

**КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ
ЯК СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТУВАТИ УКРАЇНУ**

*(оглядова довідка за матеріалами
преси та інтернету за 2019–2021 рр.)*

Культурна дипломатія є одним із найефективніших інструментів формування бренду країни через позитивне сприйняття, довіру, спільні цінності. Вона спрямована на організацію мистецьких заходів у інших країнах для просування своєї культури з метою посилення міжкультурного діалогу та укріплення взаєморозуміння між державами [1].

Культурна дипломатія використовує кожен аспект культури нації, зокрема мистецтво – музику й живопис, виставки, які демонструючи культурні об'єкти, показують потенціал держави, освітні програми та програми обміну в різних сферах [2].

Володимир Шейко, генеральний директор Українського інституту – державної установи, яка представляє українську культуру у світі та формує позитивний імідж України за кордоном, – зауважує, що в Україні немає універсального визначення культурної дипломатії, і це поняття часто плутають із публічною дипломатією, стратегічними комунікаціями чи національним брендингом.

«Та ми переконані, – каже він, – що культурна дипломатія – довготривалий процес, і не має використовуватися для реалізації ситуативних політичних завдань. Для успішності культурної дипломатії України необхідний подальший її розвиток як наукової і професійної дисципліни, і ми прагнемо бути одним із рушіїв у цьому процесі».

В. Шейко наголошує, що культурна дипломатія – відносно нова практика для нинішньої України, але не нова в її історії. За його словами, важливою функцією культурної дипломатії України є створення справжніх альтернатив негативним наративам про нашу країну, що циркулюють на міжнародному рівні. Допомогти у цьому можуть різні події, що відбуваються у сфері культури в Україні, великий досвід у сфері культури та розвитку громадянського суспільства [3].

Ірина Шум, консул Генерального консульства України в Мюнхені вважає, що культурна дипломатія не лише допомагає формувати бренд країни, а є важливою складовою зовнішньої політики держави, її «третім стовпом» поряд із безпекою та економікою.

«Для мене суперсила культурної дипломатії в тому, що вона дуже дієва у боротьбі зі стереотипами. Наприклад, ми, державні службовці, можемо годинами говорити про ситуацію з правами людини в Криму після анексії півострова Росією, однак коли художниця Марія Куліковська під час *artist talk* в одному з культурних центрів Мюнхена розповідає про своє мистецтво, своє дитинство, про історію своєї родини до та після 2014 року, це зовсім інше. Це не просто про факти та цифри – це про емоцію, яка залишається надовго», – каже І. Шум.

До слова, Тижні України в Баварії – регулярний формат репрезентації України в одній із земель Південної Німеччини – було започатковано 2018 р.

2019-го у межах фестивалю вдалося провести близько 20 івентів: літературні зустрічі українських та німецьких авторів, концерти *Dakh Daughters* та «Пікардійської терції», Дні українського кіно в Мюнхені, наукові та політичні дискусії, економічний форум. Також у пам'ять про Олександра Гнилицького відкрили мурал на стіні ательє, де художник працював своє останнє творче десятиліття.

Такі заходи дуже важливі, адже місія культурної дипломатії як складової державної комунікації – не донесення політичного меседжу, а створення простору розуміння та довіри. За словами І. Шум, у цьому допомагають правдивість та чесність. «Власне, вони й відрізняють культурну дипломатію від пропаганди, – каже вона. – Ми не ретранслюємо ідеальну чи виключно позитивну картинку, але й не створюємо образ жертви. Наша мета – через культуру показати сучасну Україну такою, якою вона є».

У процесі побудови своєї стратегії культурної дипломатії Україна намагається спиратися на зразки демократичних країн, які орієнтовані на діалог із іншою культурою, мають менший вплив державних органів на формування і трансляцію змістів культурних продуктів у інших країнах і більшу взаємодію з недержавними органами та організаціями.

Важливим чинником, що впливає на стратегію культурної дипломатії, є також те, на які країни орієнтована Україна у своїх самопрезентаціях. Це країни, які здебільшого вже мають про нас і нашу культуру уявлення, сформоване раніше.

Перегляд міжнародних партнерів у проєктах, підтриманих Українським культурним фондом (далі – УКФ), показує, що це переважно країни Центральної Європи (Польща, Австрія), Західної Європи (Франція, Німеччина, Велика Британія), Америки (США, Канада). Часто співпраця спирається на вже встановлені зв'язки напрацьовані в попередні роки (Литва, Грузія, Польща).

Тетяна Філевська, креативна директорка Українського інституту пояснює, що для української аудиторії важливо транслювати, що Україна цікава світові, але

для цього потрібно працювати, аби первинний інтерес як до чогось нового перетворився на постійний інтерес як до надійного та важливого партнера.

«Завдяки культурі ми можемо створювати альтернативний наратив, навіть якщо виникає негативний інформаційний фон. Наш найбільший виклик – це сталість та системність, адже успіх культурної дипломатії досягається через довіру, яка стає можлива завдяки рокам спільної роботи», – каже вона [4].

Так, програма Українського інституту з перекладу і просування українських драм *transmission.ua* спрямована на Польщу, Німеччину й Велику Британію. Частина проєктів націлені на США та Канаду. А 2019-й рік роботи Український інститут спрямував на Австрію, провівши його під знаком двосторонніх проєктів [5].

Вольф Дітріх Гайм, який у 2010–2015 рр. був Надзвичайним і Повноважним Послом Республіки Австрія в Україні, у своєму інтерв'ю зазначив, що двосторонній рік культури мав великий успіх – у багатьох дисциплінах вдалося показати сучасну та творчу молоду Україну, яка розвивається в європейському, космополітичному напрямі та є впевненою в собі й ліберальною у найкращому розумінні.

Керівниця Департаменту з питань закордонної культурної політики Тереза Інджайн у своїх виступах неодноразово підкреслювала важливість започаткованого партнерства Українського інституту та австрійських мистецьких і культурних інституцій у сфері музики, кіно, образотворчого мистецтва, музейної справи тощо [6].

Презентуючи Україну в Австрії, Український інститут однією з центральних подій зробив «Українську ніч» – фестиваль електронної музики та візуального мистецтва. Кульмінацією вечора став відеомапінг – світлова анімована проєкція. Так сучасний вид візуального мистецтва взяв за основу мистецтво монументальної мозаїки 1960-80-х років, а деякі з тих мозаїк також були стилізацією народного мистецтва.

