивається і набирає популярності. Інститут Кеннана, який є складовою частиною Центру Вілсона, позиціонує культурну дипломатію як один зі своїх стратегічних напрямів, що підкреслює його директор Метт Рожанський. Саме Інститут Кеннана в Україні під керівництвом Катерини Смаглій ініціював і провів разом із Міністерством закордонних справ України два Форуми культурної дипломатії в Національній дипломатичній академії у квітні 2016 року та червні 2015 року. А також присвятив теоретичним та практичним питанням культурної дипломатії два числа свого часопису «Агора».

Проект Віктора Сидоренка «Пам’ять безсвідомого» (куратори Наталія Мусієнко та Наталія Шпітковська) складається з фото-, відео- та скульптурних робіт трьох авторських циклів: «Жорна часу», «Ауθενфікація», «Деперсоналізація», які відомі в Україні, а також США, Італії, Франції, Нідерландах. Художник звертається до важливих тем пам’яті і часу, спроб позбутися тоталітарного світосприйняття, вийти на новий рівень суспільної комунікації. Проект співзвучний з темами, що піднімалися в інших дослідженнях Інституту Кеннана, а саме – у серії лекцій провідних українських письменників, порівняльних студій Нового Орлеану та Одеси, дослідженні художнього простору Києва. Це важливо з точки зору спільних наукових досліджень з американськими колегами, адже Віктор Сидоренко є також директором та засновником Інституту проблем сучасного мистецтва НАМУ та віце-президентом Національної Академії мистецтв України.

Відкриттю виставки передувала подіумна дискусія у Центрі Вілсона про необхідність залучення культурної дипломатії та сучасного мистецтва до промочії України. Віктор Сидоренко, зокрема, підкреслив, що його центральною темою є постать перехідної людини, яка перебуває у русі зміни власної свідомості. Презентований у Вашингтоні проект орієнтується на метафоричне висвітлення історії та супротиву людини тоталітаризму, її розвитку у нових суспільних і політичних умовах. Художник намагається за допомогою художньої форми перекласти своє і колективне минуле, подолати його через мистецтво. Це є концепцією виходу з колоніального світогляду, що відбувається з природною зміною поколінь, з часом, і передусім – із намаганням зробити такий крок. Головне тут, як і в будь-якій справі, – початок. Як зазначав президент США Вудро Вілсон, значущість людини вимірюється не мірою її впевненості в собі, а числом людей, які в неї повірили.

У подіумній дискусії також взяли участь Ганна Гопко, Катерина Смаглій та Ольга Іванова. Смаглій презентувала відеозвіт про роботу Інституту Кеннана, поінформувала про співпрацю з Міністерством закордонних справ України у сфері культурній дипломатії, а також про аналіз експертами Інституту ефективності української культурної дипломатії в шести столицях світу та наголосила на необхідності розширювати за її допомогою коло прихильників України. Вона підкреслила, що Ганна Гопко як голова Комітету Верховної Ради успішно лобює культурну дипломатію в українській владі, і до експертних порад почали дослухалися в українських дипломатичних місіях. Ольга Іванова, аташе з питань культури Посольства України в США, подякувала українській громаді за її внесок в українську культурну дипломатію

США і підтвердила прагнення розширювати аудиторію, виходити за рамки традиційної аудиторії, доносити новий імідж України до молодого покоління США, молодих професіоналів та студентів, до різних експертних груп. Ганна Гопко, голова Комітету Верховної Ради України у закордонних справах, підкреслила важливість промоції модерного обличчя України і наголосила на важливості збереження і правдивого донесення нашої історії, адже культура є нашою ідентичністю, а також представила книгу «Україна *Incognita* ТОП-25», яка ставить відкриті питання: що це за країна – Україна? Весь світ зрозумів, що таке українська нація протягом Майдану, і потім, під час окупації Криму та війни на сході, і коли Джамала розповіла про біль свого народу та родини і виграла Євробачення. Нардеп упевнена, що Україна може подати зразок реформування для інших країн регіону.

Важливість культурної дипломатії як потужного ресурсу досягнення взаєморозуміння підкреслюється як на національному, так і на міжнародному рівні. Два форуми культурної дипломатії в Києві показали зростаючу зацікавленість громадянського суспільства і державних структур у застосуванні «м'якої сили» у подоланні викликів гібридної війни. Ефективне просування національних інтересів на глобальному рівні стане можливим лише завдяки співпраці дій уряду та неурядових організацій. На Другому форумі було підкреслено необхідність взаємодії двох векторів культурної дипломатії України: зовнішнього і внутрішнього. Прикладом такої взаємодії є проект «Мистецтво Майдану», який складається з Мандрівної виставки українських художників та книги Н. Мусієнко «Мистецтво Майдану». Він був уже представлений в різних містах України, а також США, Нідерландах та Люксембурзі.

Під час квітневого Європейського культурного форуму у Брюсселі висока уповноважена з питань зовнішньої політики ЄС Федеріка Могеріні визначила культурну дипломатію ключовою в міжнародній політиці ЄС. З цією метою планується створити окрему інституцію – Європейський культурний центр, який виведе на якісно новий рівень зусилля країн – членів ЄС у цій галузі.

Культурна спадщина, її промоція та охорона є важливою складовою культурною дипломатії. 14 квітня 2016 року Президент Єврокомісії Жан-Клод Юнкер озвучив офіційну пропозицію Президенту Європарламенту Мартіну Шульцу – оголосити 2018 рік Європейським роком культурної спадщини. Остаточне рішення будуть приймати Єврокомісія та Рада Європи.

27 листопада 2015 року Рада європейської організації з охорони культурної спадщини «*Europa Nostra*» в Люксембурзі розглянула

мистецтво Майдану як новітню культурну спадщину України в рамках презентації книги Н. Мусієнко «Мистецтво Майдану». Просування правдивих свідчень про Революцію гідності на схід України та захід Європи стимулює необхідну для культурної дипломатії співпрацю Міністерства культури та МЗС, які наразі майже не координують своїх дій у цій сфері. Розрізненість дій МЗС та Мінкульту свідчить про відсутність загальної та всеохоплюючої державної політики/стратегії в сфері культурної та публічної дипломатії.

На це звертає увагу чиказька адвокатка Марта Фаріон, президент Києво-Могилянської фундації Америки і член Ради Українського інституту модерного мистецтва в Чикаго. Вона підкреслює, що культурна дипломатія, *soft power* є дуже важливим фактором для держави. Імідж, бренд, довіра до держави будується такими методами. Вона наголошувала на цьому в кількох статтях і зверталася до українського уряду про необхідність роботи над іміджем України. Програма «Містопобратими: Чикаго-Київ» займається цим уже 25 років: профінансувала та організувала багато заходів на найвищому рівні включно з концертами Київського камерного оркестру, масштабного виставкою *Crossroads: Modernism in Ukraine, 1910–1930*, яку відвідало 45 тис. людей. Марта Фаріон вважає, що робота українців тільки для українців призводить до консервації діаспори. Треба дивитися, як працюють інші держави. Польща має чудові програми для промоції своєї культури у світі, можна брати приклад з Іспанії та Франції. Діаспора не може нести на своїх плечах державну роль. Діаспора сама підтримує музикантів, художників, письменників та їх виступи по світу – а де Міністерство культури та Міністерство інформації? Де Кабінет Міністрів України? Їхня робота полягає в тому, щоб всі наші проекти блокувати.

Приклад роботи Комітету міст побратимів Чикаго-Київ є знаковим. Його голова, Віра Іляшевська, зокрема, зауважила, що протягом останніх 25 років усі культурні українські проекти в Чикаго були ініційовані Комітетом. Проте, з її точки зору, український уряд має забезпечити «культурний бюджет» для консульства/посольства. Це чудовий спосіб забезпечити *PR* по всьому світу.

Практично, українська діаспора створює основний контент української культурної дипломатії за кордоном і пропонує його українським дипломатичним представництвам. Можна знайти багато пояснень цього факту. Але що Україна продукує сама? Які інструменти культурної дипломатії вона використовує, яку стратегію, який пропонує для цього контент?

Варто підкреслити, що концепції та стратегії для Американських культурних центрів (*America House*) у світі розробляє Смітсонівський

Інститут (*Smithsonian Institution*) – комплекс культурно-освітніх і наукових установ у США, більшість з яких розташовані у Вашингтоні. Також фахівці Інституту приділяють увагу наповненню сторінок посольств США, щоб публіці було цікаво на них заходити. МЗС України не має аналогічних кадрів, попри позитивні кроки та створення департаменту культурної дипломатії в 2015–2016 рр., а також залучення до роботи відомих громадських активістів із царини культури. Для створення відповідного контенту культурної дипломатії України потрібна спільна відповідальна робота різних державних і недержавних інституцій. Українська дипломатка Ольга Іванова найуспішнішим у справі промоції України в США вважає проект «Мистецтво Майдану», який складається з книги та Мандрівної виставки українських художників. Про нього є багато інформації і в ЗМІ, і в академічних виданнях. Секрет успіху цього проекту полягає в тому, що він є прикладом тісної співпраці різних інституцій, іншими словами, успішною копродукцією.

Фундаторами проекту стали чотири інституції:

- Інститут проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України (ІПСМ НАМ України);
- Київський офіс Інституту Кеннана;
- Програма академічних обмінів ім. Фулбрайта в Україні;
- Благодійна організація «Українське Фулбрайтівське коло» (УКФ).

