

KULTURNA DIPLOMATIJA KAO ČINILAC PROMENE IMIDŽA REPUBLIKE SRBIJE

By Vjera Mujović Prajs

Doktorska disertacija

**KULTURNA DIPLOMATIJA KAO ČINILAC
PROMENE IMIDŽA REPUBLIKE SRBIJE**

Kandidat: Vjera Mujović Prajs

Mentor: dr Miodrag Šuvaković, redovan profesor

Komentor: dr Nada Popović Perišić, professor emeritus

Beograd, 2019.

Kultura je za Grčku teška industrija, rekla je davno Melina Merkuri, proslavljena glumica i ministar kulture Grčke.

Kao umetnik, a nekada i organizator kulturnih akcija, gostovala sam i nastupala u inostranstvu – i za naše ljude u rasejanju, i za strance. Sa našom publikom delila sam jedne teme, a sa strancima druge. Najviše su me pitali za Kusturicu i za - Bitef. Najčešće sam poklanjala Vodič kroz srpski mentalitet, knjigu Mome Kapora, na engleskom jeziku, ponekad Andrićev roman Na Drini ćuprija (kad bi mi se posrećilo da nađem delo prevedeno na, u tom trenutku, meni potreban jezik), muziku Svetislava Božića, Pavla Aksentijevića, našu crkvenu...

Zajednička je bila zabrinutost za moju zemlju, za ratna događanja, za stradanja. Ali, zajednička je bila i lepota umetničkog doživljaja i dostignuća, potreba za kulturom i lepotom.

Podgorica, Nikšić, Berane, Budva, Kotor, Herceg-Novi, Bijelo Polje, Pljevlja, Pula, Labin, Zagreb, Sarajevo, Bjeljina, Skopje, Strumica, Bitola, Prespa... gradovi moje zemlje, kakve god, jedine...

Murmansk, severni polarni krug, festival Polarna zvezda, Ukrajina, Kiev, Suzirja, Moskva, Tjuz, Hanover, Minhen, Gastajg, Jermenija, Jerevan, Armmono, Moskva, Lobja, Festival ruske klasike, Zlatni vitez, Pariz, Kulturni centar, Riga, Letonija, Zvaigzne, London, Norveška, Bergen, Oslo, Švedska, Linčeping, Geteborg, Štokholm, Jenčeping, Sankt Petersburg, Poljska, Vrostja, Varšava, Vroclav, Torunj, Austrija, Beč, Salcburg, Braunau, Kanada, Toronto, Montreal, Budimpešta, Tekelianum, Grčka, Atina, Krf, Vido, Gruzija, Kuba, Havana, Mongolija, Sveta Muza...

To su mesta kojih se sećam, u kojima sam boravila svojim glumačkim poslom. Sama, ili sa Sonječkom, heroinom koju sam tumačila na ruskom i srpskom, sa mojom najdražom kolegicom Radom Đuričin, sa kompozitorom Radetom Radivojevićem, govoreći Andrića i druge velike srpske književnosti. Dobila sam petnaestak nagrada - za Sonječku. U školi sam najviše volela geografiju. Jer, u svakoj tački ove Zemlje, Zemlja je samo naizgled tako malena, i tačka je samo naizgled tačka - u svakoj tački ove Zemlje ima bezbroj onih koje bih mogla da volim, tako piše Cvetajeva kroz svoju junakinju Sonječku Holidej koja mi je omogućila brojna gostovanja u inostranstvu.

Mnogo doživljaja ostaje za večnost, u meni. Mnoga iskustva, takođe. Ali, imala sam potrebu da neka svoja saznanja i iskustva formulišem, sistematizujem, uredim i uopštim, da bih došla do preporuka za sebe i druge – kolege, institucije, svoju domovinu. Zato mi je trebalo mnogo teorijskog i praktičnog istraživanja u oblastima koje nisu tako daleko od mog posla, ali su mnogo egzaktnije. Ovo što sledi je rezultat desetogodišnjeg čitanja i istraživanja i skoro tridesetogodišnje umetničke prakse.

Najpre se zahvaljujem svom mentoru, prof. Nadi Popović Perišić na vođenju, poverenju i savetima, ali – i na svemu što je ostvarila, kao ministar kulture, za vreme svog mandata, u domenu kulture i kulturne politike. Zahvaljujem se gospođi Dragani Vujić iz MSP, što mi je učinila dostupnim podatke neophodne za ovaj rad, ministru inostranih poslova RS, Ivici Dačiću, što je ozvaničio moje istraživanje i, na taj način mi, omogućio da obavim intervju sa domaćim i stranim ambasadorima, zahvaljujem ambasadorima i diplomatama na izdvojenom vremenu i izrečenim stavovima u intervjuima, umetnicima koji su mi odgovorili na upitnik i izneli svoja iskustva i preporuke. Neizmernu zahvalnost dugujem i gospodinu Janu Marčeku na pomoći u obradi statističkih podataka. Zahvalna sam i Marici Mujović za

prevođenje nekih delova literature. Na kraju, zahvaljujem svojim najbližima na podršci svake vrste.

Vjera Mujović Prajs

SADRŽAJ:

Sažetak - 10

Abstract - 11

I UVOD - 13

1. Pristup problemu istraživanja - 17

2. Predmet istraživanja - 18

3. Ciljevi i zadaci istraživanja - 19

4. Varijable i indikatori istraživanja - 20

5. Hipoteze istraživanja - 22

6. Metode, tehnike i instrumenti istraživanja - 23

7. Uzorak istraživanja - 26

8. Statistička obrada podataka - 27

9. Naučni i društveni doprinos disertacije - 28

II TEORIJSKE OSNOVE ISTRAŽIVANJA - 29

1. Kulturna diplomatija i međunarodna kulturna saradnja - 33

1.1. Javna diplomatija kao okvir kulturne diplomatije - 33

1.2. Pojam kulturne diplomatije - 36

1.3. Nadležnosti državnih organa Republike Srbije u kulturnoj diplomatiji - 45

1.3.1. Ministarstvo spoljnih poslova - međunarodna kulturna saradnja - 45

1.3.2. Ministarstvo kulture i informisanja – međunarodna kulturna saradnja - 47

1.4. Oblici i subjekti međunarodne kulturne saradnje - 47

1.4.1. Bilateralna kulturna saradnja - 50

1.4.2. Multilateralna kulturna saradnja - 52

1.5. Organizacija i trendovi međunarodne kulturne saradnje - 59

1.6. Kulturno-informativni centar u Parizu kao instrument kulturne diplomatije Srbije - 64

1.7. Značaj lektorata u međunarodnim kulturno-prosvetnim aktivnostima Srbije - 70

1.8. Kulturno nasleđe Srbije u funkciji kulturne diplomatije - 73

1.9. Uloga i značaj dijasporu u kulturnoj diplomatiji - 81

1.9.1. Institucionalni okviri Republike Srbije za saradnju sa dijasporom - 86

1.10. Interkulturalni dijalog u međunarodnim odnosima - 89

2. Kulturna politika kao fundament kulturne diplomatije - 92

2.1. Modeli kulturne politike - 96

2.2. Nacionalni savet za kulturu Republike Srbije - 97

2.3. Strategija razvoja kulture Republike Srbije u kontekstu međunarodne kulturne saradnje - 99

2.4. Kulturna politika u kontekstu transnacionalnih kretanja u Evropi - 102

3. Identitet i imidž Republike Srbije - 105

3.1. Konstrukcija identiteta države - 105

3.1.1. Nacionalni i kulturni identitet - 107

3.1.2. Evropski (kulturni) identitet - 109

3.1.3. Konstrukcija identiteta – Balkan i Srbija - 115

3.2. Imidž i brendiranje - 118

3.2.1. Imidž države - 118

3.2.2. Brendiranje države - 124

4. Medijsko predstavljanje u funkciji kulturne diplomatije - 129

4.1. Medijsko predstavljanje kulturnog identiteta - 131

4.2. Odnosi s javnošću u kontekstu predstavljanja kulturnog identiteta i promene imidža -	133
III REZULTATI ISTRAŽIVANJA -135	
1. Saradnja Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture od 2001. do 2015. godine -	135
1.1. Hronologija ostvarivanja kulturnih aktivnosti R. Srbije sa svetom u oblasti kulture -	136
1.1.1. Analiza hronologije ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije po pojedinim kontinentima i državama -	136
1.1.2. Analiza hronologije ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije po godinama realizacije -	140
1.2. Oblici kulturne saradnje Republike Srbije sa svetom -	141
1.2.1. Izložbe -	144
1.2.1.1. Umetničke izložbe (vizuelne umetnosti) -	147
1.2.1.2. Kulturološko-dokumentarne izložbe -	153
1.2.1.3. Propagandno-animacione izložbe -	157
1.2.1.4. Festivali i takmičenja umetničkih izložbi -	158
1.2.2. Scenski programi -	160
1.2.2.1. Predstave u inostranstvu -	163
1.2.2.2. Koncerti u inostranstvu -	167
1.2.2.3. Festivali i takmičenja scenskih programa u inostranstvu -	177
1.2.3. Filmske manifestacije u inostranstvu -	188
1.2.3.1. Međunarodni filmski festivali -	190
1.2.3.2. Regionalne filmske manifestacije -	191
1.2.3.3. Revije i projekcije filmova srpske produkcije -	192
1.2.3.4. Nagrade na filmskim festivalima -	193
1.2.4. Književne manifestacije u inostranstvu -	196
1.2.4.1. Nagrade za književnost i prevodilaštvo -	200
1.2.5. Prigodne manifestacije u inostranstvu -	202
1.2.5.1. Manifestacije srpske kulture i inostranstvu -	203
1.2.5.2. Obeležavanje značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srbije i Republike Srbije -	205
2. Stavovi naših i stranih ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije -	213
2.1. Stavovi naših ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu -	213
2.2. Stavovi stranih ambasadora u Srbiji o kulturnoj diplomatiji i imidžu Republike Srbije -	241
3. Procena istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na promovisanje srpskog identiteta i imidža Republike Srbije u inostranstvu -	270
3.1. Procena aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture -	281
3.1.1. Deskriptivna analiza procena kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu -	282
3.1.2. Faktorska analiza procena kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture -	302
3.2. Procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža R. Srbije u svetu -	309
3.2.1. Deskriptivna analiza procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije -	310
3.2.2. Faktorska analiza procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu -	326
3.3. Povezanost između aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz	

oblasti kulture i promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu - 348