«Так шляхом вкладання одних сенсів у інші виникає часова тяглість, надзвичайно важлива для формування ідентичності. Тільки маючи таку тяглість, можна відповісти на питання, хто ми є і що ми можемо запропонувати світові», – каже дослідниця української культури І. Забіяка [5].

Наявність власної самобутньої сучасної культури є ознакою справжньої незалежності і передумовою нашої інтеграції – культурної, а разом із нею – політичної й економічної, – переконана Олександра Саєнко, засновниця фестивалю української культури *UStream / Ukrainische Kulturtage* (Австрія). Вона наголошує, що громадські організації, окремі громадські активісти і просто небайдужі симпатички стали великим надбанням України як партнери.

Клаудія Капсамер, директорка PR-агенції *kapsamerPR*, також високо оцінила результати року. Особливо її вразили виставка *Between Fire&Fire* в Депо Земпер (*Semperdepot*) та вище згаданий фестиваль у Музейному кварталі (*Museumsquartier*).

За її словами, австрійські ЗМІ, які доволі стримано сприйняли інформацію про оголошений рік та програму Українського інституту, з часом зацікавилися, і як

результат відбулося кілька репортажів на *ORF* – головному телебаченні країни – і цілий тиждень, присвячений Україні, на одній з головних радіостанцій класичної музики *Radio Klassik* тощо [6].

«Для мене важливо, що іноземні медіа пишуть про Україну. Це конкретний інструмент впливу на аудиторію. Те, що називається формуванням позитивного іміджу України за кордоном, – каже міністр закордонних справ Дмитро Кулеба. – Ми ще не сформували єдиний глобальний бренд країни. Такий бренд не виникає сам по собі. Він є результатом цілеспрямованої роботи. А ось локальне сприйняття виникає саме собою, під час взаємодії з країною. І тому ми маємо локальне сприйняття України в Словаччині – одне, у Польщі – інше» [7].

Важливо зазначити, що якісні опитування експертного середовища, моніторинг та аналітика ЗМІ щодо сприйняття України середньостатистичними іноземцями є одним із системних рішень для роботи з місцевими контекстами.

Серед уже завершених – дослідження європейських ЗМІ щодо того, як європейські медіа висвітлюють роль України у важливих історичних подіях – наприклад, Другій світовій війні чи дисидентських рухах у Східній Європі, яке проводили Український інститут і компанія *One Philosophy*.

За словами Генерального директора Українського інституту В. Шейка, згодом таке дослідження має трансформуватися в дослідження шкільних підручників із історії. «Це буде великий зріз того, як формуються уявлення європейців про Україну – спочатку в школі, а потім через засоби масової інформації. Це також дасть чітку картинку для наших дипломатів, куди вони можуть докласти свої зусилля, якщо десь інформація про роль України подається хибно або з упередженням», – каже він [8].

У травні 2021 дослідницька компанія *InMind* підготувала для Українського інституту аналітичний звіт «Сприйняття України за кордоном».

Тематично дослідження, основним методом якого були глибинні експертні інтерв'ю, було спрямоване на фахову мистецьку та освітню аудиторію, громадянське суспільство.

Загалом у кожній країні провели 21 інтерв'ю з індивідуальними й інституційними ключовими агентами, представниками владних інституцій, дипломатичного корпусу, міжнародних інституцій, українського фахового середовища за кордоном та діаспори.

Так, на думку експертів, у Франції ставлення до України серед широкого загалу тяжіє до нейтрального або навіть байдужого, адже пересічні громадяни мало стикаються зі згадками про Україну. Більшість респондентів вважає, що широкий загал сприймає Україну через призму східних слов'ян, у нерозривній зв'язці з Росією. Серед секторів, які викликають інтерес, – українська культура, утвердження миру на Сході та місце України між ЄС і Росією. Водночас у Франції сучасна українська культура оцінюється загалом як маловпізнавана.

В Угорщині пересічні люди, на думку експертів, обізнані щодо України вкрай мало, тому ставлення більшості є нейтральним.

А от у респондентів із Польщі Україна викликає позитивні, яскраво-емоційні та нерідко історично-географічні асоціації. Загальне сприйняття України та українців усе помітніше формують численні мігранти, однак ставлення до країни залишається «неоднорідним».

Загалом польські агенти характеризують українську культуру як потрібну та потенційно цікаву, але справжнього сформованого попиту на українську культуру в Польщі немає. Обмеженість знань про українську культуру в Польщі експерти пояснюють браком інформації про її минуле і сучасність або укоріненість стереотипів про фольклор як головну ознаку української культури.

Щодо Німеччини, то тут асоціативний ряд респондентів має здебільшого позитивне забарвлення, однак відчутно бракує конкретики в асоціаціях. Згідно з дослідженням, пересічні німці тяжіють до нейтральних або стриманих позитивних оцінок. Експерти пояснюють це сильною зосередженістю на власному порядку денному. За їхньою оцінкою, українська культура у Німеччині присутня, але вона – нішева, для фахівців, для обмеженого кола тих, хто цікавиться нею, і для діаспори.

Дослідники зазначають, що негативні асоціації з Україною у більшості респондентів пов'язані з корупцією, бюрократизацією, а головними викликами для просування культури названі недостатнє фінансування з української сторони, негнучкість інституцій та мовний бар'єр. Вони рекомендують активно просувати культуру України, концентруватися на сучасному образі України та акцентувати на її місці у світовому контексті [9].

Також варто враховувати не лише те, як суспільство сприймає нас в іншій країні, але і якими є правові особливості в цій країні, – пояснює міністр МЗС України Д. Кулеба. Він вважає, що для того, щоб продавати бренд країни назовні, його треба спершу вибудувати.

«До побудови бренду треба підходити суто технологічно. Жодних філософських міркувань. Це все шлях в нікуди. Бренд – це технологія, а не суть. Україна так і не побудувала бренд, зокрема, через те, що занадто багато інтелектуалів включали в цю гру, замість того, щоб виконати цю технологічну задачу, це все заходило в історико-філософський дискурс», – зазначає він, пропонуючи натомість створити технологічний бренд, визначити коло учасників процесу, розробити стратегію впровадження бренду й забезпечити цю стратегію грошима [7].