Ідея і концепція належить науковцям ІПСМ НАМ України, втілення ідеї в життя та перша виставка в Україні стали можливі завдяки програмі Фулбрайт-Україна та УКФ. Інститут Кеннана ініціював виставку «Революція гідності: образи українського Майдану 2013–2014» у Міжнародному центрі підтримки вчених ім. Вудро Вілсона у Вашингтоні. Співорганізаторами в США, крім засновників проекту, виступили Американсько-Українська ділова рада, приватні донори, а також Посольство України. Виставка була відкрита безкоштовно для широкої публіки (це є принципом проекту) 18 лютого 2015 року, планувалося її експонувати до 18 березня, натомість термін продовжено до 30 квітня 2015 року. Після Центру Вілсона Мандрівна виставка була представлена в травні 2015 року в Посольстві України в США в Вашингтоні, а потім на цілий осінній семестр, із серпня по листопад 2015 року, – на юридичному факультеті Арканзаського державного університету. Її ініціатором став професор Крістофер Келі, випускник фулбрайтівської програми. Перша презентація книги «Мистецтво Майдану» 9 листопада 2015 року, відбулась у Центрі Вілсона.

Важливо підкреслити: Мандрівна виставка була два з половиною місяці представлена у серці Вашингтона, у Центрі Вілсона, де

проводять дослідження науковці з усього світу. Потім вона чотири місяці була в Арканзаському університеті, в штаті, де мало знають про Україну. Сама в цьому і полягає цінність проекту «Мистецтво Майдану» – він звертається до різних аудиторій, відкритий і цікавий широкий університетській спільноті, бо розповідає про Україну модерну.

Водночас українські дипломати отримали інструмент культурної дипломатії, той самий контент, про який так багато сьогодні дискутується, і тепер готують Мандрівну виставку до її презентації в Балтиморі і подальшого представлення у Сполучених Штатах Америки. Аналіз структури і функціонування проекту «Мистецтво Майдану», а також проекту «Пам’ять безсвідомого» доводять ефективність стратегії копродукції – співпраці державних і недержавних інституцій у створенні і промоції іміджу України засобами культурної дипломатії.

Глобалізація культури і засобів масової комунікації стимулює національні уряди використовувати культурні інструменти у міжнародних відносинах. Культурна дипломатія, якщо вона грамотно розробляється і впроваджується в життя, ефективно доповнює загальну міжнародну стратегію уряду.

НАЗУСТРІЧ СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Ганна ГОПКО,

*голова Комітету Верховної Ради України
у закордонних справах*

Одним із ключових питань функціонування інституту культурної дипломатії є питання фінансування. Комітет Верховної Ради України у закордонних справах уже подав відповідні запити до Міністерства культури і Міністерства закордонних справ щодо надання інформації, на які цілі витрачалися гроші у 2015 і 2016 роках на промоцію України для того, щоб була можливість провести аналіз. Також ми поставили питання щодо пріоритетів фінансування промоції України на 2017 рік. Зараз готується бюджетна резолюція на 2017 рік, тому важливо заздалегідь визначити необхідні обсяги фінансування.

Як тільки ми отримуємо інформацію від Міністерства культури і Міністерства закордонних справ про витрати у 2015 і 2016 роках і щодо пріоритетів на 2017 рік, ми зможемо провести обговорення і включити механізми адвокації. Коли у нас буде обґрунтування, куди саме йдуть гроші, буде більше аргументів для бюджетного комітету і уряду, чому необхідно закладати більше коштів на культурну дипломатію.

Проблеми фінансування культурної дипломатії входять у більше широке питання фандрайзингової стратегії. Аби уникнути дубляжу, має бути чітка стратегія. Час діяти і створювати своєрідну «національну збірну», до якої увійдуть державні органи, громадські та міжнародні організації, яка б працювала на конкретний результат. Коли МЗС визнає пріоритетом боротьбу із збройною агресією, для цього можна залучати й засоби культурної дипломатії. Наприклад, можна залучати Джамалу, її голос як потужний заклик проти депортації кримсько-татарського народу. Стратегія повернення Криму перегукується із культурною дипломатією. Тому дуже важливо, щоб була чітка програма дій.

Культурна дипломатія також може бути залучена разом із науковою громадськістю до реалізації програми «Горизонт 2020». Необхідно шукати союзників у Берліні, Брюсселі, Вашингтоні через різні фонди. І тут необхідний єдиний організаційний центр, який запропонує стратегію, щоб Міністерство культури і Міністерство закордонних справ не сперечалися з приводу того, хто головний у культурній дипломатії, а працювали разом. Це ж стосується і парламентських комітетів, адже не слід забувати, що існує парламентська культурна дипломатія, коли депутати беруть участь у промоції України. Нагадаю, що у парламенті створено 70 груп дружби з іншими державами.

Зразком контенту для культурної дипломатії є українсько-африканський проект «Я на тебе чекаю під каїсе-дра», який брав участь у Дні Африки в парламенті. Африканські послы були вражені, почувши після обговорення питань економіки та бізнесу виступ українських переселенців з Донбасу, які виконують африканський фольклор. Країни Африки є стратегічними партнерами України, тому проект, в основі якого лежать переклади сучасної поезії африканського походження українською мовою разом із музичним перфомансом, є важливим інструментом для зближення між ними та Україною.

Культурна дипломатія важлива для налагодження економічних стосунків завдяки культурним заходам. У Комітеті закордонних справ є розуміння важливості стратегії культурної дипломатії. Ці державницькі заходи необхідно чітко планувати, щоб парламентська складова і МЗС разом ефективно працювали.

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ТА СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ

Нагалія КРИВДА,

*професор кафедри української філософії та культури
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
головний експерт групи «Культура»
Реанімаційного пакету реформ,
доктор філософських наук*

Декларація Міжнародного конгресу ЮНЕСКО «Культура: ключ до сталого розвитку», прийнята у Ханчжоу в 2013 році, визначила культуру ключовим ресурсом та рамками задля забезпечення дійсно сталого розвитку, **«ключовим каталізатором сталості, джерелом сенсу та енергії, творчого підходу та інновації, засобом усвідомлення завдань та пошуку відповідних рішень»**¹. Україна як частина світової системи – через свої інтелектуальні центри, громадську думку, політичну волю – повинна діяти так, щоб у контексті глобалізаційних ризиків «міжкультурний діалог, визнання та повага до культурного розмаїття» сприяли «створенню більш інклюзивного, стабільного та життєздатного суспільства»².

Наукова та експертна спільнота напрацювала певний обсяг аналітичного матеріалу різної глибини та гатунку (Національний звіт про культурну політику в Україні, підготовлений робочою групою Українського центру культурних досліджень за дорученням МКТ України в рамках участі України в Європейській програмі оглядів національних культурних політик Ради Європи (УЦКД, О. Гриценко), 2007; Аналітичний звіт про стан культури і культурної політики в Україні, підготовлений у рамках Програми Східного партнерства «Культура» впродовж 2012–2013 років; «Культурні практики і культурна політика. Актуальні питання соціокультурної модернізації в Україні». Аналітична доповідь (Єрмолаєв, Мельничук, 2012); *Ukraine. Country profile (by Mr. Olexandr BUTSENKO (Kyiv). Last profile update: April 2015 – The Compendium: Cultural Policy and Trends in Europe program Council of Europe* тощо). Є чинний Закон України «Про культуру», 2010 р. Є досвід написання Стратегій культурного розвитку, зокрема, існує «Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегія

¹ Декларація Ханчжоу «Обеспечить центральное место культуры в политике устойчивого развития». Принята в Ханчжоу, Китайская Народная Республика, 17 мая 2013 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : /<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/culture-and-development/hangzhou-congress>

² Там само.

реформ», створена під орудою Міністерством культури каденції попереднього міністра і оприлюднена у 2015 році. Проте у всіх зазначених та не згаданих документах проблемам культурної дипломатії та створення іміджу країни приділяється вкрай мало уваги.

Експерти групи «Культура» Реанімаційного пакета реформ разом з експертами Альянсу культури на громадських засадах брали участь у підготовці «Довгострокової стратегії розвитку культури в Україні до 2025 року»³, що розроблювалася від серпня 2014 року на платформі стратегічних ініціатив «Культура 2025», а від вересня 2015 року – під парасолькою Альянсу Культури («Культура 2025», група РІР-Культура, Конгрес активістів культури), який бере сьогодні на себе завдання адвокації Стратегії. Серед першочергових суспільних цілей Стратегії позначена мета «посилити роль культури як чинника порозуміння в суспільстві», яка має досягатися, в тому числі, через стимулювання внутрішньої і зовнішньої мобільності учасників культурного процесу. Проте роль культурної дипломатії як одного зі стратегічних сценаріїв культурного розвитку, інструменту взаємного пізнання та порозуміння, окремо в цьому документі не визначено.

Дозволю собі окреслити певні положення, які мені здаються актуальними. **Інституалізація культурної дипломатії, визначення мапи гравців та меседжів, створення спільного бюджету, державно-приватне партнерство у фінансуванні проектів, законодавча рамка – ключові виклики**, відповіді на які можна лише поєднавши зусилля. Видається, що в практичній площині необхідно почати з мапування, яке згодом приведе до інституалізації процесу.