3.3.1. Povezanost između manifestnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture i manifestnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu - 348

3.3.2. Povezanost između latentnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture i latentnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu - 357

IV Zaključna razmatranja - 371

V Literatura - 407

Prilozi - 425

Sažetak:

Predmet istraživanja disertacije odnosi se na kulturnu diplomatiju kao činioca u promeni imidža Republike Srbije u svetu. Međunarodni kulturni odnosi predstavljaju značajan segment ukupnih međunarodnih odnosa, pa se, u složenim društvenim okolnostima, postavlja pitanje kakva je njihova uloga za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu. U okviru teorijskog dela rada, obrazložena su naučna saznanja o kulturnoj diplomatiji i o imidžu, analizirani oblici i subjekti međunarodne kulturne saradnje, nadležnosti državnih organa Republike Srbije u kulturnoj diplomatiji, interkulturni dijalog i saradnja, kulturno nasleđe Srbije u funkciji kulturne diplomatije, kao i uloga i značaj srpske dijaspeore u kulturnoj diplomatiji. Kulturna politika, kao fundament kulturne diplomatije, sagledana je u kontekstu transnacionalnih kretanja u Evropi. Razmatrani su aspekti kulturnog identiteta, imidža i brendiranja Srbije, a takođe i uloga medijskog predstavljanja kulturnog identiteta u promeni imidža Srbije.

U empirijskom delu disertacije, analizirana je međunarodna kulturna saradnja Republike Srbije u periodu 2000-2015. godine - nosioci, sadržaji, učestalost kulturnih aktivnosti, kao i njihovi efekti u poboljšanju imidža Republike Srbije. Prikupljena su mišljenja srpskih i inostranih diplomata o pitanjima kulture diplomatije i o njenom uticaju na promenu imidža Srbije u svetu. Radi sagledavanja iste problematike, sakupljeni su i stavovi naših umetnika koji gostuju u inostranstvu - o inicijatorima gostovanja, sadržajima programa koji su predstavljeni u inostranstvu, načinu finansiranja, personalnom aspektu kulturne diplomatije, a naročito o efektima gostovanja na promenu slike o Srbiji. U okviru prikaza

rezultata istraživanja obavljeno je testiranje pojedinačnih, posebnih i opšte hipoteze i izneti su zaključci o rezultatima istraživanja, kao i preporuke za buduće inicijative i poduhvate.

U svim segmentima rada, utvrđeno je da je zajednička tačka oslonca poboljšanja imidža Srbije upravo država, koja mora da bude nosilac kulturne diplomatije i sprovodi kulturnu politiku u domenu međunarodnih odnosa. Za Srbiju, koja je oduvek bila i jeste u Evropi, ali koja na različite načine to mora da potvrdi, imperativ je organizovanje globalnije prezentacije srpske kulture u inostranstvu, da bi Srbija zasjala pred licem sveta.

Ključne reči:

Kulturna diplomatija, Država, Imidž, Srbija, Identitet, Međunarodna kulturna politika, Diplomata, Umetnik.

Abstract:

100

The subject of this dissertation is cultural diplomacy as a factor in changing the image of Republic of Serbia in the world. International cultural relations are an important part of the overall international relations, and, in complex societal circumstances the questions is what is their role in improving the image of Republic of Serbia in the world.

Within the theoretical part of the piece, scientific knowledge on cultural diplomacy and the image are presented, forms and subjects of international cultural cooperation are analysed, as well as the jurisdiction of the state institution of Republic of Serbia in cultural diplomacy, intercultural dialogue and cooperation, cultural heritage of Serbia in the function of cultural diplomacy, and the role of Serbian diaspora in cultural diplomacy. Cultural policy, as a fundamental piece of cultural diplomacy, has been assessed in the context of transnational movements in Europe. Aspects of cultural identity, image and branding of Serbia have been assessed, as well as the role of media presentation of cultural identity in changing the image of Serbia.

In the empirical part of the dissertation, international cultural cooperation of Republic of Serbia in period 2000-2015 is analysed - duty bearers, its content, frequency of cultural activities, as well as their effects in improving the image of Republic of Serbia. Opinions of Serbian and foreign diplomats on the issue of cultural diplomacy and its influence to changing the image of Serbia in the world. In order to assess the subject, attitudes of our artists that are performing abroad are gathered - on the persons who initiated the performance abroad, content of the program presented abroad, way of financing, personal aspect of cultural diplomacy, and especially what effects the performance had on changing the image of Serbia. Within the presentation of results of the research, testing was done to evaluate individual, specific and general hypothesis and presented are the conclusions on the research outcomes, as well as recommendations for future initiatives and endeavours.

In all parts of the research, it has been concluded that the most common point for improving the image of Serbia is the state, that needs to be the driver of cultural diplomacy and needs to implement cultural policy in international relations domain. For Serbia, that has been and is in Europe, but that needs to reconfirm this in different ways, essential is to organize global presentations of Serbian culture abroad, so that Serbia shines bright in the face of the world.

Key words: Cultural diplomacy, State, Image, Serbia, Identity, International cultural policy, Diplomat, Artist.

I UVOD

Proces globalizacije na polju kulture na prostoru Evropske unije (EU) i celog sveta neizbežno zahteva redefinisane nacionalnih kultura i kulturnih politika, kao i očuvanje kulturnog identiteta jednog naroda i jedne države. U procesu evropskih integracija za Srbiju se postavljaju brojna pitanja, pa najpre – kako i kojim merama kulturne politike definisati kulturni identitet, u kom stepenu pojedinačni kulturni identiteti u EU doživljavaju asimilaciju i gubitak osobenosti, a koliko se obogaćuju i integrišu, kao i kojim modelima i instrumentima kulturne politike intenzivirati pozitivne elemente kulturnog identiteta koji može da doprinese i nacionalnom identitetu, i kako ih medijski pozicionirati i predstaviti evropskoj i svetskoj javnosti? Kulturni identitet svakako treba da dominira u odnosu na trenutno-politički identitet, ali, prema nekim tumačenjima, srpski identitet je u periodu tranzicije izgubio svoje glavne oslonce. Tako, na primer, istoričar Predrag Marković smatra da je važno najpre postići konsenzus oko deset najvažnijih tačaka oslonca u našoj kulturnoj tradiciji na kojima ćemo graditi nacionalni identitet (Marković: 2009). To nije specifično samo za Srbiju u datim političkim i kulturnim okolnostima. Za Srbiju, koja je oduvek bila i jeste u Evropi, ali koja na različite načine to mora da potvrdi, ispunjavajući brojne uslove u procesu pridruživanja EU (Ibid), imperativ je upravo organizovanje globalnije prezentacije srpske kulture na evropskom tlu. Da bismo bili ravnopravni i integralni deo evropskog kulturnog identiteta, Evropi moramo da predstavimo kako originalna dela tradicionalne kulture, naše kulturne baštine, tako i dela svetske kulturne baštine koja se nalaze na našem tlu, a zatim i vrhunske domete savremene kulture, kao i osobene umetničke ličnosti – Dositeja, Vuka, Steriju, Andrića, Crnjanskog, Kiša, Teslu, Pupina, Milankovića, a sada i Kusturicu, Isidoru Žebeljan, Nemanju Radulovića i druge. Snažne umetničke ličnosti i kulturna baština zbirno daju pečat kulturnom identitetu Srbije i menjaju imidž Srbije. Kompozitorka Isidora Žebeljan, tako, zastupa stav da samo visoka umetnost, kao reprezent srpskog identiteta, garantuje ravnopravnost u vremenu evropskih integracija, pri čemu je ključ u medijskom predstavljanju dometa visoke kulture, čime se formira visoko profilisan kulturni identitet i menja negativni imidž Srbije. Na ovaj način će i Evropa iskazati potrebu da integriše najbolja dostignuća srpske visoke kulture (Žebeljan, 2009).

Menadžment i politika ljudskih resursa od neprocenjivog su značaja u međunarodnim odnosima, politici, diplomatiji, kulturi i umetnosti. Konačno, s obzirom na dvadesetogodišnji poljuljani ugled Srbije u svetu, kultura je fundament, a mediji instrument u diplomatskim strategijama poboljšanja imidža, što je teza koju ćemo slediti u ovom radu. Bez međusektorske saradnje, bez razvoja i podsticanja sistema komunikacija, nemoguće je realizovati celovite i značajne promene i unaprediti akcije u kompleksnim i polivalentnim sistemima – državi, diplomatiji, medijima i kulturi. Valjana i zapažena prezentacija kulture Srbije u cilju promene imidža Srbije zahteva plansko, dugoročno i nadasve sveobuhvatno (re)definisanje i formiranje platforme kulturne politike, kao dela kulturne diplomatije.