Наталія Попович, співзасновниця Українського кризового медіацентру, засновниця *OnePhilosophy*, переконана, що у світі публічної дипломатії успішними є ті країни, які співтворюють із іншими, комунікують і захищають певні цінності. «Будь-яка стратегічна робота мусить бути спланована на базі досліджень. Різні інтерпретації минулого, як правило, призводять до того, що спільного майбутнього не бачать або це бачення ускладнене, тож ускладненим є і продукування спільних

ідей, які об'єднують. Якщо Україна хоче відігравати потужнішу роль у майбутньому Європи, то перед тим, як намагатися налагодити діалоги і мости, важливо спершу зрозуміти, де ми є», – каже вона [12].

«Є універсальні теми, зрозумілі людям у різних країнах світу: боротьба за свободу та гідність, мир і війна, пошук себе на рівні особистості чи навіть цілої нації... З їхньою допомогою можна говорити про Україну як державу, водночас виняткову та близьку із загальносвітовим суспільно-політичним контекстом», – зауважує Юлія Федів, яка кілька років була виконавчою директоркою Українського культурного фонду. Вона переконана, що сила культурної дипломатії – в унікальності мови мистецтва, яка вражає, змушує рефлексувати.

За словами менеджерки, культурна дипломатія – це широке поняття, комплексна робота, яка виходить за межі традиційного смакування короваем іноземними делегаціями. Проекти міжнародної співпраці, які підтримує УКФ, точкові мистецькі інтервенції, які здійснює Український інститут, програма перекладів вітчизняної літератури Українського інституту книги – кроки, що працюють на імідж країни, поширення інформації про її культуру, уникаючи застарілих стереотипів.

На думку Ю. Федів, головна проблема культурної дипломатії України полягає у відсутності повноцінної, ґрунтовної стратегії гуманітарного розвитку. Крім того, уряду необхідно доводити важливість існування та функціонування культурних інституцій, які б могли її реалізовувати. Поступ у цій сфері можливий лише за умови розуміння на вищому рівні керівництва держави необхідності культурної дипломатії як складової творення іміджу України.

Тетяна Філевська, креативна директорка Українського інституту, зазначає, що для неї сила культурної дипломатії полягає у зміні сприйняття та ставлення на персональному рівні.

«Якщо вже ви полюбили іспанського письменника, французького художника чи німецьку філософію, то це не зміниться з виборами у жодній з цих країн. І це точно зробить ваше ставлення до тієї культури та країни позитивним, нехай навіть у її історії будуть страшні сторінки, як, наприклад, у Німеччини», – каже вона і додає, що Український інститут працює, аби посилити суб'єктність як назовні, так і всередині країни засобами культурної дипломатії [4].

Власне «суб'єктність» тут – ключове слово, адже йдеться про культурну, політичну, інтелектуальну, економічну незалежність і самосвідомість України. Саме тому місією Інституту є зміцнення міжнародної суб'єктності України через розвиток культурних відносин з іншими країнами [3].

Однією з надважливих подій, яка повністю сприяє реалізації цієї місії, став проєкт «Світовий тріумф “Щедрика” – 100 років культурної дипломатії України», реалізований у межах дослідження «Джерелознавчі студії з історії культурної дипломатії України». На підставі опрацювання архівних документів фонду Української Республіканської Капели №3965 Центрального державного архіву вищих органів

влади і управління України було укладено ресурсну базу даних для відзначення у 2019 р. 100-річчя культурної дипломатії України.

За підтримки УКФ у межах проекту було здійснено вибірку репрезентативних документів із історії світового турне Української Республіканської Капели 1919–1924 рр. як інструменту політики культурної дипломатії Уряду Директорії УНР.

Тіна Пересунько, авторка й кураторка проекту, наукова співробітниця Українського центру культурних досліджень при Міністерстві культури та інформаційної політики України, зазначає, що сам термін «культурна дипломатія» в українському інформаційному науковому просторі функціонує вже понад десять років, але вона хотіла розкрити поняття історичних студій в галузі української культурної дипломатії, тобто історичний контекст культурної дипломатії України.

«Для мене важливим було привнести знання про те, що не лише Франція має історію та національні традиції в галузі культурної дипломатії, до яких ми апелюємо – мережі Французьких інститутів у світі, французькі урядові програми в галузі культурної дипломатії; або Польща – Інститут Адама Міцкевича; Велика Британія – діяльність Британських рад за кордоном; чи Німеччина – Гете-Інститути. Нашим дослідженням ми доносимо розуміння того, що Україна також має свої національні, інституційні, державні традиції в галузі культурної дипломатії», – каже вона.

Книжка «Світовий тріумф “Щедрика” – 100 років культурної дипломатії України» сформована на основі подорожей хорової капели країнами світу та реакції на неї – як через капелу люди пізнавали українську культуру, про яку, можливо, раніше нічого не чули. Такий підхід – приклад того, що культура може бути візитівкою певної країни.

Ще один проєкт за участю Т. Пересунько – «Джерелознавчі студії з історії культурної дипломатії України», підтриманий Українським центром культурних досліджень, – покликаний мовою історичних архівних документів засвідчити предмет історії культурної дипломатії України, і тим поступово викристалізувати теоретичну модель культурної дипломатії, яка притаманна саме для України [10].

Перекладачка й дослідниця Ірина Забіяка зазначає, що багато проєктів, підтриманих і реалізованих за останні кілька років інституціями, що представляють в Україні культурну дипломатію, спрямовані на пошук певних точок опертя: що ми хотіли би презентувати за кордон? якими себе бачимо? що вважаємо важливим, говорячи про себе?

На її думку, є кілька періодів і напрямів мистецтва, які сучасна українська культурна дипломатія пропонує як ідентифікатори українськості для себе і світу. Хронологічно це – сучасний арт, мистецтво 60-80-х і 20-тих років, давнє мистецтво і фольклор.

Так, проєктом, який спирається на сучасну українську поезію та мистецтво, є проєкт «розділові», підтриманий УКФ у 2019 р.. Його сучасність полягає не лише у змісті, а й за формою – він інтерактивний, частково віртуальний та мультидисцип-

лінарний. Безумовно, важливо також, що проєкт існує вже декілька років, розвивається і змінюється. Не менш важливими є іншомовні версії проєкту, що спрямовують його до Німеччини, Італії, Чехії, Польщі, Франції та англomовного світу.

