

WORLD CULTURE AND INTERNATIONAL CULTURAL RELATIONS

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-374-3-3>

ACTIVITIES OF NATIONAL CULTURAL CENTERS AS A LEADING DIRECTION OF INTERCULTURAL INTERACTION

ДІЯЛЬНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ КУЛЬТУРНИХ ЦЕНТРІВ ЯК ПРОВІДНИЙ НАПРЯМ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Zhyhailo M. O.

*PhD in Cultural Studies,
Vice-Rector for Scientific-Pedagogical
and Career Guidance Work*

Жигайло М. О.

*кандидат педагогічних наук,
проректор з науково-педагогічної
та професійної роботи*

Bilyk O. M.

*Doctor of Pedagogical Sciences,
Vice-Rector for Scientific-Pedagogical
Work and International Links*

Білик О. М.

*кандидат культурології,
проректор з науково-педагогічної
роботи та міжнародних зв'язків*

Borysova A. O.

*PhD in Psychology,
Associate Professor at the Department
of Psychology, Pedagogy and Philology
Kharkiv State Academy of Culture
Kharkiv, Ukraine*

Борисова А. О.

*кандидат психологічних наук,
доцент кафедри психології,
педагогіки та філології
Харківська державна
академія культури
м. Харків, Україна*

В умовах глобалізаційних викликів, лавиноподібного поширення інформаційно-комунікаційних технологій та їх тотального проникнення в усі сфери життя суспільства, виникає потреба у визначенні актуальних, адаптивних і дієвих форм міжкультурної взаємодії. Такою формою налагодження міжкультурного діалогу є національні культурні центри. Українська дослідниця Т. Грачевська відзначає, що «міжнародний досвід свідчить, що саме ці установи здатні вирішувати широкий сегмент завдань не лише щодо активізації культурного, гуманітарного співробітництва, а й створення міцного фундаменту для міждержавної співпраці в інших сферах, завдяки використанню засобів так званого «м'якого» впливу» [4, с. 23]. Діяльність національних культурних

центрів, як узгодженої форми міжнародної комунікації та взаємовпливу, є «потужним чинником лобіювання зовнішньополітичних інтересів держави за допомогою продукування національних культурних цінностей» [5, с. 26].

Як суб'єкти культурної дипломатії та «мікрокультурні моделі країни», національні культурні центри слугують інструментом налагодження та поглиблення міжнародної комунікації через розгалужену систему трансляції культурних брендів країн. О. Білецька констатує: «Метою національного брендингу є забезпечення присутності національного бренду у світовому інформаційному просторі, сприяння визнанню держави на міжнародній арені, сприяння надходженню фінансових ресурсів шляхом передачі національних рішень та ініціатив... отже національний брендинг повинен забезпечувати його ідентифікацію як всередині країни, так і за її межами» [1, с. 23]. Діяльність широкої мережі культурних центрів уможливорює реалізацію культурних бренд-стратегій завдяки формуванню культурної привабливості, цілісного образу та стійкого, позитивного іміджу країни.

Репрезентативними щодо реалізації міжкультурної комунікації в аспекті діяльності культурних центрів в Україні є Гете-Інститут, Французький інститут та Польський інститут.

Гете-Інститут (Goethe-Institut) – це громадська організація, діяльність якої націлена на популяризацію німецького культурного продукту, мови та налагодження міжкультурної комунікації між Німеччиною та іншими країнами-партнерами. Гете-Інститут діє за підтримки Федерального міністерства закордонних справ Німеччини.

Гете-Інститут в Україні реалізує такі завдання: виступає посередником та співучасником у німецько-українському діалозі в культурній та освітній сферах; сприяє зростанню та підтримці симпатії й інтересу до Німеччини; надає різноманітну інформацію про Німеччину, у тому числі й через роботу центрів навчально-методичної літератури, бібліотек та читальних залів; забезпечує вивчення німецької мови завдяки диференційованій програмі мовних курсів; здійснює підвищення кваліфікації, консультування й об'єднує в мережі представників креативного середовища; підтримує розбудову сталих структур у культурній та креативній економіці; організовує зустрічі з німецькими художниками, інтелектуалами, покази кінофільмів; підтримує ініціативи щодо перекладу німецьких авторів українською мовою та ін. [2]. Активне долучення до роботи Гете-Інституту інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій та врахування тенденцій цифровізації сприяють чіткій та узгодженій взаємодії з різними інституціями та організаціями, а онлайн-формат розширює

можливості залучення широкої аудиторії до заходів, які проводить центр.