Перше завдання/виклик. Хто сьогодні відповідає за культурну дипломатію в Україні? В умовах розвинутої демократії можливе було б існування декількох активних акторів і центрів прийняття рішень. Але в умовах перехідного періоду я хотіла б запропонувати, щоб це був один центр, до якого долучатимуться всі інші зацікавлені в обговоренні політики культурної дипломатії сторони. Можливо, це має бути департамент Міністерства закордонних справ. Що стосується концепції Українського Інституту, то вона потребує подальшої серйозної побудови і прописування функціоналу. Тільки ефективна робота та дотримання жорсткої ціннісної рамки зможе дати новоствореній інституції право стати інтелектуальним та функціональним хабом у здійсненні політики культурної присутності України в світі.

³ Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://culture2025.org.ua/documents/>

Друге завдання/виклик стосується мапування. Необхідно з'ясувати, хто є учасниками культурного процесу, хто працює і що продукує у культуротворчому полі, що ці гравці хочуть і можуть запропонувати світу і де має знаходитися центр збирання сил. Це допоможе процесу інституалізації. Необхідно також визначити пріоритети/напрямки роботи, в тому числі, ті меседжі, які ми транслюємо на зовні. Як я розумію, на сьогоднішній день таких меседжів, обговорених і узгоджених, наразі немає. Варто сформулювати такий «лист» ідей, які б були результатом широкого культурного консенсусу чи «нового суспільного договору» (термін Несторівської групи). Може бути й інший підхід: виходячи з логіки «стратегії амбівалентних дій», запропонованої свого часу філософом С. Дацюком⁴, чотири типи суб'єктів (політики, неолігархічний бізнес, інтелектуали, громади), що були діючими силами Революції гідності і зацікавлені в успіху країни, могли б сформулювати і комунікувати власні меседжі на різних «поверхах» світового співтовариства. Мистецтво як «найактивніший дипломат» вже продукує такі цінності/ідеї/програми, які промовляють від імені всієї української спільноти. Таке визначення зацікавлених сторін, виявлення каналів комунікації, вироблення специфічних мов спілкування та систем цінностей, що ми готові пропонувати світові, має «збиратися» в єдиному центрі прийняття рішень. Ідеї/програми/проекти/цінності мали би вписатися в зовнішньополітичну стратегію держави. І, зрештою, втілюватися.

Третє завдання – пошуки бюджету. Я б запропонувала створити міжгалузеву або міжміністерську комісію, яка б проаналізувала бюджети, що виділені на культурну дипломатію в різних відомствах. Напевно, у Міністерства культури, Міністерства закордонних справ і Міністерства регіонального розвитку є гроші на культурну дипломатію. Необхідна координація їхньої діяльності для створення спільного бюджету. Те ж саме стосується необхідності координації між парламентськими Комітетом закордонних справ і Комітетом з питань культури і духовності. Ці два комітети могли б об'єднати зусилля для проведення спільних парламентських слухань на тему культурної дипломатії.

Четверте завдання/виклик стосується створення механізмів державно-приватного партнерства. У «Довгостроковій стратегії розвитку культури в Україні до 2025 року» державно-приватному партнерству відведена ключова роль у формуванні бюджетів на підтримку/розвиток культурних практик. Є успішні приклади реалізації культурних

⁴ Дацюк С. Стратегія амбівалентних дій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/551b904395223/>

проектів – державних і приватних. Вдалий, на мою думку, приватний медіа та видавничий проект – «*Ukraine. The best*», що реперзентує 120 унікальних українських митців світові. Але ініціатори таких проектів потребують, як мінімум, моральної та інформаційної підтримки з боку держави. Вище згадуваний єдиний центр прийняття рішень та реалізації культурної дипломатії, який варто створювати негайно, міг би долучитися до цієї роботи.

І останній виклик і змістовно надскладне завдання – законодавство. Для підготовки якісного законодавства необхідні неабиякі фінансові витрати і залучення спеціалістів. Силами одних тільки волонтерів – спеціалістів у сфері культурної політики створити якісне законодавство надзвичайно складно. Тому це має бути окремою статтею витрат на підтримку культурної дипломатії.

МИСТЕЦТВО КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ. ПРОЕКТ «КУЛЬТУРНА СТОЛИЦЯ УКРАЇНИ»

Олена САЛАТА,
*експерт Реанімаційного пакету реформ,
голова громадської організації «Культурна асамблея»*

Наше спільне сьогодні знаменується тим, що людство як ніколи щільно сидить в одному човні. Класична перемога минулих століть однієї країни над іншою вже не може бути запорукою благоденства не тільки її власного народу, а й тим більше загальнолюдського блага.

Загальносуспільні світові процеси, які надто швидко розвиваються, глобальні протистояння різних поглядів, ідей, переконань, сенсів, цінностей, вимагають винаходження новітніх інструментів для їх гармонійного співіснування.

Початок нового століття виявився затьмареним низкою громадянських конфліктів у більшості держав, що перейшли до нових етапів свого розвитку через подолання наслідків тоталітаризму, колоніалізму та інших форм економічної та політичної залежності. Одним із джерел цих конфліктів стала культурна нетерпимість, зіткнення на ґрунті відмінностей релігійних переконань, етнічної та національної приналежності, мовні конфлікти. Ці події показали, що потребою національних культурних політик стало завдання розвитку та заохочення культури миру, важливими компонентами якої є сприяння толерантному ставленню до носіїв інших культур та міжкультурного діалогу.

Сучасні держави все частіше стикаються з внутрішніми суперечностями між окремими групами свого населення і для їх подолання

прагнуть провести політику соціальної інтеграції, або соціального об'єднання. Впровадження культурної політики, спрямованої на поліпшення соціальної інтеграції, передбачає привернення особливої уваги забезпеченню найбільш широкого доступу до культури всіх соціальних груп населення країни.

27 березня 2014 року Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй підтримала **резолуцію про територіальну цілісність України**. В резолюції підкреслювалась важливість підтримки в Україні всебічного політичного діалогу, що відображає різноманіття її суспільства і забезпечує участь є ньому представників всіх регіонів України. Але мова може йти не тільки про політичний, а й насамперед про культурний діалог.

Наприкінці 90-х минулого століття відомий американський політолог Джозеф Най сформулював поняття «м'якої сили», основною складовою якої є культура і, відповідно, її суттєвий інструмент – культурна дипломатія. **«М'яка сила»** – більше, ніж просто переконання, вмовляння або здатність спонукати зробити що-небудь за допомогою аргументів, хоча все це є важливими елементами цієї сили. «М'яка сила» – це також здатність залучати, і залучення часто веде до взаєморозуміння. Простіше кажучи, в поведінкових поняттях, «м'яка сила» – це приваблива сила», – сказав Дж. Най.

Сьогодні ми спостерігаємо, як культура – основний «інгредієнт» «м'якої сили», набуває все більшого значення та впливу у формуванні як міжнародних і міждержавних, так і внутрішніх суспільних процесів.

«Культурна самотність народів оновлюється і збагачується внаслідок контактів з традиціями і цінностями інших народів. Культура – це діалог, обмін думками і досвідом, осягнення цінностей і традицій інших; в ізоляції вона в'яне і гине», – говориться в **Декларації Мехіко** з політики в галузі культури 1982 року.

Більшість культурологів вбачають однією і, мабуть, найважливішою із причин воєнного конфлікту і політичного сепаратизму в Україні відсутність протягом пострадянського періоду становлення української культури випрацьованих культурних політик, як загальнодержавних, так і міжрегіональних, міжетнічних. Оскільки протистояння західноукраїнської та східноукраїнської регіональних культур базується не тільки на мовному конфлікті, але й на елементарній необізнаності з культурними традиціями та надбаннями одна одної, то культурна дипломатія може стати ефективним інструментом подолання міжрегіонального протистояння.

Одним з основних принципів світової культурної політики є **принцип єдності і різноманіття культури**, який означає, що світова

культура є результатом культурної творчості всіх народів, які складають людство, а культура кожного народу є частиною світової культури. Цей принцип можливо застосувати для формування міжрегіональної культурної дипломатії і для подолання етнічних і культурологічних конфліктів усередині країни шляхом міжкультурного синтезу і взаємовпливу культур, які протистоять одна одній.

Давайте розглянемо досвід вдалої культурної дипломатії на прикладі ініціативи Євросоюзу – проекту «**Культурна столиця Європи**».

Понад 30 років за ініціативи Євросоюзу в Європі існує проект «Культурна столиця Європи», за яким щороку обирають місто, яке стає культурним центром життя континенту. Метою проекту є привернення уваги до культурного розвитку обраного міста, презентація його унікальної культури, а також отримання додаткового фінансування культурних закладів та будівництво нових. За час існування проекту майже 60 міст Європи стали культурними столицями, отримавши шанс на новий етап свого розвитку.

У 2016 році культурними столицями стали іспанський **Сен-Себастьян** та польський **Вроцлав**. Оголошення міста культурною столицею відбувається за 5 років. Цей час використовується титулованим містом для обрання кураторів, планування культурних заходів та поліпшення інфраструктури міст задля залучення широкої туристичної аудиторії.

Сусідній **Вроцлав** отримав свій титульний статус 2011 року, а вже з 2013 року дбайливо готується до цієї знаменної для історії міста події. У червні – серпні цього року планується проведення багатой мистецької програми в рамках проекту. Місто заявило, що буде представлено більше тисячі подій у сфері кіно, архітектури, музики, літератури, перформативного і візуального мистецтва, театру і опери. Тож цього літа багато українців, як і жителів інших країн світу, мандрують до Польщі, щоб узяти участь у величому святі культурної столиці Європи Вроцлава.