На сучасну літературу і живу присутність автора та тексту орієнтується проєкт «Місяць авторських читань», що походить із Чехії, але вже п'ять сезонів відбувається і у Львові.

Схожу мету переслідувала й виставка, що відбулася за підтримки УКФ у Довженко-Центрі – «ВУФКУ. *Lost & Found*». Хоча безпосередньо виставка не була задумана як міжнародний проєкт, її матеріали та дослідження, а також нові проєкти на її основі можуть бути використані для презентації українського кіномистецтва 1920-х років на міжнародній сцені.

Ось як І. Забіяка відгукується про проєкт «Міжнародний форум бандуристів із нагоди 100-річчя Київської капели бандуристів»: «Така тяглість і повага до знакових явищ давньої і просто минулої культури надзвичайно важливі для сучасної України та її презентації у світі – ми не тільки є зараз, ми були і творили вже давно».

З іншого боку, – наголошує дослідниця, – українська культура революційна, змінна, здатна до радикального оновлення і навіть заперечення. Тут прикладом може бути міжнародний культурно-просвітницький проєкт «Перманентна революція. Сучасне мистецтво України», центральною частиною якого є однойменна книга Аліси Ложкіної про українське візуальне мистецтво з часів модернізму до нашого часу. Воно осмислюється зокрема і в контексті постійної зміни, постійного руху, що супроводжує розвиток українського мистецтва і – відповідно – можливості його іноземної презентації.

«Оця полярність і двоспрямованість дуже добре, як на мене, описує сучасний стан української культури, ширше – українську культурну ідентичність. І можливо, є сенс їх артикулювати сучасному глобалізованому світу», – каже І. Забіяка.

Мета проєктів, спрямованих на розвиток культурної дипломатії, – демонструвати те, що відбувається в українській культурі просто зараз, порівнювати з тим, що відбувається у світі, спілкуватися, засновувати нові можливості для комунікації. Підтримуючи такі проєкти, українська держава вкладається в імідж сучасної країни, яка має, що запропонувати світові [5].

Окрім суто мистецьких і культурних проєктів, великий пласт культурної дипломатії складає мода. Хустки, сукні, вишиті полотна – усе це переосмислюється українськими майстрами та модельєрами, щоб, зберігаючи давні традиції, створювати щось нове. Так у нових проєктах поєднуються минуле і майбутнє, соціальна складова і бізнес.

Метою нового спільного спецпроєкту компанії «Кока-Кола» та «Українська Правда. Життя» є дослідження того, як українське стає брандом, а українська мода на межі сучасності й традицій працює як культурна дипломатія.

Одна з учасниць проєкту – Ольга Нарбут, засновниця онлайн-школи української вишивки *Prekrasa Studio*. На сайті майстрині можна придбати майстер-класи

з традиційних технік української вишивки у форматі відео та текстових лекцій, а також окремо – схеми вишивок.

«Я відчула неймовірний потяг до вишивання... Потім потрапила на курси вишивки в музеї Івана Гончара. Мала щастя працювати з фондами музею, бачити старовинні речі минулого і позаминулого століття – і це перевернуло мій світ, я була наскільки вражена, мені хотілося ділитися своїми відкриттями з усіма», – каже О. Нарбут.

2020 р. *Prekrasa Studio* отримала грант від проєкту «Я зможу!», на кошти з якого О. Нарбут зняла відео вишивальниць зі Львова, Києва та Вінниці. Далі у планах майстрині – об'єднати вишивки різних країн на одній платформі й зберегти вишивальні традиції світу. Вона зазначає: «Я впевнена, що українську вишивку ми зможемо зберегти лише в контексті світового надбання, і дуже би хотіла, щоб на нашому сайті можна було побачити й полтавську мережку, і хардангер (нідерландська техніка вишивки) – щоб розуміти цінність того, що маємо».

Поєднання українських традицій із сучасністю – новий тренд, який розвивається завдяки синергії та бажанню зберегти традиційне надбання.

О. Нарбут наголошує, що важливо зберегти традицію й відродити старовинні техніки, наприклад таку техніку, як вишивки «житом», бо вишивка живе й розвивається. «Хочу щоб вона органічно лягла в сучасну культуру, адже вишивка – це дословесна правда, яку люди хочуть зберегти», – говорить майстриня.

Разом із брендом *Zerno* О. Нарбут випустила лімітовану колекцію суконь із елементами старовинної вишивки.

Засновниця бренду Христина Патик зауважує, що *Zerno* займається збиранням українськості й формуванням традиції в сучасному світі. «Усі речі, які виробляє *Zerno*, є сучасними, в них немає шароварщини», – каже підприємця.

Zerno – це не тільки магазин українського одягу, а й просвітницька платформа, на базі якої проводять лекції, майстер-класи про українські традиції, традиційні техніки вишиття чи вибійки, запрошують експертів, зокрема етнологів. Також бренд *Zerno* є ініціатором проєкту «Дякую за мову», який спрямований на просування української культури в світі.

«У нас дуже багато клієнтів з-за кордону, але це переважно українці, які цікавляться культурою і тим, що відбувається в країні. Їм дуже подобається те, що ми – це не просто сукні, але й інформаційна підтримка української культури», – ділиться Х. Патик.

Завдяки гранту від проєкту «Я зможу!» компанія *Zerno* змогли розробити корпоративний стиль та перекласти сайт англійською, що зробило вихід українського бренду на міжнародну арену ще більше реальним.

Але мода буває різною. Вона навіть може бути терапією та соціальним проєктом.

Це доводить «*Lady Di Atelier*» – проєкт Ярини Янчак та Ірини Ляховенко – онлайн-магазин хустин із принтом, створеним дітьми із синдромом Дауна.

На своїй платформі Я. Янчак та І. Ляховенко створили «Сонячну майстерню», де займаються з «сонячними дітьми» – діти малюють картини, які майстрині потім переносяться на хустини.

«Головна мета для мене – робити фешн із якоюсь метою. Щоб показати тему інклюзії із гордістю. Щоб нас не разово підтримували, а щоб створити бренд, який люблять. Плюс це відповідальність перед брендом *Made in Ukraine*, щоб показати його достойно», – пояснює Я. Янчак.