Французький Інститут в Україні (Institut Francais Ukraine) – це частина Відділу культури та співробітництва Посольства Франції в Україні. Метою Французького Інституту є «поширення французької мови (із складанням іспитів та визначенням рівня володіння DELF, DALF, TEF, TEFAQ), культури, а також налагодження довгострокових партнерських стосунків з українськими діячами у царинах освіти, науки, культури та творчості» [3].

Взаємодія в культурно-мистецькій сфері передбачає ознайомлення населення країни із французькою літературою, кінематографом, сценічним, образотворчим та хореографічним мистецтвом, втілення в життя різноманітних проєктів, націлених на популяризацію культури Франції. Важливим майданчиком налагодження культурного діалогу між країнами є фестиваль Французька весна.

Освітньо-науковий напрям міжкультурної комунікації центру передбачає співробітництво між французькими та українськими закладами освіти, професійну підготовку та підвищення кваліфікації викладачів французької мови, реалізацію програм академічної мобільності, організації наукових конференцій, семінарів, тренінгів тощо. Провідним напрямом діяльності Французького Інституту в Україні є покращення якості освіти шляхом поширення цифрових технологій навчання.

Польський Інститут у Києві (Instytut Polski Kijów) – є представництвом Міністерства закордонних справ Республіки Польщі, метою якого є презентація здобутків, традицій та культури Польщі [6]. Польський Інститут є дієвим інструментом популяризації польського культурного продукту завдяки активній співпраці із місцевими закладами культури, полонійними організаціями, засобами масової інформації, що дозволяє створити «коло майбутніх союзників у царині популяризації польського доробку – співробітників і студентів полонознавчих відділень, кафедр полоністики, славістики і центрально-європейських студій, а також залучити до участі польських наукових кадрів у процес навчання молоді у країні свого перебування» [6].

Діяльність центру характеризується динамічністю та різновекторністю реалізації культурних бренд-стратегій Польщі шляхом охоплення різних галузей – інформаційної політики, економіки, історії, освіти, науки, культури, мови, спорту, туризму, кулінарії.

Потужним засобом взаємодії з аудиторією, висвітлення подій та актуалізації запланованих та проведених заходів культурних центрів є онлайн-платформи, соціальні мережі та відеохостинги. Окрім офіційних сайтів, Гете-Інститут активно веде свої сторінки в Facebook, Instagram,

Telegram, YouTube, Французький Інститут – в Facebook, YouTube, Польський Інститут – в Facebook, Twitter, YouTube. Такий формат комунікації дозволяє підтримувати у віддаленому режимі постійний та швидкий зв'язок з аудиторією, установами та організаціями, розширювати коло читачів та створювати позитивний імідж установи завдяки відкритості, прозорості, інтерактивності та легкості у спілкуванні.

Таким чином, приклад діяльності Польського, Французького та Гете-Інститутів свідчить, що міжнародні національні культурні центри є провідним напрямом міжкультурної взаємодії, які реалізують широкий спектр завдань для налагодження співробітництва між країнами, адаптуються під виклики сучасності шляхом поєднання традиційних та інноваційних форм комунікації.

Література:

1. Biletska O. Culture as a nation breeding tool within the international interaction system. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. Vol. 22. P. 22–33.
2. Goethe-Institut в Україні : про нас. *Гете-Інститут в Україні* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/GwIW7d9A> (дата звернення: 20.11.2023).
3. Institut Francais в Україні : про Інститут. *Французький інститут в Україні* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/fwIW7Wwt> (дата звернення: 21.11.2023).
4. Грачевська Т.О. Діяльність культурно-інформаційних центрів як компонента культурної дипломатії. *Грані*. 2016. № 2 (130). С. 22–26.
5. Луцишин Г., Гончарук А. Особливості розвитку культурної дипломатії України в сучасних умовах. *Humanitarian vision*. 2017. Vol. 3. № 1. С. 25–30.
6. Польський Інститут у Києві : про Польський Інститут. *Польський інститут у Києві* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/iwIxAOZP> (дата звернення: 24.11.2023 р.).