Цікаво, що на 2024 рік Євросоюзом визначено держави, в яких будуть обрані міста – культурні столиці Європи, і це мають бути Німеччина, **Україна** та Албанія.

Наразі, не чекаючи 2024 року, за аналогом проекту Євросоюзу «Культурна столиця Європи», в Україні може бути створено мобільний фестивальний проект, який щороку проводитиметься у двох містах країни – одному з обласних центрів та одному з районних центрів. **Метою** проекту має стати **організація культурного діалогу між регіонами країни**, а також успішна презентація України в світі.

Проектна ініціатива «**Культурної столиці України**» має призначатися для привернення уваги до багатства та різноманіття культур країни, об’єднання нації через приналежність до спільної української культури, збільшення внеску культури в розвиток міст країни. Також ця ініціатива сприятиме відновленню міст через привернення уваги країни до їх розвитку, підвищення статусу малих міст у країні та іміджу міста в очах власних жителів, активізації туризму.

Ініціатором програми «Культурна столиця України» може стати громадська організація або платформа. Добре, якщо такий проект буде започатковано на засадах приватно-державного партнерства, що дасть можливість залучати достатні інформаційні, грошові, іміджеві, людські ресурси і від держави і від бізнесу або громадського сектору.

На першому етапі оголошення конкурсу на отримання титулу «Культурна столиця України» здійснюватиметься у двох номінаціях: обласне місто та мале місто. Міста, зацікавлені в участі у конкурсі, подаватимуть заявки разом із планами проведення культурних заходів (проектів) у місті. Представлені заявки розглядатимуться журі – комітетом із незалежних експертів в сфері культури, обраних на відкритому публічному конкурсі.

На другому етапі комітет оцінюватиме остаточні заявки і порекомендує два міста на присвоєння їм титулів «Культурної столиці України». Участь держави полягає в забезпеченні та підтримці цього статусу протягом усього терміну його дії.

Титул «Культурна столиця України» офіційно присуджуватиметься на два роки. Цей тривалий період необхідний для планування і підготовки заходів, що проходять у місті. Організатор, за підтримки державних і місцевих органів, протягом цих двох років надаватиме організаційну та консультативну підтримку «культурним столицям» з їх підготовки. Упродовж двох років у місті проходять культурні заходи, фестивалі, конкурси, конгреси, інформація про які широко поширюється через ЗМІ за сприяння державних і місцевих органів сфери культури, молоді та спорту та регіонального розвитку.

Доцільно створити Фонд фінансування проекту «Культурна столиця України». Щороку протягом каденції титулу ЗМІ публікуватимуть доповідь про оцінку підсумків проекту за попередній рік. Міста самостійно проводять свою власну оцінку і направляють її до Комітету до кінця року, наступного за присвоєнням титулу.

Проект уже має в Україні свої прототипи, такі як «*PORTOFRANKO GOGOLFEST*», «Львів – місто літератури ЮНЕСКО», Культурний форум «Донкульт. Мистецькі надра», а також новий, щойно оголошений,

форум «ПогранКульт: ГаліціяКульт», як приклади успішних проєктів міжрегіонального розвитку та міжкультурних обмінів.

Влад Троїцький, засновник та керівник міждисциплінарного міжнародного фестивалю ГОГОЛЬFEST, **говорить про** проєкт «Культурна столиця України» і «*PORTOFRANKO GOGOLFEST*»: «Если запустить такую толковую тему, сделать конкурс городов, с хорошим жури, подключить Минкультуры, Минрегионбуд и Минмолодежи...плюс местный бизнес. И все приедут посмотреть, что же это такое красивое. Пусть будут и фестивали еды, и местных промыслов...Франковск мы решили запустить как пилот, как мобилизацию внутреннего творческого, административного, бизнес-ресурса.»

Проєкт «Культурна столиця України» має всі шанси стати успішним інструментом міжрегіональної культурної дипломатії та якісно виконувати цілі та завдання міжкультурного діалогу.

ПРО ДЕЯКІ МОЖЛИВОСТІ ПІДТРИМКИ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

Тетяна ЧЕРНЕНКО,

*завідувач відділу гуманітарної безпеки
Національного інституту стратегічних досліджень,
кандидат філософських наук*

У мене дві короткі тези. По-перше, четвертим питанням ми маємо питання щодо культурної дипломатії між регіонами держави як умови успіху зовнішньої культурної активності України. Дуже багато людей, які є переселенцями із зони АТО або тимчасово окупованих територій, – люди надзвичайно талановиті. Оскільки маю особистий досвід спілкування з такими людьми, можу впевнено сказати, що вони всіма своїми силами намагаються зараз відтворити свою українськість, українську національну ідентичність на території України або вже за кордоном. У найближчих закордонних державах – Польща, Чехія, Словаччина, куди їм вдалося виїхати, тікаючи від військових дій.

Маючи підтримку держави, вони зараз мають можливість навчати дітей за кордоном, або ж на якийсь час відправляти дітей на відпочинок. Я вважаю, що це дуже добра нагода для того, щоб просувати наш культурний продукт, а особливо – просувати той культурний продукт, який створюється саме ними, вимушеними переселенцями, які добре усвідомлюють, що повернути собі малу батьківщину можливо лише за умови відродження української ідентичності на тимчасово окупованих територіях нашої держави. На мою думку, потрібно було б і Раді національної єдності, якій ми допомагали у підготовці законодавчого

проекту, і так само комітетам Верховної Ради з питань духовності, з питань свободи слова підтримати зусилля своїх громадян у просуванні якісного продукту сучасної української культури. Слід зауважити, що така промоція успішно відбувається тільки за потужної інформаційної підтримки. Якщо ми будемо недооцінювати той внесок, який може зробити сьогодні наша держава, то ми цю кампанію просування нашого культурного продукту не зможемо успішно й ефективно реалізувати. Особливо якщо згадати, які фінансові ресурси і можливості активно використовуються Російською Федерацією для просування власного інформаційного пропагандистського продукту.

Ще хотілося б сказати про деякі можливості залучення державних органів до реалізації і активнішої підтримки культурної політики. В Україні працює Рада регіонального розвитку. У зв'язку з процесами децентралізації, які відбуваються в нашій країні, певна частина коштів буде акумулюватися в регіонах. Тому я пропоную залучити до створення документів стосовно реформування, наприклад, музейної галузі і театрів саме Раду регіонального розвитку, яка повинна долучитися до розподілу коштів на користь культури.

Дякую.

ДОСВІД БРИТАНСЬКОЇ РАДИ І КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ

Наташа ВАСИЛЮК,

заступник директора Британської Ради в Україні

Мої рекомендації щодо політики культурної дипломатії в Україні – це своєрідний *wish list for Ukrainian cultural diplomacy*, що будується на багаторічній праці в організації, яка займається культурною дипломатією. Відштовхуючись від досвіду Британії, хочу ознайомити присутніх з власною думкою.

Для початку необхідно налагодити співпрацю з осередками, волонтерськими ініціативами, які вже працюють. Звичайно, має бути створена офіційна платформа з певними рішеннями і рекомендаціями в законодавчій базі. На жаль, поки не прописані інструкції чи закони, але вже зараз потрібно працювати. Тож доцільно створити механізми співпраці державних представництв з уже існуючими приватними інституціями за кордоном (Український Інститут у Швеції, Український Інститут у Лондоні), аби поєднувати зусилля і використовувати вже існуючий досвід. Тут важливо об'єднати ресурси та ідеї і працювати разом для України, а не для власного іміджу або іміджу міністерства чи якоїсь інституції.

Українські посольства в різних країнах повинні представляти не лише політику, економіку, а і культуру, освіту та науку. Наприклад, Британська Рада розглядає культурні відносини набагато ширше, ніж просто культура і мистецтво: це і освіта, і обмін думками, і наука, і навіть спорт, що відображено у стратегічних документах інституції.

Варто брати до уваги *cultural background* інших країн, адже культурні вподобання українців не завжди збігаються зі смаками і цінностями різних європейських аудиторій. Тому важливо провести опитування тих експатів та представників посольств країн, які визнані пріоритетними для співпраці на даний час, аби дізнатися, якими культурними аспектами України їхні громадяни могли б зацікавитись, якби у нас була можливість демонструвати Україну в їхніх країнах. Вони краще знають уподобання своїх співгромадян і вже трохи знають наші культурні надбання. Це називається *market needs based approach*, інструмент, який дозволить розширити цільову аудиторію поза звичною аудиторією діаспори.

І ще – потрібно працювати не з малими, а з великими проектами (на даному етапі), які вже працюють у різних країнах, де Україна може бути і вже була представлена з метою досягнення більшого резонансу. Наприклад, книжковий форум у Франкфурті, Венеційська бієнале або *Fashion Week in London*, проекти, якими варто представляти країну, адже вони вже мають власне реноме, а наше мистецьке оточення має напрацювання. Для початку варто зосередитися на одній великій події в році, яка матиме широкий резонанс.

Моя фінальна думка – про те, що чиновники не повинні вирішувати, хто і чим буде представляти державу. Повинна працювати рада митців та представників різних культурних напрямків, які могли б вирішувати питання контенту (як, наприклад, *Arts Council England* або *Wales or Northern Ireland*, або *Creative Scotland*). Саме вони радять офісам Британської Ради щодо залучення того чи іншого культурного продукту, вони, а не міністерство культури чи будь-яке інше державне відомство.