Вироби українських майстрів уміло розповідають про сонячне мистецтво, про інклюзію й український якісний продукт, який має душу, історію і завжди буде патріотично говорити про Україну в усіх куточках планети [11].

Глобалізація, розвиток сучасних комунікаційних технологій здійснили вплив і на традиційне представлення культури й мистецтва, і на традиційні підходи до культурної дипломатії, та зумовили формування транснаціональних зв'язків на основі використання сучасних медіа.

Так, інноваційним інструментом розвитку дипломатії стають і соціальні мережі. Дослідники та вчені підкреслюють, що соціальні мережі та інші медіатехнології надають безліч можливостей для просування культурних досягнень через цифрові дипломатичні канали, сприяють міжкультурним обмінам, дозволяють впливати на широке коло учасників мережевого простору.

В епоху соціальних мереж відбувається розвиток цифрової культурної дипломатії у напрямі поширення через сучасні медіа видавничих проєктів, культурних програм обміну, встановлення взаєморозуміння між державами шляхом організації мистецьких фестивалів, концертів, гастролей; інформування про практику стипендій і грантів в соціокультурній сфері; формування позитивного іміджу та репутації країни на міждержавному рівні.

Нові медіа пропонують доступні платформи для інтерактивного міжкультурного діалогу, дозволяють розширювати знання про культурні продукти; використовувати свій культурний потенціал на світовій арені.

Важливу роль у розвитку культурної дипломатії відіграє комплекс спільних дій державного, приватного й суспільного секторів. Роль дипломатів і чиновників тісно переплітається з недержавними, громадськими та іншими соціокультурними установами.

Одне з провідних місць недержавних організацій в культурній дипломатії вважається тим, що така модель взаємодії із суспільством іншої країни є ефективнішою. Серед таких інституцій можна назвати Гете інститут, головною метою якого є налагодження тісних культурних контактів з країною перебування через організацію мовних курсів; Український інститут у Швеції, діяльність якого спрямована на ознайомлення шведської спільноти з українською мовою, кінематографом та мистецтвом тощо.

В умовах цифрового простору діяльність різних інституцій культурної дипломатії доповнюється представленням у соціальних мережах. Вони все активніше

використовують технології *Web 2.0* для просування своїх культурних ініціатив, зокрема блогосферу, фейсбук, твіттер, ютуб.

Також слід звернути увагу на платформу *Global Ukraine*, створену для об'єднання українців із усього світу з метою просування та лобіювання українських інтересів у новому глобальному світі, розвитку співробітництва, сприяння реалізації соціальних проєктів.

Цей проєкт привертає увагу іноземних громадян до культурних ініціатив, літературних та театральних подій, кіно і радіо, що забезпечує найширшу комунікацію з населенням за кордоном і створює підґрунтя для зміни парадигми культурної дипломатії, яка виходить на інший рівень.

Водночас важливо зауважити, що глобалізація та інтернетизація зумовлюють й проблеми спотворення інформації, уявлень про інші культури.

У сучасному медійному просторі існує безліч інструментів для негативного впливу на користувачів: маніпулювання, пробудження культурних фобій, культурного сепаратизму.

У протидії таким процесам особлива роль належить музеям та бібліотекам. Ці соціокультурні установи створюють комунікаційний простір для міжкультурного діалогу через поширення своїх ресурсів у мережевому просторі, створення умов для інтерактивної взаємодії з його учасниками.

Зміна моделі «музей-храм» на модель «музей-форум» на основі збільшення привабливості через використання сучасних медіа передбачає нове розуміння місця музею в культурній дипломатії. Так музей може виконувати роль дипломатичного посередника, а культурна дипломатія набуває нового змісту.

Українська дослідниця О. Сенченко звертає увагу на «м'яку силу» книги як духовного, мистецького, інтелектуального продукту та доводить її значення у протидії деструктивним тенденціям у сучасному світі [1].

Співзасновниця та координаторка медіапроєкту «Читомо», що висвітлює події на видавничому ринку України, Ірина Батуревич, яка також є керівницею аналітичного відділу Українського інституту книги, наголошує, що однією з цілей діяльності Інституту є відкриття України світові через книжки, «іншими словами – побудувати мости й обмежити стереотипи, що відповідає всім визначенням культурної дипломатії».

Щодо видань про Україну, то їхня кількість зростає, однак це й досі слабінка України, – каже І. Батуревич і додає: «Робота над цією проблемою – один із наших пріоритетів, але ми потребуємо підтримки партнерів за кордоном. Ми підтримуємо зв'язок із професійною аудиторією через *Publishing Perspectives* або *Publisher's Weekly*, але зараз ще важливішими є ЗМІ для ширшої аудиторії, як-от видання *El Pais* (Іспанія), з яким нам вдалося налагодити співпрацю» [3].

У зв'язку з тим, що бібліотеки активно представляють свої продукти та послуги в мережевому просторі, організують доступ до інформації та знань, які є достовірними, розширюють бібліотечний сервіс та підвищують його ефективності,

вони сприяють зниженню негативних проявів у цифровому просторі. Тобто, бібліотеки мають великий потенціал й для формування позитивного іміджу країни за кордоном.

Таким чином медіатизація культурної дипломатії сприяє залученню ширшого кола структур до лобювання українських інтересів у новому глобальному світі, дозволяє на більш системній основі забезпечувати комунікацію з населенням різних країн через одночасне включення декількох напрямів [1].

Культурна дипломатія стає дедалі важливішим інструментом презентації країн на міжнародній арені засобами культури й через міжкультурні зв'язки. Проте пандемія коронавірусу, яка стала викликом для усього світу, примушує змінювати акценти й шукати нових підходів.

«Культурна дипломатія в часи криз, загроз та невизначеності» – таким був фокус першого Міжнародного форуму культурної дипломатії, організованого Українським інститутом у співпраці з Міністерством закордонних справ України. Форум відбувся 10 листопада 2020 р. і зібрав провідних фахівців із України, Великої Британії, Австрії, США, Литви, Чехії, Бельгії та Туреччини.

Фейсбук-трансляція охопила 72000 користувачів, а щоб отримати додаткові матеріали за підсумками форуму на подію зареєструвалися понад 900 осіб, що свідчить про суттєве розширення поля культурної дипломатії як дисципліни й практики.