Srbija kao država traži načine i modele (i medijskog) participiranja u šire nadnacionalno koncipiranim „zajednicama”, ne žrtvujući pri tom svoj, ovako ili onako shvaćeni, identitet, pri čemu i pojedinci srpskog porekla rasejani širom sveta potvrđuju svoj identitet i raznim

načinima se bore da promene negativan imidž Srbije u svetu. Kulturni pluralizam **7** predstavlja „stanovište o podjednakoj vrednosti različitih kultura” i osnovu prava na kulturni identitet, na pravo „na osobenost i samosvojnost u ispoljavanju kulture svake ljudske zajednice”. Otuda sledi da je „pravo na nacionalnu kulturu jedno od osnovnih ljudskih prava” (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 317). Za adekvatne strategije diplomatije, u cilju poboljšanja imidža, za promenu ugleda i reputacije, važno je da Srbija „bude svesna međunarodne dimenzije svoje kulturne politike” (Ibid: 323) i predstavi svetu autentične kulturne i umetničke vrednosti, u skladu sa tradicijom i duhom vremena. Radi otkrivanja određenog nivoa naučnog saznanja, doktorska disertacija je koncipirana tako da se sastoji od četiri tematske celine. Nakon uvoda, sledi metodološko-hipotetički okvir istraživanja, kao prva tematska celina koja obuhvata pristup problemu istraživanja. Radi adekvatnog obrazloženja problema istraživanja, korišćena su naučna saznanja u vezi sa kulturnom diplomatijom i imidžom države. Posle obrazloženja problema, pristupilo se definisanju predmeta istraživanja. U ovom delu rada obavljeno je teorijsko i operacionalno određenje predmeta istraživanja. Prilikom određivanja teorijskog dela predmeta istraživanja definisani su osnovni pojmovi, a zatim je obavljeno operacionalno određenje predmeta istraživanja (vremensko, prostorno i disciplinarno). Potom su određeni naučni i društveni ciljevi, kao i osnovni zadaci istraživanja, definisane nezavisne i zavisne varijable istraživanja, kao i odgovarajući indikatori koji su korišćeni u empirijskom delu istraživanja. Shodno teorijskom i operacionalnom određenju predmeta istraživanja, postavljenim ciljevima i zadacima istraživanja, kao i definisanim varijablama istraživanja, određene su opšta, posebne i pojedinačne hipoteze. U nastavku ove tematske celine, koja se odnosi na način istraživanja, prikazane su metode, tehnike i instrumenti, uzorak istraživanja i statistička obrada podataka koja je korišćena u istraživanju. Na kraju ove celine, definisan je naučni i društveni doprinos istraživanja.

U drugoj tematskoj celini pod nazivom Teorijske osnove istraživanja, obrazložena su najnovija naučna saznanja o kulturnoj diplomatiji i o imidžu Srbije. Prvo poglavlje ove celine pod nazivom Kulturna diplomatija i međunarodna kulturna saradnja, obuhvata pojmovno određenje kulturne diplomatije; oblike i subjekte međunarodne kulturne saradnje; nadležnosti državnih organa Republike Srbije u kulturnoj diplomatiji; interkulturni dijalog i saradnju; kulturno nasleđe Srbije u funkciji kulturne diplomatije, kao i ulogu i značaj srpske dijaspore u kulturnoj diplomatiji. Drugo poglavlje iste celine obuhvata analizu pojmovnog određenja kulturne politike kao fundamenta kulturne diplomatije (pojam, modeli, instrumenti, strategije i kulturna politika u kontekstu transnacionalnih kretanja u Evropi). U trećem poglavlju razmatra se kulturni identitet (i nacionalni, evropski, balkanski...) i pojam imidža Republike Srbije u svetu, a takođe i percepcija identiteta u umetnosti i medijima. Četvrto poglavlje razmatra medijsko predstavljanje kulturnog identiteta Srbije i odnose s javnošću u kontekstu prezentacije kulturnog identiteta i promene imidža Srbije.

Treća tematska celi **4** pod nazivom Rezultati istraživanja sadrži tri poglavlja. Prvo poglavlje obuhvata analizu kulturnih aktivnosti Srbije u svetu u periodu od 2001. do 2015. godine - scenski programi, izložbe, filmske i književne i prigodne manifestacije čine kulturne aktivnosti kojima je Republika Srbija ostvarila značajan aspekt međunarodnih kulturnih odnosa (2843 programa). Drugo poglavlje sadrži analizu stavova srpskih diplomata o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu i analizu stavova inostranih diplomata u Beogradu o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu. Treće poglavlje ove tematske celine predstavlja analizu stavova stotinu srpskih umetnika o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na promenu imidža Republike Srbije u svetu. U prvom delu ovog poglavlja razmatrani su rezultati deskriptivne i faktorske analize aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj saradnji iz oblasti kulture i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu u programima iz oblasti kulture, sa stanovišta procene istaknutih umetnika koji su gostovali u inostranstvu. Drugi deo obuhvata deskriptivnu i faktorsku analizu uticaja aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj saradnji iz oblasti kulture i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu u programima iz oblasti kulture, kao i uticaj delatnosti iz oblasti kulture međunarodnog karaktera u našoj zemlji na promovisanje srpskog identiteta i imidža Republike Srbije u inostranstvu, sa

stanovišta procene naših istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu. Treći deo poglavlja sadrži analizu korelacija između nezavisnih (aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu) i zavisnih varijabli (promovisanje srpskog kulturnog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu), odnosno analizu uticaja kulturne diplomatije na promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu. U okviru prikaza rezultata istraživanja obavljeno je testiranje pojedinačnih, posebnih i opšte hipoteze. U četvrtoj tematskoj celini pod nazivom Zaključna razmatranja najpre su izneti zaključci o rezultatima istraživanja prezentovanim u prva tri dela i na kraju su izneti zaključci o pojedinačnim, posebnim i o opštoj hipotezi ovog istraživanja. Na kraju, navedeni su prilozi i literatura korišćena u obradi teme doktorske disertacije.

1. Pristup problemu istraživanja

Međunarodni kulturni odnosi predstavljaju značajan segment ukupnih međunarodnih odnosa. Oni se karakterišu brojnim i veoma razvijenim relacijama u kojima se „ukrštaju različiti fenomeni savremenog društva, od globalizacije, preko višestrukih identiteta, do izazova interkulture komunikacije” (Rogač, 2011: 188). U takvim složenim društvenim okolnostima postavlja se pitanje kakva je uloga međunarodnih kulturnih odnosa na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu, a s obzirom na to da u okviru međunarodnih kulturnih odnosa egzistiraju brojni činioci koji učestvuju u njihovom ostvarivanju, kao i kakav je njihov uticaj na jačanje imidža Republike Srbije u Evropi i svetu.

U okviru ovog problema, potrebno je da se ispituju kulturni sadržaji koji su dominirali u međunarodnoj kulturnoj saradnji Republike Srbije sa svetom u periodu 2000-2015. godine; ko su bili nosioci, kakva je bila učestalost kulturnih aktivnosti, kome su bili namenjeni kulturni programi i kakvi su bili njihovi efekti u poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu. Takođe je bilo neophodno da se prikupe mišljenja i stavovi naših i inostranih diplomata, sa stanovišta njihovog iskustva u diplomatskoj službi, kakva je državna strategija u domenu kulture diplomatije i o njenom uticaju na promenu imidža Republike Srbije u svetu. Radi sagledavanja ovog problema, veoma je značajno da se prikupe mišljenja i stavovi naših umetnika koji gostuju u inostranstvu - o inicijatorima njihovog gostovanja i o programima s kojima se predstavljaju inostranstvu, načinu finansiranja, personalnom aspektu kulturne diplomatije; ulozi dijasporu u kulturnoj diplomatiji, a naročito o percepciji efekata njihovog gostovanja na promenu slike o Srbiji u svetu. Dalje, postojala je potreba da se obavi istraživanje kako mediji, kao najvažniji instrument komunikacije i uticaja, mogu pozitivno da predstavljaju Republiku Srbiju na međunarodnom planu.

Validna prezentacija kulture Srbije u inostranstvu, u cilju promene imidža Srbije zahteva plansko, dugoročno i nadasve sveobuhvatno (re)definisanje i formiranje platforme kulturne politike, kao dela kulturne diplomatije. Takođe, nedostatak platforme kulturne politike i dugoročne strategije kulturnog razvoja Srbije za odnose sa inostranstvom i dijasporom, upućuju na to da treba oformiti stručno koordinaciono i strateško telo, na državnom nivou, koje bi imalo nacionalni program, ali bi radilo uz ravnopravno učešće nevladinog sektora, sa stručnjacima iz oblasti kulture, spoljne politike i medija.