Для цього всім представникам культурної спільноти необхідно навчитися працювати разом, а не один проти одного. Але це тема окремої розмови.

ПІДВИЩЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ, ПРОГРАМНИХ І ФІНАНСОВИХ СПРОМОЖНОСТЕЙ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

Тіна ПЕРЕСУНЬКО,
*аспірантка Інституту
української археографії і джерелознавства
ім. М. С. Грушевського НАН України*

Незважаючи на те, що Україна тривалий час перебувала у статусі бездержавності й адаптація найкращих практик розвинених країн світу в галузі культури для українських реалій видається більше виставою для стороннього перегляду, ніж репетицією власної успішної постановки, все ж є сенс звертатися до міжнародних зразків. Часто вони слугують координатами для подальшого розвитку, особливо якщо йдеться про практики близьких нам держав-сусідів, тієї ж Польщі. Їх увиразнення і прикладний аналіз може допомогти скласти список адекватних рекомендацій українським інституціям, що задіяні в реалізації політики просування українських інтересів у світі засобами культури, – фахівцям МЗС, Міністерства культури України, Верховної Ради України і Адміністрації Президента.

Передусім слід відзначити актуальність досвіду Польщі в галузі **розбудови інституційної моделі, створення і фінансування програм культурної дипломатії**. Саме ці напрямки політики «м'якої сили» України потребують удосконалення і переформатування.

1. Створення ефективної інституційної моделі культурної дипломатії України

Інституційна модель Польщі в сфері культурної дипломатії розвивається за принципом синергії зусиль державних установ, представницьких закордонних центрів, а також галузевих закладів культури. До найвпливовіших слід віднести: мережу Польських Інститутів за кордоном (25 представництв), Інститут Адама Міцкевича (Варшава), Міжнародний культурний центр (Краків), Національний центр культури (Варшава), а також ряд галузевих інституцій (Інститут Книжки, Театральний Інститут, Польський Інститут кіномистецтва, Інститут танцю, Національний Інститут Фредерика Шопена, Національний Аудіовізуальний Інститут). Питанням координації, вироблення спільного бачення і стратегії культурної дипломатії опікується міжурядова структура – Рада промоції Польщі. До її складу входять представники різних міністерств і відомств, а також фахівці з неурядового сектору. Головує на засіданнях міністр закордонних справ Польщі. На цих

зборах погоджують документи на кшталт «Напрямки промоції Польщі 2008–2015 рр.».

Одним із важливих гравців внутрішньої культурної дипломатії є Національний Центр культури, котрий напрацьовує креативний капітал культури для промоції всередині і ззовні країни. Центр працює для внутрішніх потреб суспільства, маючи розгалужену мережу програм і проектів, що розвивають операційний потенціал польської культури (здатність культури конвертуватись у програми і проекти, а не залишатись у форматі нематеріалізованої національної ідеї, як це є в Україні). Так само нещодавнім пріоритетом Департаменту публічної і культурної дипломатії при МЗС Польщі стала внутрішня культурна дипломатія (*domestic public diplomacy*) – робота з суб'єктами громадянського суспільства і регіональними центрами культури.

Якщо аналізувати поточні інституційні спроможності української культурної дипломатії, то вони покладаються на діяльність нещодавно створеного Управління публічної дипломатії при Міністерстві закордонних справ України та мережі культурно-інформаційних центрів за кордоном, Управління міжнародного співробітництва і євроінтеграції при Міністерстві культури України та підпорядкованих Мінкультури галузевих державних установ: з діяльних – лише Державне агентство з питань кіно і Національний центр Довженка. Інші галузеві інституції, які перебувають у підпорядкуванні Міністерства культури, варто трактувати інституційно лише номінально, адже на рівні діяльності вони не впливають на порядок денний світових культурних процесів (Державна агенція промоції культури України, Центр Леся Курбаса, творчі спілки). А створення таких установ, як Інститут Тараса Шевченка, Інститут Книги чи Український фонд культури, що обговорюється впродовж останнього року в колі експертів, поки триває. Лише щодо Інституту Книги проведено нормотворчі процедури. Тож співвідношення польської і української інституційної моделі в галузі культурної дипломатії виглядає диспропорційно. Звісно, це є наслідком історичних передумов, зокрема браку державності і тривалих заборон у галузі національної свідомості і культурної безпеки України.

Фактична вага державних інститутів культурної дипломатії: Польща і Україна. Важливим для нас є аналіз моделі польського Інституту Адама Міцкевича, котрий підпорядковується Міністерству культури і національної спадщини Польщі. Це окрема від мережі Польських Інститутів установа, розташована у Варшаві. Штат цього закладу (близько 80 осіб) здійснює імплементацію власної стратегії культурної присутності в світі на різних континентах на роки наперед. Приміром, 2012 року фахівці цього закладу вже планували «культурний десант»

у столиці Бразилії Ріо-де-Жанейро на 2016 рік. Окрім того, саме з ініціативи команди Інституту Адама Міцкевича було розроблено Культурну Програму польського головування в Раді Європи 2011 року «I, Culture», яку закордонні фахівці визнали найкращою серед попередніх програм європейських країн-учасниць.

Інститут Адама Міцкевича, як монолітна, а не мережева організаційна установа, відрізняється від мережі Польських Інститутів у світі за кількома критеріями: *підпорядкуванням* (Міністерству культури, а не МЗС), *місцезнаходженням* (м. Варшава, а не закордонні відділення) і *менеджерським підходом* (стратегування власного контенту, а не підрядність урядовим програмам МЗС).

Відтак слід чітко усвідомити, що в Польщі існує дві відмінні інституції – мережа Польських Інститутів і Інститут Адама Міцкевича. Цей приклад має допомогти нам знайти різницю між двома обговорюваними в Україні інституційними назвами, а насправді, на нашу думку, – двома різними інституціями – «Українським Інститутом» і «Інститутом Тараса Шевченка». І нам треба працювати над створенням обох Інститутів.

У проєкті «Концепції Інституту Тараса Шевченка (Українського Інституту)», розробленої командою науковців Українського центру культурних досліджень на замовлення Міністерства культури України, йшлося про його функціонування як неурядової організації мережевого типу. Натомість вже згідно з проєктом відповідного Закону – «Про Український Інститут», який було представлено колишнім заступником міністра культури Андрієм Вітренком на круглому столі в комітеті Верховної Ради минулого року, згаданий заклад планується як державна установа з місцезнаходженням у Києві. Перебіг дискусій і відповідних змін в концепції майбутнього «Інституту Тараса Шевченка (Українського Інституту)» доводить різнодумачення його функціональної спрямованості. Можливо, варто спершу замислитись над ключовим питанням: чи перебуває у колі компетенцій Міністерства культури створення закордонної представницької мережі, чи це радше відповідальність МЗС? Адже на невизначене позиціонування Інституту, що створюється, впливає невизначеність щодо субординації між українським МЗС і Міністерством культури у здійсненні культурної дипломатії. Світова практика підтверджує, що головний мандат на реалізацію закордонної культурної діяльності зберігається саме за зовнішньополітичним відомством країни.

Відтак логічно припустити, що **МЗС має займатись створенням мережі Українських Інститутів за кордоном на базі переформатування наявних культурно-інформаційних центрів, а Міністерство культури – створенням Інституту Тараса Шевченка, котрий не маємо**

прирівнювати до закордонної мережі Польських Інститутів чи Гете-Інститутів, а програмувати як внутрішнього оператора з перебуванням в Києві (на кшталт Інституту Адама Міцкевича). Окрім того, слід продовжити роботу над створенням Інституту Книги, Українського фонду культури та інших державних операторів культурної дипломатії. Міжурядовим координаційним центром прийняття рішень у цій галузі могла би бути Національна рада реформ з відповідним напрямком.

2. Створення і фінансування державних цільових програм у галузі культурної дипломатії

Окрім інституційного удосконалення культурної дипломатії в Україні, маємо працювати над **створенням державних цільових програм у цій галузі**.

В українському МЗС цільова програма з фінансування проектів просування України для іноземної цільової аудиторії, а не діаспори, з'явилась лише 2006 року. Проте навіть ті кошти, що спрямовуються на просування іміджу, є далекими від культурного контексту.

З аналізу паспорта бюджетної програми МЗС «Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України, заходи щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України» випливає, що під іміджевими заходами розуміють лише два напрямки: співпрацю з іноземними ЗМІ з розміщення позитивної інформації про Україну (на 2016 рік було заплановано розміщення 8 публікацій по 200 тис. гривень) та організацію круглих столів, форумів і прес-заходів. (Між іншим, важливо дізнатись – чи з'являться 8 іміджових публікацій в іноземних ЗМІ про Україну наприкінці 2016 року і чи рубрикуватимуться вони як реклама?)

Про відбір українських культурних проектів для просування за кордоном не йдеться. Тобто наразі в програмному навантаженні МЗС не існує жодного конкурсу чи цільової програми з просування саме культурної складової України в світі.

Незважаючи на прикру тенденцію недофінансування в галузі зовнішньої культурної політики, нові менеджери відділу культурної дипломатії МЗС максимально допомагають у реалізації українських культурних проектів за кордоном візовим, логістичним чи репутаційним сприянням. Натомість, аби механізм державної політики в цій галузі запрацював ефективно, в структурі українського МЗС **потрібно запровадити окремі цільові програми і конкурси з підтримки і просування української культури за межами України і забезпечити їм належне фінансування**.