«У часи кризи люди повертаються до основних потреб виживання. Стабільність порушена у всіх системах: економічній, політичній, екологічній, медичній тощо, – пояснює Меліх Барут з Інституту Юнуса Емре (Анкара), директор *GDPNet (Global Public Diplomacy Network)*. – Тож якщо ви займаєтесь культурною дипломатією, то маєте на це зважати».

Експерти зазначають, що коли людина стикається з кризою, починає підсвідомо опиратися їй – у такій ситуації важливість культури й мистецтва одразу розкриваються.

«Культурна дипломатія є невід'ємною частиною матеріальної і духовної основи світу, тож і вона під впливом кризи зміниться. В умовах обмежень ми змушені шукати нових рішень, проте саме так з'являються креативні практики. Уроком коронакризи стало те, що ми можемо змінювати форму і зміст культурної дипломатії. Коли ми переживаємо кризу, то стаємо більш стійкими та гнучкими», – зауважує Ондржей Черни, Генеральний директор Чеських центрів (Прага).

Директор Австрійського культурного форуму в Києві Ульф Хаусбрандт наголошує, що для того, щоб «залишатися на зв'язку» в ситуації пандемії, потрібно не лише створювати контент, а саме спілкуватися, відчувати самих себе і свою аудиторію.

«Ми опинилися перед екзистенційним вибором: продукувати більше цифрового контенту й витримувати шалену конкуренцію за увагу аудиторії або ефективно

використати наші обмежені ресурси і сфокусуватися на форматах, які системно вирішуватимуть задачі культурної дипломатії як під час пандемії, так і тривалий час після неї. Таким чином, гостра ковідна криза допомогла нам почати вирішувати системні проблеми культурної дипломатії України», – резюмував В. Шейко, Генеральний директор Українського інституту.

Учасники Форуму обговорювали важливість існування простору для взаємодії культурних організацій у Європі й світі, взаємодії митців для створення спільних культурних продуктів, питання безпеки й сприйняття України у світі.

Олександр Литвиненко, директор Національного інституту стратегічних досліджень, професор, який також брав участь у форумі, наголошує, що «питання культурної ідентичності ширше, ніж питання танків». «Культура формує середовище, в якому ми всі функціонуємо. Культура показує, якою є основа нашої ідентичності і в чому наша привабливість для світу, – каже він. – Розглядаймо питання культурної дипломатії ширше, ніж суто як інструмент національної безпеки. Вона, безумовно, захищатиме національні інтереси, проте говоримо не лише про захист, а й про просування, культурну експансію» [12].

Саме на цих аспектах зосередилися учасники онлайн-дискусії «Чи є місце для культури? Виклики новонародженої української культурної дипломатії сьогодні» (*Is There Room for Culture? Challenges of Ukraine's Nascent Cultural Diplomacy Today*), яка відбулася 11 червня 2020 р., і яку організували кілька закордонних та українських культурних інституцій.

Учасники також обговорювали питання важливості культури та культурної дипломатії для України в умовах економічного спаду та неоголошеної війни з РФ; дискутували, чи варто продовжувати інвестиції в активне формування іміджу країни за кордоном, використовуючи культуру та науку тощо.

Співзасновниця «Читомо» І. Батуревич зазначила, що на сьогодні Україна не має ні помітної експертної думки, ні наукової фактологічної бази проти російської пропаганди, що десятиліттями активно фінансується російською владою. Чільною проблемою, на думку культурної менеджерки, є брак перекладачів із української за кордоном та інших посередників, що можуть об'єднати наші ринки. Окрім того, досі обмаль студентів, що обирають українські студії та спрямовують свої знання на дослідження й стають посередниками між Україною й світом. Проте Український інститут книги працює над цією проблемою.

За спостереженнями І. Батуревич, до початку війни роль культури в урядових заявах переважно прирівнювалася до розвитку туризму. «Ми та інші інституції працюємо над тим, щоби змінити це ставлення. Звісно, це має бути зрозуміло й визначено, отож на сьогодні завдання полягає в тому, щоби створити нові параметри для доведення культурного впливу», – зазначила вона.

Важливо зазначити, що програма *Translate Ukraine*, започаткована УІК, за свідчила справжній розмах українських літературних зв'язків. На розгляд експертів

надійшло близько 80 заявок. У підсумку УІК підтримав 57 книжок з 25 країн (зокрема США, Великої Британії, Німеччини, Польщі тощо). Швидка реакція іноземних партнерів була можливою не тільки завдяки роботі команди УІК, а й завдяки роботі скаутів та партнерів, що забезпечували інформування видавців і культурних інституцій про українські книжки та можливості.

Ще однією учасницею дискусії стала Маріна Пезенті, яка має досвід у сфері медіа й комунікацій, розвитку організацій і культурних відносин, і впродовж п'яти років очолює Український інститут у Лондоні – британську благодійну організацію, у межах якої реалізовано багато проєктів у сфері публічної та культурної дипломатії, спрямованих на питання України в Об'єднаному Королівстві.

«Упродовж останніх кількох років я спостерігала великий ентузіазм, з яким діаспорні організації як можуть підтримують заходи в галузі культурної дипломатії після нападу Росії на Україну. Варто зазначити: те, що відбувається зараз в Україні, є історичним зрушенням. Україна, без сумніву, переживає важливу віху, адже має тепер власні культурні установи, що просувають культурну дипломатію за кордоном. Це дуже важливо, бо мова йде про фахові організації, які мають власну стратегію, послідовну політику, політику комунікацій. Вони звертаються до відповідних аудиторій. Отож, виробляють абсолютно інший підхід», – зазначила вона.

Джесика Зичович, дослідниця за програмою студій сучасної України при Канадському інституті українських студій, розглядає поняття культурної дипломатії під іншим кутом зору. Як науковиця вона порадила В. Шейку звернути увагу на «сіру зону» кураторства й критики, що дасть великий потенціал для програмування ідей у сфері культурної дипломатії. Також, на її думку, було би корисно забезпечити ефективне стимулювання для взаємодії між творчими індустріями, мистецькими ринками й ринками колекціонерів та музеями, сферами закупівель і постачання. Таким чином науковці, що приходять у галузь культурної дипломатії, зможуть працювати як посередники й отримувати власний потенціал для дискусійних платформ, заходів, конференцій, інтегруючи професійні пріоритети [3].