2. Predmet istraživanja

Raspad SFR Jugoslavije i stvaranje novih samostalnih država, ratovi na prostoru bivše SFRJ, sankcije prema Republici Srbiji, agresija NATO na SR Jugoslaviju, priznanje Kosova i Metohije kao samostalne države od dela međunarodne zajednice, neki su od činilaca koji su uticali na imidž Republike Srbije u svetu. Ovakav sled događaja implicitno je postavljao zahtev za usvajanjem strategija na državnom nivou usmerenih na poboljšanje slike o Srbiji u inostranstvu putem diplomatskih i medijskih aktivnosti. Shodno tome, predmet istraživanja doktorske disertacije odnosi se na kulturnu diplomatiju kao činioca u promeni imidža Republike Srbije u svetu.

Pod prvim pojmom kulturna diplomatija, neki autori podrazumevaju takozvanu meku silu ili blagu moć putem koje se oblikuje pozitivno mišljenje o nekoj zemlji i potire njen loš imidž. Kulturna diplomatija definisana je i kao „razmena ideja, informacija, umetnosti i drugih aspekata kulture između država i njihovih naroda, u cilju podsticanja međusobnog razumevanja” (Cummings, 2009: 1). Kulturna diplomatija obuhvata i „svesna

nastojanja neke države da utiče na svoj imidž u svetu", te se može „smatrati podsistemom javne diplomatije" i sve je „važnija komponenta sredstava neke zemlje u vođenju njenih spoljnih poslova" (Vizomirski, Šnajder, 2003: 5,10).

Drugi pojam u predmetu ovog istraživanja predstavlja imidž Srbije, koji se temelji se na osnovnim naučnim saznanjima o imidžu uopšte. Pojam imidža, potekao je od latinske reči *imago*, -nis, f. koja označava „sliku, lik". Ovaj termin, kao *image*, na francuskom i engleskom jeziku, označava „javnošću formiranu predstavu ili ideju o nekome ili nečemu", a takođe i „nečiju sliku u javnosti". Imidž je „kategorija kojom se upravlja i koja može da se konstruiše i transformiše prema našim željama, prvenstveno preko medija i raznim formama manipulacije" (Galumov, 2005: 10). Elementi konstrukcije imidža mogu biti pozitivni, ali i negativni. Međunarodni aspekt imidža predstavlja instrument rešavanja konkurentskih međunarodnih zadataka. Imidž države je mnogostruka kategorija u čiju konstrukciju ulaze istorijske, političke, ekonomske, sociološke i umetničke kategorije. „Umetnost i kultura, kao i mediji koji šire slike o svakodnevnom životu i vrednostima širom planete, u današnje vreme imaju sve veći uticaj na imidž pojedinačnih nacija u svetu i, samim tim, predstavljaju sve važniji činilac konteksta u kom se razvijaju zvanični diplomatski odnosi" (Vizomirski, Šnajder, 2003: 5).

U epirijskom delu ovog rada, pojam kulturne diplomatije je operacionalizovan preko pojmova, s užim značenjem, kao što su aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, dok je imidž Republike Srbije operacionalizovan preko dva pojma: promocija srpskog kulturnog identiteta i poboljšanje imidža Republike u svetu.

S obzirom na to da tema disertacije zahteva istorijski pregled funkcionisanja kulturne politike kao segmenta kulturne diplomatije, aktivnosti naših diplomatsko-konzularnih predstavništava u inostranstvu i pregled programa s kojima su naši umetnici gostovali u inostranstvu, uključujući i uticaj medija na jačanje srpskog identiteta i promenu imidža Republike Srbije u svetu, vremensko određenje predmeta istraživanja obuhvata period od 2001. - 2015. godine.

Prostorno određenje predmeta istraživanja obuhvata Republiku Srbiju i zemlje u kojima Srbija ima diplomatsko-konzularna predstavništva.

Istraživanje ima interdisciplinarni karakter i odnosi se na kulturologiju, komunikologiju, sociologiju, istoriju i menadžment umetnosti.

3. Ciljevi i zadaci istraživanja

Opšti cilj istraživanja značaja kulturne diplomatije za promenu imidža Republike Srbije u svetu je da se, na osnovu postojećih teorijskih stavova i uopštavanja iskustvenih saznanja, kao i primenom naučnih metoda, identifikuju relevantni parametri za definisanje kulturne diplomatije kao činioca promene imidža Republike Srbije u svetu.

Naučni ciljevi koji se nameravaju dostići u ovoj doktorskoj disertaciji su: naučna deskripcija i klasifikacija oblika saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture i naučno objašnjenje strukturalnih i funkcionalnih elemenata i sistema odnosa i veza između činilaca kulturne diplomatije i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu.

Društveni ciljevi doktorske disertacije su usmereni ka praktičnoj proverbi naučnih saznanja operacionalizovanih u strategijskim dokumenatima o međunarodnoj kulturnoj saradnji. Praktični ciljevi ovog istraživanja bili bi kreiranje funkcionalnih i primenjivih preporuka za uspešno predstavljanje našeg nacionalnog kulturnog identiteta u evropskim i svetskim okvirima, kao i utvrđivanje mera i sistemskih akcija koje bi Srbija trebalo da preduzme da bi se uspostavilo organizovano, efikasno i produktivno funkcionisanje državnih institucija i institucija kulture, kao i njihovoj međusobnoj saradnji i saradnji sa međunarodnim institucijama; označavanje neophodnosti povezivanja i umrežavanja sa subjektima međunarodne kulturne saradnje, od kojih su ključni UNESCO i Savet Evrope sa svojim fondovima i polivalentnim aktivnostima.

U skladu sa istaknutim ciljevima istraživanja, ovim istraživanjem je trebalo realizovati sledeće zadatke istraživanja:

1) Obaviti analizu sadržaja izveštaja o međunarodnoj kulturnoj saradnji Srbije sa svetom u periodu od 2001. do 2015. godine sa stanovišta njihovih nosilaca, programa, i država sa kojima je održavana saradnja;

- 2) Utvrditi stavove srpskih diplomata o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu;
- 3) Utvrditi stavove inostranih diplomata u Srbiji o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na poboljšanje imidža države i
- 4) Utvrditi stavove srpskih umetnika o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na promenu imidža Republike Srbije u svetu.

4. Varijable i indikatori istraživanja

U empirijskom delu istraživanja definisane su i operacionalizovane nezavisne i zavisne varijable sa odgovarajućim indikatorima. Nezavisna varijabla je definisana kao aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, a zavisna varijabla je određena kao promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu.

Nezavisna varijabla - aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, ima osam vrsta indikatora, a to su: 1) definisanje okvira i sadržaja međunarodne kulturne saradnje putem kulturne politike i umrežavanje i partnerstvo u kulturnoj diplomatiji (dva indikatora); 2) izbor adekvatnog stručnog kadra u našim diplomatskim predstavništvima za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje (dva indikatora); 3) adekvatnost angažovanja naših istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji (dva indikatora); 4) izbor programa iz oblasti kulture za gostovanja naših umetnika u inostranstvu (četiri indikatora); 5) saradnja sa našim diplomatama, dijasporom i stranim umetnicima prilikom realizacije programa u inostranstvu (šest indikatora); 6) karakteristike dela koja su izvođena u inostranstvu (namena, vrste, jezik na kome su izvođena) i najveća prijemčivost pojedinih vrsta programa za publiku (četiri indikatora); 7) organizacija književnih večeri u inostranstvu, učešće na međunarodnim sajmovima knjiga i prevodi naših dela na svetske jezike i njihov uticaj na predstavljanje naše kulture u svetu (tri indikatora) i 8) medijska prezentacija gostovanja naših istaknutih umetnika u zemlji prijema i u domaćim medijima (dva indikatora). Prema tome, grupa nezavisnih varijabli čini ukupno 25 indikatora.

Zavisna varijabla definisana kao promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu operacionalizovana je putem sledeće četiri grupe indikatora: 1) uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu (pet indikatora); 2) doprinos pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu (14 indikatora); 3) doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (17 indikatora); 4) uticaj pojedinih kulturnih manifestacija međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji na njen imidž u svetu (28 indikatora): muzičkih festivala u Srbiji (sedam indikatora); pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji (sedam indikatora); filmskih festivala u Srbiji (sedam indikatora); manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera (četiri indikatora); manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera (tri indikatora). Ova vrsta varijabli ima ukupno 64 indikatora.

5. Hipoteze istraživanja

Hipotetički okvir istraživanja u ovoj disertaciji činila je jedna generalna (opšta) hipoteza i četiri posebne hipoteze sa njima odgovarajućim pojedinačnim hipotezama i indikatorima istraživanja.

Generalna (opšta) hipoteza istraživanja je glasila: „Što se pridaje veći značaj kulturnoj diplomatiji, to će i imidž Srbije u svetu biti bolji, i obratno”.

Posebne i pojedinačne hipoteze u ovom delu rada definisane su kao:

H1: Međunarodni kulturni odnosi Srbije sa svetom, zasnovani na autentičnoj interkulturnoj komunikaciji, doprinose unapređenju međunarodnih kulturnih veza i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu;

H2: Srpske i inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Republike Srbije, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u našoj zemlji (H21: Srpske diplomate sa različitim diplomatskim iskustvom ukazuju na mogućnost uticaja kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, u zavisnosti od kadrovskog potencijala i

osmišljenje strategije ostvarivanja međunarodne kulturne saradnje); H22: Inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža države, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u vlastitoj zemlji);

H3: Što se pridaje veći značaj personalnom aspektu u kulturnoj diplomatiji, to su veće mogućnosti za promenu negativne slike Srbije u svetu (H11: Što se pridaje veći značaj kadrovskoj politici u kulturnoj diplomatiji, to će i međunarodna kulturna saradnja biti produktivnija i suprotno; H12: Što je veće učešće istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji, to su i interkulturni dijalog i umrežavanje na evropskom i globalnom nivou veći);

H4: Što su jasnije strategije kulturne politike i kulturne diplomatije, to će se medijska slika Srbije u inostranstvu brže menjati i suprotno (H21: Što su turbulentniji politički odnosi u samoj Srbiji, to će biti teža promena slike Srbije u svetu; H22: Što se bolje prezentuje kulturno nasleđe Srbije, to će i slika o Srbiji biti pozitivnija i H23: Što je bolja medijska kampanja kulture Srbije u inostranstvu, to će i efekat poboljšanja imidža biti veći.)