У тому ж таки польському МЗС існують чотири конкурсні програми, котрі адмініструє Департамент публічної і культурної дипломатії. Один із таких конкурсів під назвою «Співпраця в галузі публічної дипломатії» спрямовано виключно на суб'єктів недержавного сектору. В 2016 році лише на зазначені конкурси польський уряд спрямував понад 9 млн злотих (близько 60 млн гривень), а на всі програми Департаменту – кілька десятків мільйонів злотих (кілька сотень мільйонів гривень). Варто зауважити, що на 2016 рік у бюджеті українського МЗС виділено 7 млн гривень на публічну і культурну дипломатію.

За підтримки польського МЗС також фінансуються програми наукових обмінів і стажувань, аби міжнародні фахівці і молоді науковці вивчали історію успіху польської держави в проведенні суспільної трансформації після 1989 року. Україна вже має достатній суспільний капітал для залучення науковців з-за кордону для вивчення подій Майдану і війни на Донбасі – сторінок насправді вже світової, а не лише української історії. Асигнування навіть незначних коштів на такі стипендійні програми з боку українського МЗС дозволить позиціонувати українське відомство як донора для міжнародних досліджень. Це робота над суб'єктивністю України в світі у середовищі міжнародних експертів, так звана експертна дипломатія. Зараз же фахівці з-за кордону приїждять вивчати Україну за власні кошти.

Натомість ще гірше виявляється з програмним менеджментом нашого «культурного відомства». У розпорядженні українського Міністерства культури немає жодної цільової програми з фінансування проєктів промоції української культури за кордоном. Це підтверджує у своїй відповіді на депутатський запит голови Комітету закордонних справ ВР Ганні Гопко заступник міністра культури з питань євроінтеграції Світлана Фоменко (див. Додатки). Існує єдина державна програма підтримки проєктів у галузі культури під номером 1801170, в рамках якої підтримка закордонної культурної промоції навіть не декларується.

У цьому контексті знову варто апелювати до досвіду наших сусідів. З 2008 року польське Міністерство культури і національної спадщини фінансує цільову програму під назвою «Промоція польської культури за кордоном». Адміністратором розподілу коштів і управління проєктами є Інститут Адама Міцкевича. Щороку згідно з цією програмою відбувається конкурсний набір проєктів з мистецького сектору, який подає свої заявки на репрезентацію польської культури за межами Польщі. 2016 року на цю програму було виділено близько 9 млн злотих (60 млн гривень). Відомою особливо для українських

митців і арт-менеджерів є програма польського міністра культури «*Gaude Polonia*». Її оператором є вже згадуваний Національний центр культури.

Тож українському Міністерству культури варто також ініціювати створення окремих цільових і стипендійних програм міністра культури в сфері закордонної культурної політики. Оператором цих програм може бути майбутній Інститут Тараса Шевченка, або ж заснована Міністерством культури ще в 2009 році Державна агенція промодії культури України.

Загалом найбільш актуальним питанням у галузі культурної дипломатії є лобіювання збільшення бюджету на культуру як інструменту просування національних інтересів України за кордоном і захисту її культурних кордонів від гібридних атак РФ у європейському і світовому інформаційному просторі.

СТРАТЕГІЧНА ДИЛЕМА УКРАЇНСЬКОГО МЗС: ЯК ПЕРЕСТАТИ ГАСИТИ ПОЖЕЖІ, ТА ПОЧАТИ, НАРЕШТІ, ГРАТИ В ШАХИ? ПРО НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ СИСТЕМИ НАРОДНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Віолета МОСКАЛУ,

*ініціатор та співзасновник мережі Global Ukrainians,
доктор філософії (управлінські науки)*

Необхідність запуску сталих механізмів для донесення правди світові зазначена в Програмі просування інтересів України у світі, яка була розроблена у лютому – березні 2015 році цільовою командою Національної ради реформ при Президентові України та передбачає «розвиток стратегії народної культурної та бізнес дипломатії через мережу *Global Ukraine*».

1. В Україні уже створені початки для синергії зусиль різних українських культурних ініціатив у світі

Міжнародна організація *Global Ukraine*, яка була створена та зареєстрована у Києві на початку 2015 р., почала активно розвивати та популяризувати необхідність створення глобальної мережі народних дипломатів для просування інтересів України у світі. Ця організація створює сприятливі умови для розвитку української глобальної комунікаційної платформи з українськими активними лідерами-експатами, які проживають у понад 70 країнах світу.

Global Ukrainians – значна частина «останньої» хвилі діаспори, яка суттєво відрізняється від попередніх наявністю певної кількості високоосвічених людей зі знанням мов, бажанням вдосконалюватися та розвиватися, які досить швидко почали займати впливові позиції в академічних, бізнесових або політичних організаціях та у різних європейських та міжнародних структурах. Це саме ті молоді українці, які виїхали за останні 15–20 років з України не з метою «виживання» але більше для того щоб здобути певні «досягнення» за межами рідної країни, де не працюють соціальні ліфти і де можливості особистого розвитку обмежені порівняно з більш розвинутими країнами.

За останніми даними, Україна посідає десяте місце у світі за чисельністю високоосвічених емігрантів, які проживають у країнах – членах Організації економічного співробітництва та розвитку. Українські мігранти, які проживають у розвинених державах, становлять близько 1,51 % усього українського населення, що є високим показником порівняно з іншими країнами світу.

До початку Євромайдану, ця категорія діаспори не завжди активно займалася громадською діяльністю на користь України. Саме події Революції гідності розбудили величезний потенціал креативної творчості українців через відчуття спільної загрози. Наші експати стали справжніми та надзвичайно активними народними дипломатами, тобто тими, хто представляє та обстоює інтереси України в світі.

Ми їх називаємо *Global Ukrainians*, вони – готові до дії, здатні приймати швидкі рішення, проактивні, інклюзивні, патріотичні, вміють організувати процеси та людей, розуміють одне одного з півслова. Сьогодні наші *Global Ukrainians* займаються різними проектами у сфері народної дипломатії, а саме: інформаційно-політичними проектами, культурною дипломатією, бізнес-дипломатією, аналітично-експертною дипломатією, соціально-медично-гуманітарними проектами. Саме тому, для більш ефективного просування національних інтересів та цілей України, необхідно виробити цілісну та комплексну систему народної дипломатії.

Мета міжнародної організації *Global Ukraine* – розвиток стратегії народної культурної та бізнес-дипломатії за допомогою розбудови комунікаційної платформи з найактивнішими українськими експатами, лідерами нових постмайданних рухів, які довели свою здатність до самоорганізації та налаштованість ефективно працювати для досягнення позитивних результатів, шляхом застосування різних інструментів народної дипломатії.

Перший спільний проект мережі – це проект *Global Ukraine News*, метою якого є створення інформаційно-аналітичного агентства

глобального характеру, котре сприятиме поширенню об'єктивної поточної та аналітичної інформації про Україну, що позитивно впливатиме на сприйняття України в Європі та світі.

В основу проекту покладено модель західних ЗМІ та інформаційних агентств, які розвивають наразі нові стратегії *digital* та *citizen journalism*. Ключова відмінність цього інформаційного проекту – розвиток мережі «народних журналістів», які будуть ділитися думками щодо подій в Україні та світі з різних точок планети. Станом на сьогодні ми маємо контакти у 70 країнах світу та співпрацюємо з більш як 300 експатами (про це можна почитати у рубриці *Global Ukrainians* на сайті www.global-ukraine-news.org). На черзі – запуск Бізнес-хаба та Глобальної академії реформ.

Тому, поки МЗС буде займатися реформою дипломатичної служби України, одним із важелів роботи має бути надання підтримки та інтегрування існуючих ресурсів народної дипломатії задля більш системного просування інтересів України на глобальному рівні.

Досвід останніх 30 місяців (коли українська молодь заснувала понад 100 нових постмайданних українських волонтерських рухів поза межами нашої держави) та громадський аудит діяльності МЗС України у рамках культурної дипломатії, проведений та представлений Інститутом Кеннана та міжнародною організацією *Global Ukraine* на II Форумі Культурної Дипломатії 27 квітня в Києві показують, що в різних країнах ефективність наших посольств різна.

Діяльність понад 100 постмайданних рухів у світі, які народилися в різних його куточках паралельно з тим, як розвивалися події на Майдані, потребує комплексної стратегії та мінімальної координаційної бази на основі комунікаційної платформи, яка була ініційована організацією *Global Ukraine* для динамічного розвитку інтегрованої мережі проукраїнських ініціатив в Україні та світі, що охоплює більшість регіонів світу.

Від самого початку у фокусі уваги були **три ключові аудиторії успішних молодих українських лідерів**: інтелектуали, викладачі відомих західних закладів освіти; бізнесмени або фахівці сектору інформаційних технологій, які працюють у відомих транснаціональних корпораціях; українські експерти, які працюють у різних європейських або міжнародних інституціях.

Громадянське суспільство у рамках мережі *Global Ukrainians*, усвідомлюючи свою відповідальність перед Україною та беручи до уваги існуючі національні та міжнародні процеси, готове здійснювати комплексне просування України у світі методами народної культурної та бізнес-дипломатії.

