

ВОЗМОЖНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Бурдыко А. С.

магистрант кафедры культурологии Белорусского государственного университета культуры и искусств (г. Минск)

***Аннотация.** Культурная дипломатия является сферой дипломатической деятельности и связана с использованием культуры в качестве средства достижения основополагающих целей внешней политики государства, создания благоприятного образа страны, популяризации культуры и языков ее народа. Постоянный взаимный диалог национальных культур наряду с укреплением двусторонних отношений, имеет особое значение для политического, экономического и культурного сближения.*

***Summary.** Cultural diplomacy is a sphere of diplomatic activity and it is associated with the use of culture as theme of achieving the fundamental goals of the state's foreign policy, creating a positive image of the country, promotion of its culture and languages. Permanent mutual dialogue of national cultures, along with the strengthening of bilateral relations, is of particular importance for the political, economic and cultural rapprochement.*

Трудности, которые переживает Республика Беларусь на современном этапе, в том числе и в культурной области, не должны служить поводом для пессимистических настроений. Являясь на протяжении столетий пространством столкновения и пересечения различных культурных влияний и традиций, накопив при этом богатый опыт сохранения своего национального образа, Беларусь располагает всеми необходимыми условиями для создания открытого общества, способного обеспечить прогресс во всех сферах, в том числе и в культурной жизни. Изучая мировой опыт и разрабатывая свои собственные стратегии, Республика Беларусь имеет все шансы занять достойное место в Европе и мире, сохранив при этом свою национальную идентичность и самобытность. Первым сложнейшим фактором, препятствующим достижению этой цели – психологический: белорусское общество нуждается, прежде всего, в национальной консолидации, избавлении от психологии «второсортности» и навязываемой веками роли «культурной провинции», создании адекватных представлений о своей истории и культуре. Развитие культуры в стране подрывает отношение к ней самих граждан: культурная сфера на протяжении долгого времени находилась, главным образом, под руководством государства и имела, по большей степени, воспитательную и идеологическую функции. У белорусов сформировалась психология «исполнителей», а не «инициаторов» и «творцов»; отсутствует чувство ответственности за создание позитивного репрезентативного образа Республики Беларусь за рубежом. Лишь пару лет назад начала возрождаться культура меценатства.

Исходя из практики культурной дипломатии, можно выделить два вектора ее действия: в рамках государственного регулирования и народной дипломатии. Многое для улучшения имиджа Беларуси за рубежом зависит от государственного аппарата. Рассмотрим, какие практические шаги, по мнению автора, могут благотворно повлиять на развитие внешней культурной политики Республики Беларусь [2].

В качестве другого метода по улучшению внешней культурной политики можно предложить совершенствование системы негосударственного финансирования культуры. В Беларуси на сегодняшний день нет юридического термина «меценат». Главным нормативно-правовым документом в этой сфере является указ № 300

Президента «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи». По закону такую помощь может предоставлять юридическое лицо и индивидуальный предприниматель юридическому, физическому лицу или ИП. Средства разрешено передавать для определенных целей, но если их нет в перечне указа, то спонсировать можно только с согласия Президента. При предоставлении безвозмездной помощи обязательно должен быть заключен договор с указанием организации, дающей деньги, и получателя такой помощи. Также указывается сумма, цели передачи средств, виды работ или услуг, которые будут приобретены за эти деньги, форма отчета за выполненную работу. Тот, кому оказали помощь, будет обязан предоставить отчет о целевом использовании средств и уплатить подоходный налог с полученной спонсорской помощи. Кроме того, для мецената не предусмотрено никаких налоговых льгот: спонсорская помощь предоставляется с чистой прибыли. Налоговые льготы предоставляются по согласованию Президента. На данном этапе важным для Беларуси является развитие премии «Меценат культуры Беларуси», которая впервые прошла 19 января 2015 года. В качестве номинации возможно выявить лучших меценатов, поспособствовавших выезду белорусских культурных деятелей за границу для популяризации белорусской культуры за рубежом [3].