6. Metode, tehnike i instrumenti istraživanja

U skladu sa operacionalizacijom predmeta istraživanja i postavljenim ciljevima, zadacima i hipotezama, u ovom istraživanju korišćene su različite metode, tehnike i instrumenti istraživanja.

Na osnovu definisanog predmeta, ciljeva i hipoteza istraživanja, u ovom radu primenjene su naučnoistraživačke metode - metoda analize sadržaja i deskriptivna i analitička Survey metoda.

Metoda analize sadržaja jeste metoda koja se „zasniva na tehnici prikupljanja podataka o različitim oblicima sadržaja i forme simboličkog, društvenog komuniciranja, sa ciljem otkrivanja objektivne prirode tih sadržaja i njihovog uticaja na učesnike društvenih komunikacija” (Mihailović, 1999: 200). Iako se ova istraživačka metoda odnosi na istraživanja komunikacija u najširem smislu, u „užem smislu predmet ove analize su dokumenti kojima se označava nekakav vizuelni, auditivni ili kombinovani izvor podataka” (Ibid: 200). Ova metoda se sastoji od dva različita postupka, i to: kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja. Kvalitativna analiza sadržaja evidentira prisustvo određenih sadržaja i određuje njihova kvalitativna svojstva odgovarajući na pitanja „šta” i „kako” je neka poruka saopštena. To je, u suštini, prethodni postupak kojim se utvrđuje pripadnost nekog sadržaja predmetu istraživanja, čime se stvaraju preduslovi za izvođenje kvantitativne analize. Postupak kvantitativne analize se izvodi kroz: „razvrstavanje u kategorije elemenata i karakteristika analiziranog sadržaja, razlaganje njihovog sadržaja u cilju njihovog kodiranja i kvantitativnog iskazivanja, kontigentiranje (grupno iskazivanje) srodnih elemenata sadržaja i omogućivanje zaključivanja o sadržajima u okviru kontigenta, i stvaranje mogućnosti naučne sistematizacije i tipologizacije sadržaja sa njegovim karakteristikama i svojstvima” (Ibid: 203).

Ova metoda je omogućila sistematsko, kvantitativno i kvalitativno opisivanje manifestnog sadržaja međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture. Primena ove metode je zahtevala preciznost u određivanju kategorija i relevantnost u određivanju sadržaja analize. Osnovna jedinica analize je kulturni program, odnosno „oblik difuzije kulture, koji je u formi opisnog tekstualnog zapisa. Tako definisana jedinica analize sadrži nekoliko komponenti: nosioce značenja – naziv, oblik i tip kulturnog programa, godinu i zemlju realizacije, autora/inicijatora programa, kao i informacije o povodu, uspešnosti i publici programa” (Rogač, 2011a: 335).

Deskriptivna i analitička Survey metoda označava istraživanje koje se preduzima „sa ciljem da se ispitivanjem uzorka određenog podskupa osnovnog skupa doznaju svojstva distribucija i odnosa između promenljivih u osnovnom skupu” (Ristić, 1995: 357). Prema nekim metodolozima, ova istraživanja se dele u dve grupe, grupu deskriptivnih i grupu analitičkih ili eksploratornih istraživanja (Hughes, prema: Ristić, 1995: 357). Deskriptivnom varijantom ove analize obavljaju se opisi distribucija proučavanih pojava i odnosa između tih pojava, dok analitička varijanta ove metode podrazumeva manipulisanje varijablama, uz primenu postupaka multivarijacione analize radi utvrđivanja

odnosa između tih pojava. Među pozitivna svojstva ovih istraživanja, između ostalog, spadaju nalazi pomoću kojih je omogućeno proveravanje postavljenih hipoteza.

Kao tehnike istraživanja korišćene su intervjuisanje i anketiranje, a za prikupljanje podataka korišćeni su sledeći istraživački instrumenti: Arak za analizu sadržaja međunarodnih kulturnih odnosa Srbije sa svetom; Protokol intervjua za srpske diplomate, Protokol intervjua za strane diplomate u Republici Srbiji; i Upitnik za umetnike. Protokolima intervjua prikupljena su mišljenja naših ambasadora u stranim zemljama i diplomatskih predstavnika inostranih zemalja akreditovanih u našoj zemlji o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije. Anketnim upitnikom prikupljena su mišljenja srpskih umetnika o uticaju kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu.

Arak za analizu sadržaja poslužio je za analizu kulturnih delatnosti Republike Srbije u svetu u periodu od 2001. do 2015. godine, a analiza je obavljena na osnovu Izveštaja Ministarstva inostranih poslova Republike Srbije o međunarodnoj kulturnoj saradnji Republike Srbije sa svetom. U ovom periodu Republika Srbije je realizovala ukupno 2843 kulturne aktivnosti sa državama na šest kontinenata i sa 74 države u svetu. Ovom analizom su utvrđeni oblici, tipovi i vrste saradnje Republike Srbije sa svetom.

Stavovi naših ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu prikupljeni su pomoću posebnog Protokola intervjua (Prilog 1). Ovaj Protokol se sastoji od dve celine. U prvoj celini ispitanici su davali neke osnovne podatke o sebi i dužnosti koju obavljaju, i to: 1) dužina staža u diplomatiji; 2) obrazovanje; 3) strani jezici koje govore; 4) zemlje u kojima su bili u diplomatskoj misiji i 5) kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama prijema. Drugi deo Protokola intervjua obuhvata pitanja o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu. On obuhvata 13 pitanja sa odgovarajućim potpitanjima koja se odnose na sadržaj određenog pitanja. Stavovi stranih ambasadora u našoj zemlji o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu prikupljeni su pomoću posebnog Protokola intervjua (Prilog 2). Ovaj Protokol obuhvata, takođe, dva dela. U prvom delu, ispitanici su zamoljeni da nam daju neke osnovne podatke o sebi i dužnosti koju obavljaju, i to: 1) zemlja koju predstavljaju; 2) dužina staža u diplomatiji; 3) obrazovanje; 4) jezici koje govore i 5) zemlje u kojima su bili u diplomatskoj misiji. Drugi deo Protokola obuhvata 12 pitanja u vezi uticaja kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu.

Anketni upitnik za umetnike (Prilog 3) sastoji se od dva dela. Pomoću Upitnika za ispitivanje statusnih i personalnih obeležja ispitanika, odnosno opštih podataka o našim vrhunskim umetnicima, obavljeno je prikupljanje sledećih podataka: 1) Pol; 2) Obrazovanje; 3) Kulturna delatnost ili umetnost kojom se bave; 4) Koliko stranih jezika govore (ne računajući jezike zemalja bivše SFRJ)?; 5) Koliko puta su gostovali u inostranstvu?; 6) U kojim su zemljama najčešće gostovali?; 7) Da li su učestvovali na nekom festivalu kulture u inostranstvu?; 8) Kako su najčešće gostovali u inostranstvu?; 9) Na čiji poziv, odnosno u čijoj organizaciji su najčešće gostovali u inostranstvu? Najznačajniji deo Anketnog upitnika predstavlja Skala za merenje stavova o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na imidž Republike Srbije u svetu koja se sastoji od 81 indikatora (pitanja, tvrdnji, ajtema) na petostepenoj skali Likertovog tipa. Ova skala se sastoji od dve subskale: prve, za ispitivanje stavova o aktivnostima naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj saradnji iz oblasti kulture i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, sa 17 indikatora (pitanja, tvrdnji, ajtema), i druge, za ispitivanje stavova ispitanika o uticaju pojedinih vrsta delatnosti iz oblasti kulture u inostranstvu i delatnosti iz oblasti kulture međunarodnog karaktera koje se održavaju u našoj zemlji na imidž Republike Srbije u svetu, sa 64 indikatora (pitanja, tvrdnji, ajtema). Ova skala je konstruisana za potrebe ovog istraživanja, pa su izračunate osnovne metrijske karakteristike ovog instrumenta: valjanost i pouzdanost. Valjanost je ispitana pomoću faktorske analize, a njeni rezultati su prikazani u okviru poglavlja o rezultatima istraživanja. Pouzdanost skale (81 indikator) merena pomoću Kronbahovog alfa koeficijenta baziranog na standardizovanim ajtemima iznosi 0,946. Kada je reč o subskali za merenje zavisnih varijabli, odnosno promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu, pouzdanost ove subskale merena Kronbahovim alfa

koeficijentom (Cronbach's Alpha) iznosi 0,953, a Kronbahovim alfa koeficijentom baziranim na standardizovanim ajtemima iznosi 0,952. Na osnovu prikazanih vrednosti može se zaključiti da su ovi koeficijenti pouzdanosti iznad graničnih vrednosti za visoku pouzdanost instrumenta.