2. Опис діяльності *Global Ukrainians* на прикладі культурної дипломатії

Велика кількість ініціатив впроваджується в сфері кіно, адже кінематограф є чи не найяскравішим інструментом культурної дипломатії. Показами відповідного кіно активісти привертають безпосередню увагу до українських проблем, наприклад, до проблеми незаконно ув'язнених українців в Росії (показуючи кіно про Олександра Сенцова у Гонконгу, збираючи підписи на їх підтримку під час фестивалю «*Cinema Italia Oggi 2016*» у Варшаві, показуючи фільм «Звільніть Олега Сенцова» у Берліні). Організуються цілі тури українських стрічок – Дні українського кіно (в Брюсселі, Лондоні, Будапешті, Берліні) та турне «Побачити Україну: *Docudays UA* мандрує світом» (Франція, Греція, Німеччина, Італія, Іспанія).

Цікавою ініціативою є «**Український Кіноклуб в Берліні**», створений у 2009 році. Його ініціатором стала Олександра Бінерт, активістка української діаспори Німеччині та представниця мережі *Global Ukrainians*. Сам проект – не комерційний, існує коштом добровільних пожертв і внесків. Починаючи з 2009 року, активісти показали вже приблизно 100 фільмів, влаштовуючи приблизно 1–2 сеанси на тиждень, ілюструючи, наприклад, через фільми про Майдан та про арабську весну, як українські революційні події інтегруються у глобальні процеси.

Варто згадати також такі унікальні проекти, як «**Українське Радіо в Брісбені**» (*Ukrainian Radio Brisbane*), який існує понад 30 років. Українська громада Австралії організовує також уже два роки поспіль, цікавий радіоярмарок у грудні, який відвідують понад 200 людей.

Також привертають велику увагу іноземних громадян **літературні та театральні події**, які проводять закордонні українці. Вони дають можливість показати сучасну Україну, її унікальне та колоритне мистецтво. Найяскравішим прикладом у літературній сфері є тур літературного фестивалю «*Meridian Chernowitz*» франкомовними країнами Європи, який був ініційований громадськими активістами мережі *Global Ukrainians* та зібрав величезну кількість відвідувачів. До участі у фестивалі були залучені кращі письменники і поети сучасної України, серед яких Юрій Андрухович, Ігор Померанцев, Сергій Жадан, Ірена Карпа та Катерина Бабкіна, що є демонстрацією України не лише з точки зору географії, фольклору чи кухні, а ще й як сучасної, модної і подекуди авангардної країни.

Говорячи про промоцію України за кордоном та про культурну дипломатію, не можливо не згадати Влада Троїцького, його театр *Dakh*. На сучасному етапі це послі «номер один» України в світі. Ця команда підійшла найграмотніше до організації своїх заходів: в Україну

приїжджають іноземні режисери, вони разом готують п'єсу, і цей спільний проект потім демонструють у містах за кордоном, про нього пишуть місцеві ЗМІ. Тобто це – безпосередня можливість популяризувати та глобально інтегрувати українську культуру та донести ключові меседжі сучасної України через твори мистецтва. Такі інтегровані проекти швидше знайдуть фінансову підтримку з боку міжнародних партнерів.

Частими є і запрошення **українських виставок** за кордон, зокрема, тих, які показують всю гостроту українських реалій, які є абсолютно правдивими, які говорять самі за себе. Такою виставкою є «*Правдиві свідчення: від Революції гідності до сьогодення*» – мандрівна виставка робіт українських митців знайомить людство із нинішньою Україною. Її куратором є Наталія Мусієнко, автор книги «*Мистецтво Майдану*».

Іншим прикладом може бути виставка Тараса Полатайка, яка є серією фотографій, що стали результатом спілкування художника з пацієнтами хірургічного відділення Головного військового клінічного госпітально в Києві. Крім того, експозиція доповнюється і серією інтерв'ю з пораненими. Виставка вже демонструвалася в Українському Інституті Америки (Нью-Йорк), Українському Посольстві в Канаді (Оттава), Художній галереї Барбара Едуардс Контемпорері (Калгарі), *Latitude 53* (Едмонтон), Церкві Святої Марії (Франкфурт), Посольстві Канади в Польщі (Варшава).

А є й **більш системні ініціативи**, які одразу включають кілька напрямків, що забезпечує більш широку комунікацію з населенням за кордоном. Зокрема, це Дні української культури в Відні, які організувала учасниця мережі *Global Ukrainians* Олександра Саєнко. Подія відбулась у листопаді 2015 року і викликала справжній фурор – настільки багато іноземців їх відвідали. Кілька днів поспіль у самому серці Австрії демонстрували українські експозиції, ставили п'єси та інсталяції, давали музичні концерти. Схожі заходи плануються у Зальцбурзі, а також у містах Португалії.

Цікавим прикладом **системної комплексної роботи** в рамках народної культурної дипломатії є довготривалий досвід франко-української громадської організації «Обміни Лотарингія – Україна» (*Echanges Lorraine – Ukraine*), яка організувала починаючи з 2004 року понад 100 різних культурних, інформаційних та освітніх проектів з метою розвитку франко-українських відносин.

До цієї організації були залучені багато українських студентів з Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича, які котрі паралельно навчались у Лотаринзькому університеті, а також чимало французів, які мають українське коріння або зацікавлені Україною та її історією. Таких франко-українських організацій є декілька

в Лотарингії та кілька десятків – по всій Франції. До речі, один із важливих проєктів, до яких також залучені українці Лотарингії, – це збереження пам’яті загиблих українських в’язнів під час Другої світової війни, які поховані на цвинтарі Бан Сен Жан у містечку Буле (департамент Мозель).

Кожного дня українські закордонні громадські організації самовіддано працюють над промоцією України, не чекаючи нагороди від держави за свої заслуги. Та все ж вони вміють не просто зорганізувати свою діяльність, але й заохотити одне одного до ще більш інтенсивної діяльності, запроваджуючи власні цікаві відзнаки. Наприклад, українські активісти в ОАЕ під час святкування великодніх свят запровадили «Золотий Тризуб» навесні 2016 року.

Без сумніву, такі ініціативи приносять велику користь для промоції та захисту інтересів України, а також для формування її позитивного іміджу. Проте необхідним є системний підхід до культурної дипломатії, формування чіткої інституційної структури, яка б забезпечила синергію зусиль, комплексність і, як наслідок, більшу результативність інструментів культурної дипломатії.

Одна з яскравих характеристик глобального світу – це розвиток нових сучасних мережевих організаційних форм. Унікальність мережі *Global Ukrainians* у тому, що вона існує та працює на глобальному рівні, показуючи своїм досвідом цікавий приклад глобальної віртуальної мережі, яка розвиває спільну комунікаційну платформу задля просування та лобіювання українських інтересів у новому глобальному світі.

У підсумку можна зазначити, що *Global Ukrainians* сформували хорошу базу для культурної дипломатії, їхні ініціативи – відомі, їх з цікавістю відвідують іноземці. Тому МЗС та іншим державним інституціям варто дослухатися до лідерів-експатів та підтримати розвиток інноваційної мережі української народної культурної дипломатії. Це дозволить Україні значно ефективніше обстоювати свої інтереси, що в умовах гібридної війни з Росією має критичну важливість.

Ключовими факторами успішного просування інтересів України у світі є синергія спільних дій, копродукція, спільні проєкти, які допоможуть покращити імідж України та її місце в світовій політичній ієрархії. Важливий стратегічний фактор – це вдале поєднання народної бізнес-дипломатії та культурної дипломатії. Саме цим питанням був присвячений Третій форум *Global Ukrainians* «**У пошуках нової моделі української народної культурної та бізнес-дипломатії**» (15–16 липня 2016 року, м. Київ).

Василь ЯБЛОНСЬКИЙ

Прозвучало дуже багато цікавих пропозицій, зокрема, стосовно інституалізації культурної дипломатії і ролі держави, громадських організацій, громадянського суспільства, окремих представників культурної сфери у цьому процесі. Думаю, що всі пропозиції ми спробуємо узагальнити, підготувати підсумковий документ. Цей документ ми передамо і до Адміністрації Президента, до Уряду, до Верховної Ради і, таким чином, спробуємо далі просувати наші ідеї.

Ще раз хочу подякувати усім за активну роботу, за активну участь.

ДОДАТКИ

1. Відповідь Міністерства закордонних справ України на лист голови Комітету Верховної Ради України у закордонних справах Г. Гопко щодо проведення іміджевих заходів у 2015–2016 рр. та необхідності фінансування іміджевих проектів у 2017 р.

30 червня 2016 р.

Шановна Ганно Миколаївно!

У відповідь на Ваш лист надсилаємо інформацію щодо коштів, виділених Міністерству закордонних справ України для проведення іміджевих заходів 2015–2016 років, і попередніх розрахунків щодо необхідності бюджетного фінансування заходів у рамках культурної дипломатії на 2017 рік.

Міністерству у 2015 році на реалізацію бюджетної програми 1401110 «Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України, заходи щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України», було передбачено видатки на загальну суму 1000,0 тис. гривень.