В свете развития информационных технологий важной стратегической платформой по продвижению страны за ее границами является ее официальный сайт или интернет-портал. Официальный сайт Республики Беларусь, а также ее туристический портал сегодня уступают зарубежным. Сегодня основными интернет-порталами, представляющими Беларусь иностранной аудитории являются:

- Официальный сайт Республики Беларусь – <http://www.belarus.by/>;
- Портал «Приветствует Беларусь» – <http://www.belarus21.by/>;
- сайт Национального туристического агентства Республики Беларусь – <http://belarustourism.by/>.

Данные порталы являются вполне содержательными, описывают все необходимые факты о Беларуси, содержат важную информацию для туристов. Стратегия улучшения порталов, с точки зрения автора, является в создании более современного и удобного дизайна, а также увеличение количества иностранных языков, на которые может быть переведен официальный веб-сайт. На сегодняшний день официальная интернет-страница Республики Беларусь www.belarus.by доступна лишь на 3 языках: русском, белорусском и английском, сайт Национального туристического агентства РБ – на русском, английском и немецком. Для сравнения приведем статистику сайтов других европейских государств: официальный сайт наших ближайших европейских соседей – Литовской Республики – переведен на 4 языка, Германии – на 9, Польши – на 24, Испании – 32. Белорусские культурные центры при посольствах за рубежом вообще не представлены в интернете.

Стоит отметить, что многие страны в целях продвижения своей культуры используют свой национальный язык. В свете глобализационных процессов растет интерес к национальным языкам и культурам. Беларусь может извлечь из данной конъюнктуры пользу. Уже сегодня создаются акции и проекты по популярному изучению белорусского и русского языков, которые пользуются большим спросом у иностранных студентов и гостей страны, а также у самих белорусов. Следующим стратегическим шагом могло бы стать создание современных комплексных центров по изучению белорусского и русского языков, национальной культуры.

У большинства стран с развитой внешней культурной политикой важным

фактором продвижения является фирменный графический стиль. Стоит заметить, что у белорусских культурных центров за рубежом пока нет узнаваемого графического стиля. В целях улучшения имиджа, по мнению автора, следует разработать единый фирменный стиль.

В рамках народной дипломатии лежит также немалый потенциал. Индивидуальная инициатива со стороны граждан Беларуси в последние годы успела дать положительные результаты по формированию устойчивого позитивного образа страны за рубежом. Главную роль в публичной дипломатии Беларуси играют, главным образом, общественные объединения, это обусловлено тем, что зарубежные государственные и общественные организации, особенно европейские, весьма охотно сотрудничают именно с такой формой объединений. На сегодняшний день общественные организации чаще всего находятся на полном самообеспечении, что не дает многим из них полностью укомплектовать штат и, соответственно, повысить уровень создаваемых ими международных проектов. Одним из способов улучшения данной ситуации могло бы стать введение грантовой системы, поощрение спонсорства и меценатства.

Белорусские частные культурные организации, такие, как галереи, музеи, театры, а также свободные художники и артисты зачастую преподносят международной публике новые, альтернативные веяния белорусской культуры. Гибкость малых компаний, их способность чутко реагировать на тенденции рынка дают им возможность выживать, приспособившись к переменам, а способность создавать новое – что является основой их существования – может внести значительный вклад в формирование и поддержание неповторимого имиджа страны.

Что касается системы образования, то в отрасли культуры чувствуется необходимость введения в учебные планы специального курса по имиджелогии, также важно ввести его в курс по повышению квалификации руководителей учреждений и организаций культуры, лиц, включенных в кадровый резерв [1].