7. Uzorak istraživanja

Kao istraživački uzorak kulturnih programa korišćen je Izveštaj ministarstva spoljnih poslova o saradnji Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture u periodu od 2001. do 2015. godine (oko 2843 programa). Neki vaninstitucionalni programi, posebno programi samostalne umetničke inicijative, nisu, nažalost, evidentirani u ovom Izveštaju, te nije bilo moguće da se obrade i uključe u ovo istraživanje.

Kao što je istaknuto, stavovi naših ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu prikupljeni su pomoću posebnog intervjua. Radi ovog dela istraživanja korišćen je prigodan uzorak od 10 naših ambasadora koji imaju značajno iskustvo u diplomatskoj službi, pa se i njihovo učešće u istraživanju može smatrati svojevrsnim ekspertskim mišljenjem o ispitivanoj pojavi. U istraživanju su učestvovali ambasadori koji su bili akreditovani u inostranstvu ili već duže vreme rade u diplomatskoj službi naše zemlje.

Radi ispitivanja stavova inostranih ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, korišćen je prigodan uzorak od 10 inostranih ambasadora koji su, osim u našoj zemlji, službovali u različitim zemljama, pa se njihovo učešće u istraživanju može okarakterisati, takođe, kao svojevrsno iznošenje ekspertskog mišljenja o ispitivanoj pojavi. U istraživanju su, dakle, učestvovali inostrani ambasadori iz različitih zemalja sveta koji su kraće ili duže vreme akreditovani u Republici Srbiji.

Osim toga, ispitivanje stavova naših istaknutih umetnika o uticaju kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Srbije u svetu obavljeno je na prigodnom uzorku od 100 istaknutih umetnika različitog profila, što ga čini visoko selekcioniranim uzorkom.

8. Statistička obrada podataka

Statistička obrada podataka obavljena je pomoću metoda multivarijacione analize, uz korišćenje statističkog paketa programa SPSS. Shodno ispitivanim varijablama i njihovim relacijama, obradom podataka utvrđeni su osnovni statistički pokazatelji (frekvencija i procenti), a radi potvrđivanja pojedinačnih, posebnih i opšte hipoteze u obradi podataka korišćene su faktorska i korelaciona analiza.

Faktorska analiza korišćena je za analizu međusobne povezanosti većeg broja manifestnih varijabli (indikatora) upotrebom manjeg broja osnovnih (latentnih) dimenzija (faktora) kojima se može objasniti najveći deo zajedničke varijanse manifestnih varijabli (indikatora). Komponentnim modelom faktorske analize utvrđena je „latentna struktura koja stoji iza direktno izmerenih varijabli i koja je odgovorna za dobijena variranja na tim varijablama” (Tenjović, 2000: 225). Za utvrđivanje broja značajnih faktora u analizi primenjen je Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena pomoću kojeg se u narednom koraku faktorske analize zadržava onoliko zajedničkih komponenti (faktora) kod kojih je vrednost karakterističnih korenova veća ili jednaka jedinici. Tako određeni faktori rotirani su u pravcu jednostavne strukture pomoću tzv. varimaks kriterijuma kao analitičkog modela ortogonalne rotacije. Primenom ovog kriterijuma međusobni odnos između faktorskih osa ostaje ortogonalan, što znači da nema značajne povezanosti među ovim faktorima. U završnoj fazi faktorske analize izračunate su vrednosti faktorskih skorova koji su poslužili kao polazna osnova za korelacijsku analizu latentnih dimenzija (faktora) nezavisnih i zavisnih varijabli.

Pomoću korelacione analize utvrđeno je da li postoji povezanost između pojedinih manifestnih i latentnih varijabli (faktora) iz skupa nezavisnih (aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj saradnji iz oblasti kulture i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu u programima iz oblasti kulture) i zavisnih varijabli (promocija srpskog identiteta u inostranstvu i imidž Republike Srbije u svetu). Kao metod korelacione analize korišćen je tzv. bivarijantni metod, a za utvrđivanje stepena povezanosti između nezavisnih i zavisne varijable primenjen je Pirsonov koeficijent korelacije za nivo značajnosti 0,05 i 0,01.

9. Naučni i društveni doprinos disertacije

Naučni doprinos disertacije ogleda se u potvrdi i proširenju postojećih naučnih saznanja o kulturnoj diplomatiji i imidžu uopšte. Takođe, poseban doprinos se ogleda i u objašnjenju naučnih saznanja o uzročno-posledničnim odnosima kulturne diplomatije i imidža Srbije u svetu. imidža Republike Srbije.

Društveni doprinos se ogleda u postavljanju empirijske verifikovane osnove za: unapređenja kulturne diplomatije, kulturne politike, međunarodne kulturne saradnje, uticaja medija na promenu imidža Republike Srbije, strateškog planiranja u kulturi i diplomatiji, pronalaženja i definisanja praktičnih preporuka za sprovođenje inovativnih, ali i alternativnih proaktivnih modela kulturnog delovanja u pravcu promene imidža Republike Srbije u svetu.

II TEORIJSKE OSNOVE ISTRAŽIVANJA

U svetu, a sve više i kod nas, značajan je porast teorijskih naučnih radova posvećenih kulturnoj diplomatiji, identitetu i imidžu. Kada je reč o autorima sa naših prostora, osim Milene Dragičević Šešić, Branimira Stojkovića, Sanjina Dragojevića i Vesne Đukić, izdvojimo još nekoliko autora i radova. Istraživanja, realizovana u okviru doktorske disertacije pod nazivom „Međunarodni kulturni odnosi i interkulturalna komunikacija u funkciji (re)pozicioniranja Srbije u evropskoj i svetskoj javnosti” (Rogač, 2011), bila su usmerena na to da se „naučno opišu i objasne međunarodni kulturni odnosi, i da se, na primeru Srbije sagledaju značaj i mogućnosti politika i menadžmenta međunarodnih kulturnih odnosa u procesima simboličkog identitetskog pozicioniranja, prema međunarodnoj i globalnoj zajednici” (Rogač, 2011: 188). U ovoj disertaciji su realizovani sledeći istraživački ciljevi: prvi, formulativni cilj je obuhvatao „preciznije definisanje polja međunarodnih kulturnih odnosa, imajući u vidu intenzitet transformacija koje se u njemu dešavaju pod uticajem globalizacije”; drugi cilj je obuhvatao „pregled i kritičku analizu postojećih struktura, procesa, praksi koji se tiču međunarodnih kulturnih odnosa Srbije” (analiza je ukazala na „slabost institucionalnih kapaciteta Srbije za međunarodne odnose”); trećim, kauzalno-hipotetičkim ciljem utvrđeno je „postojanje veze između koncepcije i praksi međunarodnih kulturnih odnosa i simboličkog pozicioniranja država, na primeru Srbije” (analizom je utvrđeno u kojoj meri „stereotipi preovlađuju u pozicioniranju Srbije u međunarodnom kontekstu”); četvrti, projektno-modelski cilj obuhvatao je „definisanje strateških pravaca i okvira za razvoj međunarodnih kulturnih odnosa Srbije” koji obuhvata „niz kritičkih zapažanja o mogućim pravcima promene javnih politika” (Ibid: 188,189). Osim toga, u okviru ove disertacije, izrađena je „multiperspektivna studija međunarodnih kulturnih odnosa” koja je trebalo da omogući „sveobuhvatnije istraživanje uloge kulture u savremenim međunarodnim odnosima” (Ibid: 189,190). Ova studija se može primeniti u „istraživanjima u kulturnom menadžmentu i kulturnoj politici”, jer je proširila pojmovni i kategorijalni aparat u ovim oblastima u odnosu na ključne pojmove, kao što su: kultura, identitet i globalizacija. Osim proširivanja semantičkog polja referentnih pojmova i koncepata, istraživanje „otvara nove načine istraživanja kulture i politike u interdisciplinarnom okviru” i otkrivajući „druge teorije i prakse, uključuje ih u teoriju međunarodnih kulturnih odnosa”. I na kraju, ova studija može da doprinese „savremenim teorijama međunarodnih odnosa” (Ibid: 189,190).

Ksenija Graovac je u svom radu pod nazivom „Kulturna diplomatija – oblici i forme postojeće međunarodne saradnje i strategije razvoja”, nakon analize stanja po pitanju kulturne diplomatije, navela sledeće preduslove za njeno efikasno funkcionisanje:

- 1) postojanje zakonskog okvira za funkcionisanje kulturne politike i kulturne diplomatije;
- 2) planiranje kadrova za rad u kulturnoj diplomatiji;

- 3) obuka i adekvatan trening kadrova;
- 4) usvajanje kvalitetnih rešenja drugih zemalja (pod uslovom da su primenjiva u domaćim uslovima);
- 5) aktivna saradnja među ministarstvima (kulture, rada i socijalnih pitanja, obrazovanja, nauke);
- 6) jačanje veze između vladinih i nevladinih organizacija;
- 7) imenovanje timova i stručnjaka za rad u kulturnoj diplomatiji;
- 8) određivanje odgovornih lica, planova i konkretnih zadataka;
- 9) izbor kulturne i umetničke ponude;
- 10) pomoć institucijama kulture i organizacijama iz čijih programa se pravi ponuda (pre svega Ministarstva kulture);
- 11) podržati organizacije i praktičare da uđu u međunarodne projekte ili svoje programe ponude inostranim organizacijama;
- 12) podržati organizacije da aktivno sarađuju sa timom koji vodi kulturnu diplomatiju – pomaže boljem međusobnom razumevanju i unapređenju saradnje i ponude;
- 13) stvaranje informacionog centra gde bi svi zainteresovani mogli da dobiju konkretne informacije o tome kako ponuditi svoje programe, koje su smernice kulturne diplomatije i slično, a u cilju prevazilaženja barijera u saradnji;
- 14) razvijanje menadžmenta ljudskih resursa u cilju odabira profesionalaca koji će se i van zemlje (u ambasadama, predstavništvima i slično) baviti kulturnom diplomatijom i obrazovanjem kadra;
- 15) stvaranje fonda za obuku kadra koji će raditi u kulturnoj diplomatiji;
- 16) stvaranje fondova za akcije kulturne diplomatije (posebno prema onim zemljama koje su određene kao ciljne i prioritetne);
- 17) stvaranje fonda koji bi podržao istraživanja u oblasti kulturne diplomatije i putovanja u cilju istraživanja delegacija koje rade u ovoj oblasti;
- 18) stvaranje Akcionog plana za razvoj kulturne diplomatije na relaciji Ministarstvo kulture Srbije – Ministarstvo spoljnih poslova Srbije (Graovac, 2007: 86,87).