До слова, робота в культурній дипломатії вимагає поєднання дуже специфічного набору компетенцій, з одного боку, навичок культурного менеджменту і комунікацій, експертизи в одній чи кількох сферах культури, а з іншого – розуміння принципів і механізмів дипломатичної служби та специфіки роботи в державній установі (бюджетне законодавство, авторське право, закупівлі, діловодство) [8].

Кураторка Дж. Зичович зауважує: «Київ – глобалізоване місто, куди приїжджає чимало іноземних дослідників щоліта, ба навіть протягом усього року. Варто відкрити більше просторів для ведення діалогів, зокрема мистецьких просторів. У центрі Едмонтону, неподалік від мого помешкання, працює щонайменше п'ять просторів. І це чудово, адже дає змогу митцям надсилати потрібні меседжі у їхній роботі, працювати з кураторами, виробляти підхід із залученням широкої аудиторії. Таким чином, культура і мистецтво стають доступними як у місцевому просторі, так і на міжнародному рівні» [3].

Допомагають доносити потрібні меседжі й книжки, що стосуються культурної дипломатії. Так, 26 квітня 2021 року в приміщенні дирекції «Медіацентр» через онлайн-платформу *Zoom* із прямою трансляцією на офіційному ютуб-каналі *GDIP Media Center* було презентовано навчальний посібник «Культурна дипломатія», виданий коштом Представництва Фонду Ганса Зайделя в Україні, за загальною редакцією Ірини Матяш і Віктора Матвієнка.

У посібнику докладно висвітлено поняття культурної дипломатії як інструмента м'якої сили, її мету, засоби, основні теоретичні та практичні аспекти, зокрема в історичному контексті, роботу інститутів культурної дипломатії сучасної України, діяльність за цим напрямом українських дипломатичних установ за кордоном.

У презентації взяли участь представники українського МЗС, дипломатичних установ, міжнародних організацій, експерти з України, Польщі, Грузії та Республіки Молдова, студенти й викладачі університетів України та інших країн [13].

А у березні 2021 р. у «Вікіпедії» під гаслом «*UkraineEverywhere*» Український Інститут разом із Міністерством закордонних справ та ГО «Вікімедіа Україна» ініціювали тривалу інформаційну кампанію «Місяць культурної дипломатії України». Мета проєкту – покращити статті про Україну та українську культуру українською та іншими мовами [14].

Світ має знати більше про креативну, динамічну, інноваційну Україну, – переконані організатори. «Місяць культурної дипломатії України присвятили відомим українським митцям кіно, музики, літератури, архітектури, дизайну, які зробили вагомий внесок у світову культуру, і про яких ще немає статей у «Вікіпедії».

У межах кампанії авторів закликали доповнювати та створювати нові статті іноземними мовами, щоб об'єктивна інформація про Україну була доступною у різних регіонах світу. З цією ж метою Міністерство закордонних справ та Український інститут нещодавно запустили сайт ukraine.ua.

До кампанії долучилися понад 15 університетів із України, Чеської Республіки, США.

«Для мільйонів людей “Вікіпедія” є першим джерелом інформації на найрізноманітніші теми. Саме тому важливо задіяти її можливості, аби розповісти світові про українські явища, імена й події зрозумілою для читачів мовою. Цей проєкт – про внесок українців до світової культури, тож ми розраховуємо залучити до нього якомога більше однодумців», – прокоментував генеральний директор Українського інституту В. Шейко [15].

Він зауважує, що загалом узагальнених досліджень на тему міжнародного сприйняття України досі бракує; було проведено лише кілька досліджень, що обмежувалися певними галузями або сегментами. «У своїй роботі ми істотно відчуваємо брак такого орієнтиру, – каже В. Шейко. – Цього року ми організували кілька досліджень, щоб заповнити цю прогалину, але потребуємо допомоги “мозкових центрів”, експертних організацій, дослідницьких центрів, науковців, що допоможуть

нам створити орієнтири нинішньої ситуації, необхідних змін і того, як нам оцінювати результати нашої роботи. Хотілося б, щоб науковці, що здійснюють дослідження в таких сферах, замислилися про це і допомогли нам із цим. Ми відкриті до дискусій і будемо раді долучитися, наскільки зможемо».

Важливо зазначити, що Український інститут запровадив Програму підтримки українських студій ім. Лисяка-Рудницького для міжнародних наукових досліджень і культурних організацій. Це – довготривала програма, що продовжуватиме діяти в наступні роки. Для учасників це можливість отримати фінансування, проводити дослідження, організовувати заходи, публічні дискусії, переклади, публікації про Україну [3].

Культурна дипломатія як «м'яка сила» відіграє значну роль і має вплив на рішення, які ухвалюють люди, організації чи уряди. Вона визначає, чи хочуть люди відвідати ту чи іншу країну, навчатися там чи провадити економічну діяльність. Цього ефекту «м'яка сила» досягає без примусу, натомість створюючи прихильне ставлення, зокрема й усередині країни, наприклад, заохочуючи внутрішній туризм, споживання місцевих товарів та послуг замість імпортованих.

«Не менш важливо, щоб люди добре почувалися, коли думають про свою країну, – пояснює важливість культурної дипломатії Стів Томсон, директор із аналітики *Brand Finance*, керівник дослідження для *Global Soft Power Index* (Велика Британія). – Коли країна процвітає, має репутацію за кордоном, це впливає і на внутрішню аудиторію», – каже він [12].

Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба зауважує, що нині немає такого поняття як «сприйняття України в світі» – є сприйняття України в конкретних країнах, а для того, щоб гідно представляти Україну на міжнародному рівні, потрібно знайти загальнонаціональні наративи, тобто визначити, що є сучасною Україною всередині країни [7].

Культурна дипломатія потребує чіткої мети, уявлення про той образ України, який ми хочемо показувати світові. Експерти в галузі культурної дипломатії наголошують, що важливо пам'ятати про те, що образ цей ніколи не буде єдиним і монолітним (інакше нагадував би пропаганду, що не передбачає варіацій). Цей образ залежатиме винятково від країни, в якій ми себе презентуємо, і від того, що ми самі знаємо себе. Зрештою, – кажуть вони, – успішною буде культурна дипломатія тієї країни, яка знає себе – свої сильні і слабкі сторони, і знає, що з того вона хоче і може показати світові [5].