Таким образом, перед Республикой Беларусь стоит цель создать и упрочить свой имидж как молодого государства с богатым историческим, культурным наследием, развивающейся динамичной экономикой. Такая цель требует анализа всего позитивного, что представляет сегодня бренд Беларуси, путей продвижения ее положительного имиджа, изучения и использования признанных во всем мире технологий брендмаркетинга и брендинга. Ключевым в продвижении является адекватное и единое представление о своей культуре ее носителями: разногласия по поводу культурно-исторического прошлого полностью рушат фундамент развития Беларуси в будущем. Республика Беларусь делает практические шаги по расширению своего культурного присутствия в мире: открывает центры белорусской культуры за рубежом, белорусские художественные коллективы, исполнители гастролируют и участвуют в международных конкурсах, экспонируются работы белорусских художников и скульпторов и т.п. Долгая практика подчинения культуры государственным идеологическим интересам и ее тотальный контроль привели к проблемам вывода культуры на международный коммерческий уровень: кадры в сфере культуры не всегда обладают необходимыми знаниями и навыками для создания культурного продукта, зачастую обладают низким уровнем владения иностранными языками, современными информационными технологиями и т.д. Важным стратегическим шагом для республики стало начало возрождения культуры меценатства, которое выводит культуру из сферы госконтроля и госзаказа; благодаря негосударственному финансированию культуры, в Беларуси создается почва для

инновационных проектов, способных создать новый имидж страны за рубежом. Потенциальной стратегией по улучшению узнаваемости белорусского культурного бренда является централизация управления международными культурными центрами и организациями, создание для них единого фирменного стиля. Кроме того, необходимо усовершенствовать интернет-ресурсы, предоставляющие актуальную информацию о Беларуси зарубежной аудитории.

1. Голубева, И. Г. Формирование позитивного культурного имиджа страны как управленческая задача / И. Г. Голубева // Культура ва ўмовах глабалізацыі : матэр. навук. канф. (г. Мінск, 25-26 ліст. 2009 г.) / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2010. – С. 255–259.

2. Шишкин, Д. П. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства / Д. П. Шишкин, Н. Н. Журавлева // Имидж государства / региона : современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации : сб. науч. трудов. Вып. 3 / отв. ред. Д. П. Гавра. – СПб. : Роза мира, 2009. – 264 с.

3. Шмагин, Е. А. Культура и дипломатия / Е. А. Шмагин // Международная жизнь. – 2002. – № 3. – С. 34–37.

4. Snow, N. Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the Age of Persuasion // Routledge Handbook of Public Diplomacy. – Ed. by N. Snow, Ph. M. Taylor – New York, London, 2009. – 267 p.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И АВТОРСКИХ ПРОЕКТОВ ХУДОЖНИКОВ БРЕСТА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ ГОРОДА

Веремейчук Д. И.

магистр искусствоведения,

концертмейстер Брестского государственного колледжа имени Г. Ширмы

Аннотация. В статье характеризуются основные направления развития современной выставочной деятельности Бреста, отмечается актуальность авторских художественных проектов, связанных с историей и архитектурным обликом города, подчеркивается значимость экспонирования картин известных в мире художников, уроженцев Брестчины, на их малой родине, определяется роль международных и республиканских конкурсов в популяризации художественной культуры города.

Summary. The article characterizes the main directions of development modern exhibition activity of Brest. Relevance of the author's art projects connected with history and architectural appearance of the city is noted. The article emphasizes the importance of exhibiting of famous in the world artists, natives of the Brest region, in their hometown. The role of the international and republican competitions in polarization of art culture of the city is defined.

Современная выставочная деятельность и авторские проекты ведущих брестских художников, связанные с актуальными для города Бреста темами, играют важнейшую роль в развитии культурной жизни города. Выставочная деятельность города Бреста очень разноплановая: наряду с картинами признанных мастеров в галереях экспонируются лучшие работы молодых перспективных брестских художников, отличающиеся стилистическим разнообразием.

Так, ярким событием 2015 г. стала выставка работ брестского художника