U radu Lj. Rogač, „Redefinisanje i transformacija identiteta i imidža Srbije u kontekstu evropskih integracija“, između ostalog, su „identifikovani osnovni elementi identiteta i imidža Srbije, koji zajedno čine kompleksnost fenomena, relacija i procesa vezanih za aktuelno stanje. Kriza koja je zahvatila Srbiju na svim nivoima društva, dovela je do brojnih protivrečnosti u određenju njenog identiteta, imidža i samopoimanja uopšte, koji su nejasni, kontradiktorni i gotovo marginalni u odnosu na ostatak Evrope“ (Rogač, 2007: 85). Shodno tome, kultura i mediji dobijaju na sve većem značaju u odnosu na identitet i imidž Srbije. Prema dobijenim rezultatima, medijska slika Srbije i njen „loš imidž u značajnoj meri bili su rezultat brojnih predrasuda i stereotipa“, pa su „ovakve simplifikacije prisutne i u samopoimanju samih građana“. Uzimajući u obzir navedene diskurse, imidž Srbije bi, po mišljenju autora, „trebalo pozicionirati između pozitivnog hiperbolisanja i pejorativnog osporavanja“ (Ibid: 88). Radi redefinisanja identiteta i imidža Srbije, autorka predlaže sledeće: „menjanje sistema vrednosti i dominantnih kulturnih obrazaca; revizija nacionalnih mitova; nastavak procesa modernizacije uz uvažavanje tradicija i nasleđa; ‘debalkanizacija’ i evropeizacija; promena slike o sebi (autostereotipi) i slike o drugima (stereotipi); prepoznavanje značaja kulture i aktivno bavljenje uobličavanjem imidža“ (Ibid: 88). U procesu transformacije identiteta i imidža Srbije, u kontekstu evropskih integracija, predlaže se „strateški proces uobličavanja vrednosno-kulturnih i institucionalnih obrazaca“, a na nivou kulturne politike, između ostalog, predlaže se „jačanje međunarodnih veza i međunarodne kulturne saradnje“, pri čemu je „strateški osmišljena komunikacija“ ...”ključ za razumevanje i osmišljavanje elemenata za repozicioniranje Srbije u domaćoj i stranim javnostima“ (Ibid: 88).

Osim uticaja na poboljšanje ugleda i imidža država, kulturna diplomatija ima značajan uticaj na prevladavanje međunarodne krize u procesu globalizacije. Tako je, na primer, Sandra Santrač u svom radu „Uloga kulturne diplomacije u prevladavanju međunarodne krize u procesu globalizacije“, ukazala na „uključenost velikog broja aktera i njihovih aktivnosti širokog spektra što utiče na višedimenzionalne principe uporabe, a tim potrebu redizajniranja kulturne diplomacije, što donosi nove paradigme programiranja kulture u planiranju aktivnosti radi postizanja ciljeva. Oni mogu imati prikrivene namjere i

dodatne aktivnosti, pogotovo prilikom aktivnosti na prevazilaženju eventualnih kriza u pojedinim zemljama, kao i međudržavnim tenzijama koje imaju tendenciju razvoja u ozbiljnu kriznu situaciju" (Santrač, 2014: 897). Po njenom mišljenju, „širok spektar aktivnosti nije više ograničen na visoke kulture, već u programiranje kulturnih djelatnosti uključuje nove aktere usmjerene na pomenute višedimenzionalne aktivnosti u globalnom virtuelnom prostoru. Širi opseg kulturne diplomacije uključuje razmjenu znanstvenika, intelektualaca, obrazovne stipendije, te izvođačke umjetnosti različitog domena, pod organizacijom fondacija, ministarstva kulture, predstavništva u inozemstvu, te privatnog sektora" (Ibid: 897). Santrač smatra da kulturnom diplomatijom komunikacioni kanali između država ostaju otvoreni i onda kada nije moguće primeniti mere i postupke tradicionalne diplomatije, što zahteva „sofisticirano prikupljanje i analizu podataka o interkulturalnoj raznolikosti za planiranje učinkovite strategije [...] u prevladavanju krize" (Ibid: 897).

Kada je reč o istraživanjima kod nas, treba pomenuti i međunarodnu konferenciju „Bitef i kulturna diplomatija" održanu oktobra 2016. u okviru pedesetog festivala Bitef.

Imajući u vidu navedene rezultate istraživanja, kao i objektivne mogućnosti za realizovanje istraživanja, čini nam se opravdanim pokušaj da se pristupi ispitivanju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu, kako sa stanovišta analize sadržaja međunarodnih kulturnih veza Srbije sa svetom, tako i sa stanovišta procene srpskih i inostranih diplomatskih predstavnika i srpskih umetnika o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Srbije u svetu.

1. Kulturna diplomatija i međunarodna kulturna saradnja

1.1. Javna diplomatija kao okvir kulturne diplomatije

Države se, u međunarodnim diplomatskim odnosima, rukovode tačkama saglasja, kao i svojim ugledom i reputacijom u određenoj sredini, što potencira ulogu predstavljanja kulture i umetnosti. Prema shvatanju Džozefa Naja, u međunarodnim odnosima će biti „privlačnije one zemlje čije su ideje i kultura bliži važećim međunarodnim normama, koje jačaju svoj kredibilitet u inostranstvu putem svojih vrednosti i politika i koje pomažu da se uokvire određena pitanja i teme od značaja" (Nye, 2004: 31,32).

U knjizi *Diplomatija i kultura*, Miroslav Perišić je analizirao „u kojoj meri kultura jača međunarodnu poziciju zemlje, a samim tim i njenu diplomatiju čini uspešnijom", kao i „pitanje istorijskog iskustva kako jedna zemlja sebe predstavlja ili koje joj sve mogućnosti stoje na raspolaganju za afirmaciju svojih vrednosti, kako se gradi identitet i plasira van granica zemlje, koliko je spoljna politika važan faktor državne politike, a koliko je kultura značajan činilac spoljne politike i koliko sve to povratno utiče na unutrašnje prilike i društvo" (Perišić, 2013: 11).

Po mišljenju Ljiljane Rogač Mijatović, veoma je značajno „prepoznavanje javne i kulturne diplomatije kao dugoročno efektivnih sredstava u jačanju ugleda i pozicije Republike Srbije u međunarodnim odnosima" (Rogač Mijatović, 2013: 159). To implicira potrebu definisanja osnovnih ciljeva i koncepcije javne i kulturne diplomatije, u okviru spoljne i kulturne politike Republike Srbije. „Afirmacija i promocija identiteta, predstavljanje kulturne baštine, ali i kreativnosti i naučnih inovacija kao dela kulturnog kapitala zemlje, mogu biti značajni faktori kako za poboljšanje ugleda i imidža Srbije, tako i za uspostavljanje poverenja i poštovanja u međunarodnim odnosima" (Ibid: 159).

Pod terminom diplomatija podrazumeva se tradicionalna diplomatija prvenstveno usmerena na spoljnopolitičke delatnosti u međunarodnim okvirima, dok noviji termin javna diplomatija predstavlja „proces komunikacije koji iniciraju i/ili sprovode vlade sa stranim javnostima u pokušaju da uspostave razumevanje za svoje nacionalne ideje i ideale, svoje institucije i kulturu, kao i nacionalne ciljeve" (Tuch, 1990: 3). Prema Džozefu Naju, „značaj javne diplomatije se povećava u skladu sa jačanjem soft power-a na osnovu domaćih vrednosti kulture, politika, kao i spoljne politike" (Nye, 2004: 259). Javna diplomatija ima mnogo činilaca, počevši od ličnih međunarodnih kontakata, neformalnih međunarodnih odnosa i zvaničnih nastojanja da se dopre do širokih narodnih masa u drugim zemljama, pri čemu, umetnost i kultura igraju značajnu ulogu u oblikovanju međunarodnog imidža.

Javna diplomatija otvara mogućnosti za ostvarivanje dugotrajnijih međunarodnih odnosa, čak i u uslovima kada se, zbog različitih političkih i ekonomskih protivrečnosti veoma

retko može očekivati razvijanje dugoročnih međunarodnih odnosa. Imajući ovo u vidu, istoričar diplomatije Frenk Ninković primećuje da javna diplomatija predstavlja „unapređivanje komunikacije među narodima za razliku od komunikacije među vladama” i namenjena je „da gradi sporazume zasnovane na zajedničkim vrednostima” (Ninkovich, 1996: 3).