Отже, широкий спектр різноманітних заходів, присвячених створенню позитивного іміджу України за кордоном і на власних теренах, поява та зміцнення інституцій, до компетенції яких входять питання культурного експорту, вивели українську культурну дипломатію на якісно новий рівень.

Однак, за словами експертів, працювати ще є над чим.

Перше – це налагодження комунікації як між самими інституціями, так і між інституціями та посольствами, консульствами за кордоном. Важливо, щоб це відбувалося на початкових стадіях проєкту.

Друге – горизонт бюджетного планування. Для співпраці з іноземними культурними інституціями критичною є можливість планування принаймні на два-три роки вперед. Річний горизонт планування, а відтак неможливість перенесення проєкту на наступний рік не лише суттєво обмежує умови та опції його реалізації, а й часто робить неможливим партнерство з впливовими інституціями [4].

По-третє, культурна дипломатія – довгострокова справа, і на це треба зважати, не очікуючи від неї миттєвих досягнень.

Безумовно, потрібно змінювати стереотипи щодо України, які таки існують і часто зумовлені локальним контекстом, специфічними обставинами розвитку історії та культури цих країн та двосторонніх відносин з Україною і, відповідно, сприйняттям ними України. Ще одним чинником, про який не варто забувати, є пропагандистська діяльність Росії проти України – в якихось країнах вона активніша, а якись країни менш сприйнятливі до цього [8].

Важливо наголосити, що поліпшення сприйняття нашої країни за кордоном сприятиме формуванню позитивного іміджу України як європейської країни з багатою культурною спадщиною і яскравою сучасною культурою. Адже репутація країни серйозно впливає не тільки на збільшення інвестицій, але і на здатність українських компаній успішно конкурувати на глобальному ринку [16].

За словами Олександри Саєнко, засновниці фестивалю української культури *UStream / Ukrainische Kulturtage* (Австрія), сьогодні Україна переживає культурне відродження – сучасному українському мистецтву притаманні зростання творчої енергії, експерименти з формою і змістом, переосмислення національної традиції – усе це Україна прекрасно демонструє, і світу це цікаво [6].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Шемаєв О., Шемаєва Г. Медіатизація культурної дипломатії [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://dSPACE.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/10723/1/4.pdf> (дата звернення 10. 06. 2021).
2. Вовчук Л., Лабик К. Культурна дипломатія у реаліях ХХІ століття / Людмила Вовчук, Катерина Лабик // Молодий вчений. – № 4 (68). – квітень, 2019 [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2019/4/74.pdf> (дата звернення 10. 06. 2021).
3. Вийти з тіні Росії: які виклики стоять перед українською культурною дипломатією // пер. з англ.: Юлія Кузьменко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://chytomo.com/vyjty-z-tini-rosii-iaki-vyklyky-stoiat-pered-ukrainskoju-kulturnoiu-dyplomatiieiu/> (дата звернення 16. 06. 2021).

4. Семенік О. «Емоція лишається надовго»: три культурні менеджерки про soft power культурної дипломатії / Оксана Семенік [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://creativeeurope.in.ua/posts/soft-power-cultural-diplomacy> (дата звернення 07. 06. 2021).
5. Забіяка І. Культурна дипломатія: від самопізнання до самопрезентації. Про український досвід 2017-2020 років, окремі кейси і новітні інституції / Ірина Забіяка [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://uaculture.org/texts/kulturna-dyplomatiya-vid-samopiznannya-do-samoprezentacziyi/> (дата звернення 16. 06. 2021).
6. Саєнко О. Для чого Україні культурна дипломатія. Один приклад з Австрії / Саєнко Олександра [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/columns/2020/04/28/240765/> (дата звернення 12. 06. 2021).
7. Тейлор К. Навіщо нам бренд країни: інтерв'ю з міністром закордонних справ Дмитром Кулебою про культурну дипломатію / Катя Тейлор [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2020/11/25/243125/> (дата звернення 16. 06. 2021).
8. Культурна дипломатія України: яскравий старт і амбітні плани [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://ukrainiantime.org/uk/article/kulturna-dyplomatiia-ukrainy-iaskravii-start-i-ambitni-planu> (дата звернення 15. 06. 2021).
9. Сприйняття України за кордоном – як до нашої культури ставляться пересічні європейці // Укрінформ [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3252629-spriynatta-ukraini-za-kordonom-ak-do-nas-stavlatsa-peresicni-evropejci.html> (дата звернення 10. 06. 2021).
10. Єремичева Л. Тіна Пересунько: «Щедрик» до нас приходять не з культурної дипломатії Петлюри, а з голлівудських фільмів / Любов Єремичева [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?focus=schedryk-do-nas-pryhodyt-ne-z-kulturnoji-dyplomatiiji-petlyury-a-z-hollivudskyh-filmiv> (дата звернення 8. 06. 2021).
11. Мода на українське: як поєднати традиції, соціальний вплив та культурну дипломатію [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/projects/ya-zmozhu/2021/03/26/244343/> (дата звернення 31. 05. 2021).

12. Культурна дипломатія в часи невизначеності: як відбувся Міжнародний форум культурної дипломатії [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://theukrainians.org/kulturna-dyplomatiia/> (дата звернення 14. 06. 2021).
13. Презентація навчального посібника «Культурна дипломатія» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://sshdir.org.ua/prezentatsiya-navchalnogo-posibnyka-kulturna-dyplomatiya/> (дата звернення 21.06. 2021).
14. У Вікіпедії стартує «Місяць культурної дипломатії України» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3184495-u-vikipedii-startue-misac-kulturnoi-diplomatii-ukraini.html> (дата звернення 21.06. 2021).
15. Коваль А. Український Інститут разом із Міністерством закордонних справ та ГО «Вікімедіа Україна» ініціює тривалу інформаційну кампанію «Місяць культурної дипломатії України» / Андрій Коваль [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: http://www.history.univ.kiev.ua/2021/-02/12/ukraines_cultural_diplomacy_month/ (дата звернення 21.06. 2021).
16. Культурна дипломатія [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://groupdf.com/uk/vidprovidalnist/kulturna-diplomatiya/> (дата звернення 21.06. 2021).

Матеріал підготувала

М. Б. Лелик,
головний бібліограф
відділу наукового аналізу
та узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,32. Б/т. Зам. 64. Безплатно

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12