Закордонними дипломатичними установами України були реалізовані такі заходи:

- надання фінансової підтримки громадам закордонних українців для організації та проведення за кордоном культурно-мистецьких заходів: фестивалів, свят мистецтв на суму 70,6 тис. грн;
- надання фінансової підтримки громадам закордонних українців для забезпечення випуску періодичних видань, підготовки та випуску радіопрограм, підтримання інтернет-ресурсів громад закордонних українців, розміщення публікацій з української тематики в засобах масової інформації за кордоном на суму 163,3 тис. грн; забезпечення навчальних закладів з вивченням української мови та осередків культури громад закордонних українців іміджевою друкованою, фото-, аудіо-, відео- та електронною продукцією, предметами національної символіки, а також – передплати української періодики для громад закордонних українців на суму 53,9 тис. грн;
- надання фінансової підтримки громадам закордонних українців для впорядкування місць поховань (місць пам'яті) видатних українців за кордоном на суму 62,4 тис. грн;

- забезпечення співробітництва з провідними зарубіжними засобами масової інформації та розміщення позитивних публікацій про Україну у сумі 92,4 тис. грн;

- організація та проведення за кордоном іміджевих заходів: форумів, конференцій, експертних засідань за круглим столом та прес-заходів з української тематики на суму 195,8 тис. грн.

2015 року виготовлено 190 шт. посвідчень закордонного українця із запланованих 1200 шт. з огляду на фактичну кількість осіб, які набули статусу закордонного українця, на суму 21,3 тис. грн. Водночас 2015 року не використано кошти на суму 113,3 тис. грн на виготовлення 1010 шт. посвідчень закордонного українця, оскільки не отримано результати перевірки осіб – кандидатів на цей статус від Державної міграційної служби України.

У 2016 році у Державному бюджеті України за КПКВК 1401110 «Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України, заходи щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України» Міністерству затверджено призначення у загальній сумі 7,0 млн грн. Станом на першу декаду червня закордонні дипломатичні установи України вже отримали понад 50 % передбачених коштів.

Залишок коштів на суму 3,4 млн грн буде перераховано закордонним дипломатичним установам України протягом липня-вересня 2016 року рівними частинами.

У додатку наводимо попередні розрахунки щодо необхідності бюджетного фінансування заходів у рамках культурної дипломатії на 2017 рік.

Додаток: згадане, на 1 арк.

З повагою,

Заступник Міністра – керівник апарату

В. В. Пристайко

Додаток до листа Міністерства закордонних справ України

**Пропозиції щодо іміджевих проектів* на 2017 рік
(напрямок культурної дипломатії)**

№	Зміст заходу	Вартість	Термін проведення
1.	Підтримка англomовного іміджевого онлайн-порталу про сучасну українську культуру, креативні індустрії та культурний туризм і пов'язаних з ним онлайн-інструментів та спеціальних тематичних проектів	250 тис. грн	Протягом року
2.	Виготовлення іміджевої друкованої та сувенірної продукції для ЗДУ, закордонних культурних інституцій і кураторів подій у рамках підтримки програм культурного експорту відділу культурної дипломатії	200 тис. грн	Протягом року
3.	Підтримка програми культурної дипломатії, посилення інституційної спроможності пілотних проектів українських Інститутів, започаткованих українськими культурними діячами (приклад – Швеція, скандинавський напрямок) та мережею <i>Global Ukraine</i>	2000 тис. грн	Протягом року
4.	Підтримка культурних заходів, які проводяться ЗДУ, передусім КІЦ	4000 тис. грн	Протягом року
5.	Інформаційні заходи з підтримки національного павільйону України, мистецького виставкового проекту на 57-й міжнародній арт-виставці «Венеційська Бієнале» (Італія)	3000 тис. грн (кошторис проекту опрацьовується спільно з Мінкультури, уточнюється)	13.05–26.11.2017
6.	Інформаційні заходи у рамках підтримки національного стенду України, забезпечення української програми на міжнародному Франкфуртському книжковому ярмарку	150 тис. грн	Жовтень 2017
7.	Іміджеве супроводження проекту «Євробачення-2017 в Україні» за кордоном	(кошторис проекту опрацьовується)	Травень 2017
	РАЗОМ:	9600 тис. грн	

* Опрацьовується питання залучення МЗС України до реалізації зазначених заходів спільно з Міністерством культури України, Міністерством інформаційної політики України та іншими ЦОВВ, а також внесення змін до відповідних нормативно правових актів.

2. Відповідь Міністерства культури України на лист Комітету Верховної Ради України у закордонних справах щодо коштів, які були використані Міністерством для співпраці з діаспорою у 2015–2016 роках.

4 липня 2016 р.

Шановна Ганно Миколаївно!

На лист Комітету у закордонних справах Верховної Ради України від 22.06.2016 № 04-20/12-1010(153078) Міністерство культури надає інформацію щодо коштів, які були використані Міністерством для співпраці з діаспорою у 2015–2016 роках.

Водночас інформуємо, що окремого бюджетного фінансування проведення заходів по лінії культурної дипломатії та промоції України у світі Міністерство культури України не отримує. Фінансування заходів міжнародного характеру здійснюється за бюджетною програмою по КПКВК 1801170 «Здійснення концертно-мистецьких та культурологічних загальнодержавних заходів, заходів з вшанування пам'яті, заходів з виявлення та підтримки творчо обдарованих дітей та молоді, заходів, пов'язаних із забезпеченням свободи совісті та релігії, державна підтримка регіональних культурних ініціатив та аматорського мистецтва, поповнення експозиції музеїв та репертуарів театрів, концертних та церковних організацій, забезпечення розвитку та застосування української мови».

З огляду на вищевикладене, Мінкультури не має змоги надати інформацію щодо коштів, які були виділені Міністерству для проведення заходів по лінії культурної дипломатії, промоції України у світі, а також попередні розрахунки щодо необхідності бюджетного фінансування заходів в рамках культурної дипломатії на 2017 рік.

Принагідно інформуємо, що не зважаючи на обмеженість бюджетного фінансування сфери культури Мінкультури з цього року опікується питаннями участі нашої держави у Франкфуртському книжковому ярмарку, а також готується до участі України у 57-й Венеціанській бієнале сучасного мистецтва у 2017 році.

Також варто зазначити, що основним ЦОВВ, відповідальним за згадані у Вашому листі завдання, є Міністерство закордонних справ України.

Додаток: згадане, на 1 арк.

З повагою
Перший заступник Міністра

С. В. Фоменко

Заходи щодо співпраці з діаспорою у 2015–2016 роках	Усього витрат за кошторисом (тис. грн)
Науково-практична конференція «Українські громади Польщі, Словенії, Чехії, Хорватії» м. Варшава, Вроцлав (Польща), Любляна (Словенія), Прага (Чехія), Загреб (Хорватія) 20–28 травня 2015 р.	77 600
Міжнародна науково-практична конференція «Закордонне українство й Україна: взаємодія на шляху утвердження Незалежності» (Київ, Україна) 21 серпня 2015 р.	2 400
Фестиваль «Діаспора – Фест» в рамках Форуму української молоді діаспори «Одеса–2015» (м. Одеса, Україна) 26–28 серпня 2015 р.	44 000
Науково-практична конференція «Українська діаспора США – головний лобіст українських інтересів в Америці» (м. Вашингтон, Нью-Йорк, Чикаго) 06–13 листопада 2015 р.	32 000
Науково-практичний семінар «Шляхи збереження українських традицій в діаспорі» (м. Київ, Україна) 28 листопада 2015 р.	16 558
Наукова-практична конференція «Українці країн Скандинавії» (м. Стокгольм (Швеція), Осло (Норвегія), Гельсінкі (Фінляндія) 19–26 квітня 2016 р.	40 000

ЗМІСТ

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ (аналітична доповідь).....	3
Вступ	3
Розділ 1. Проблема інституалізації культурної дипломатії в контексті європейських практик	6
Розділ 2. Аналіз міжнародної присутності української культури: досвід, потенціал, кейси	11
2.1. Державна політика і міжнародні культурні комунікації України: напрацювання та помилки.....	11
2.2. Кейси культурної дипломатії України: проблема синергії.....	15
Розділ 3. Стратегічні напрямки розвитку культурної дипломатії України	21
3.1. Проблеми створення Українського Інституту.....	21
3.2. Пріоритети розвитку культурного контенту: політика сприяння.....	25
Висновки	36
Рекомендації	39
ПОЛІТИКА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ: СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ДЛЯ УКРАЇНИ (матеріали засідання круглого столу).....	43
Список учасників	45
Виступи учасників круглого столу	48
Василь Яблонський.....	48
Катерина Смаглій.....	49
Ольга Жук.....	51
Наталія Мусієнко.....	56
Ганна Гопко.....	61
Наталія Кривда.....	63
Олена Салата.....	66

Тетяна Черненко.....	70
Наташа Василюк.....	71
Тіна Пересунько.....	73
Віолета Москалу.....	78
Додатки.....	85
1. Лист Міністерства закордонних справ України (з додатком).....	85
2. Лист Міністерства культури України (з додатком).....	88

Наукове видання
Серія «Гуманітарний розвиток». Випуск 5

ПОЛІТИКА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ: СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Збірник науково-експертних матеріалів

Матеріали збірника подано за авторською редакцією

Коректор: *О. М. Романова, О. І. Сабадаш*
Комп'ютерне верстання: *О. І. Сабадаш*
Відповідальний за випуск: *О. М. Романова*

В оформленні обкладинки використано роботу
Мар'яна Луніва "Аркан"

Оригінал-макет підготовлено
в Національному інституті стратегічних досліджень:
вул. Пирогова, 7-а, Київ-30, 01030
Тел/факс: (044) 234-50-07
e-mail: info-niss@niss.gov.ua

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 5,35.
Наклад 150 пр. Зам. № ДФ 464

ПП «Видавництво Фенікс»
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 271 від 07.12.2000
03067, м. Київ, вул. Шутова, 13-б
www.fenixprint.com.ua