Javna diplomatija, prema američkom diplomati Edmondu Gullionu, koji ju je prvi upotrebio ovaj termin, predstavlja „ulogu štampe i drugih nevladinih interakcija privatnih grupa i interesa u jednoj zemlji sa onima u drugim zemljama, kao i uticaj ovih transnacionalnih procesa na formulisane politike i vođenje spoljne politike” (Gullion; prema: Tuch, 1990: 8). Međutim, još pre 40 godina Ed Marou je nastojao da prikaže razliku između javne i tradicionalne diplomatije, time što je pokazao da javna diplomatija „uključuje interakciju ne samo sa vladama država već, pre svega, sa akterima nevladinih organizacija i pojedinaca” (Murow; prema: Zečević, 2010: 10). Da je javna diplomatija „premašila granice tradicionalne, zvanične diplomatije”, istakle su i Margaret Vizomirski i Sintija Šnajder, potkrepljujući činjenicom da je „nastojala da utiče na svoju sliku u svetu i stavove javnosti u drugim zemljama, a samim tim, da indirektno izvrši pozitivan uticaj na oblikovanje spoljne politike i na vođenje međunarodnih odnosa između vlada” (Vizomirski, Šnajder, 2003: 6).

Što se tiče termina javna diplomatija, Đorđe Tomić navodi određenje koje je predložio Votson da je javna diplomatija „delatnost koja utiče na javno mnjenje u stranim zemljama” i „sredstvo uticaja na druge vlade” (Watson, 2005, prema: Tomić, 2011: 67). Značenje ovog termina je razradila Nensi Snou, koja razmatra „tri varijante diplomatskog djelovanja u zavisnosti od aktera, tj. od učesnika u diplomatskoj komunikaciji”. Te tri vrste su označene kao: a) „vlada prema vladi” (tradicionalni način po vestfalskom modelu); b) „vlada prema javnosti” (onako kako Votson vidi javnu diplomatiju); i v) „javnost prema javnosti”, što odgovara značenju kulturne diplomatije koje predlaže Milton Kamings (Snow, 2009: 6; prema: Tomić, 2011: 67,68).

Javna diplomatija podrazumeva interdisciplinarnu aktivnost države u ekonomskoj, kulturnoj, obrazovnoj, informacionoj i drugim sferama radi oblikovanja javnog mnjenja u državi prijema, kao i „globalno nametanje kulturnih vrednosti preko mreže kulturnih centara koje su sastavni deo diplomatskih mreža širom sveta, kako bi se stvorile pretpostavke za donošenje političkih odluka koje bi bile u interesu države koja preduzima 'javnu' diplomatsku aktivnost” (McClellan, 2006; prema: Nikšić, 2012: 25). Shodno tome, osnovne vrste savremene javne diplomatije jesu: ekonomska, kulturna, informativna i prosvetna, dok se njeni modeli odnose na njihove posebne karakteristike u operativnoj praksi određenih zemalja. U svojoj knjizi Javna diplomatija, Leonard navodi nove forme javne diplomatije, kao što su: NGO-diplomatija, poslovna diplomatija, dijaspora diplomatija i brend-diplomatija (Leonard, 2002; prema: Zečević, 2010: 10).

1.2. Pojam kulturne diplomatije

Termin kulturna diplomatija označavaju i sinonimi - međunarodna kulturna saradnja, međunarodna kulturna politika ili međunarodni kulturni odnosi. Termin kulturna diplomatija (Cultural Diplomacy) se koristi od 1948. godine, kada je upotrebljen u Deklaraciji o ljudskim pravima Ujedinjenih nacija, član 27 (1). Međutim, međunarodno-pravni status kulturne diplomatije regulisan je Bečkom konvencijom o diplomatskim (1961) i konzularnim (1963) odnosima, Konvencijom UNESKO-a o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza, Rezolucijama Evropskog parlamenta iz 1974. i 2007. godine, Ugovorima o EU iz Mastrihta 1992, kao i zajedničkom kulturnom politikom EU (Nikšić, 2012a: 5). Poput javne diplomatije, i kulturna diplomatija predstavlja tzv. meku komponentu državne moći koja se oslanja na ostale komponente države, poput ekonomskih, bezbednosnih i vojnih resursa. Ona prati ciljeve spoljne politike jedne države i, u skladu s tim, definiše svoje strategije, akcione planove i programe. Margaret Vizomirski i Sintija Šnajder smatraju da „umetnost i kultura mogu da daju jedinstveni doprinos javnoj diplomatiji” (Vizomirski, Šnajder, 2003: 7). Taj doprinos se ogleda kako u potpomaganju razmene u cilju obrazovanja i diplomatije obrazovanja, tako i u pružanju zapaženih rezultata u sopstvenom domenu. Po njihovom mišljenju, kulturna diplomatija stavlja „akcenat na razmenu pojedinaca i ideja, koja neposredno uključuje relativno mali

broj ljudi i zalaže se za promovisanje dugoročnog međusobnog razumevanja među narodima" (Ibid: 9).

Kulturna diplomatija podrazumeva i nastojanje neke države da utiče na svoj imidž u svetu, pa se kulturna diplomatija može smatrati podkategorijom javne diplomatije. „Umetnost i kultura, kao i mediji koji šire slike o svakodnevnom životu i vrednostima širom planete", u savremeno doba „imaju sve veći uticaj na imidž pojedinačnih nacija u svetu i, samim tim, predstavljaju sve važniji činilac konteksta u kome se razvijaju zvanični diplomatski odnosi" (Vizomirski, Šnajder, 2003: 5). Doprinos kulturne diplomatije, prema shvatanju M. Vizomirski i S. Šnajder, je višestruk, budući da umetnost, jedan od njenih instrumenata, govori univerzalnim jezikom, prevazilazeći granice i jezičke razlike; umetnost i kultura se obraćaju i onom emotivnom u čoveku, ne samo njegovom racionalnom; umetnost se uvek obraća javnosti i time zalaže za međusobno razumevanje, predstavljajući „odbrambeni mehanizam protiv sila globalizacije i kulturnog imperijalizma" (Ibid: 7).

Treba napomenuti da jedan broj autora eksplicitno posmatra međunarodne kulturne odnose kao sastavni deo spoljne politike. Kulturna diplomatija je, najčešće, deo zvanične državne diplomatije, deo spoljne politike. „Međunarodni kulturni odnosi vođeni su političkim ciljevima, kao što su jačanje uticaja u drugoj zemlji ili regionu, izgradnja nacionalnog imidža i reprezentacija nacionalnog identiteta, tako da će koristiti sve pozitivne rezultate nacionalnih kulturnih politika u cilju postizanja tih političkih ciljeva" (Rogač Mijatović, 2013: 147). Kulturna diplomatija bi trebalo da bude važan činilac u vođenju spoljnih poslova. U vezi s tim, Ljiljana Nikšić određuje kulturnu diplomatiju kao „veštinu uveravanja javnih aktera u zemlji prijema u kulturni nivo i kulturni kapital zemlje koja se predstavlja u inostranstvu, obezbeđujući joj na taj način poštovanje međunarodnih aktera i pozicioniranje među njima" (Nikšić, 2012a: 14). Cilj kulturne diplomatije jeste „da sopstveni kulturni identitet promoviše i utemelji kao segment vredan poštovanja civilizacijskog dostignuća nacije iz koje potiču i nastoje da kulturno dostignuće naroda bude činilac međunarodnih (kulturnih) odnosa i saradnje", što se realizuje kroz diplomatsku mrežu putem multimedijalnog predstavljanja široj populaciji u zemlji prijema. Ona smatra da se pomoću kulturne diplomatije „afirmiše i profilise imidž svoje zemlje kroz plasiranja ideja, projekata iz oblasti umetnosti, kroz kulturne manifestacije i vrednosne sisteme" (Ibid: 14). Radi obavljanja tih poslova MSP ima „mrežu i detaširane diplomate, a Ministarstvo kulture osmišljava nacionalnu strategiju i kulturnu politiku. Nijedna marketinška agencija ne može da brendira Srbiju kao srpska diplomatska mreža koja postoji u više od 178 zemalja sveta", kaže Nikšić i podseća na reči američkog politikologa Hantingtona: „Mi znamo ko jesmo kada znamo ko nismo, i to određuje naš identitet" (Nikšić, prema: Sretenović, 2013).

Prema Jagodi Stamenković, višem savetniku u Ministarstvu kulture i nekadašnjoj direktorki Kulturnog centra RS u Parizu, kulturna diplomatija predstavlja „pravi i siguran način za svaku državu da promoviše kulturni identitet i predstavi svoju baštinu svetu a istovremeno otvori vrata i drugim oblastima društva i ojača međunarodnu saradnju", dok njen cilj „nije samo jednokratni događaj, već građenje pozitivne reputacije jedne zemlje u svetu, pri čemu se insistira na kontinuitetu". I „dok klasična diplomatija predstavlja i dalje instrument države", po njenom mišljenju „kultura izlazi iz stega konvencionalnosti i svojim fleksibilnim pristupom pruža veću mogućnost komunikacije, pa i uticaja na bolje međusobno razumevanje u međunarodnim odnosima". Pri tome, ona govori o proaktivnoj ulozi Ministarstva kulture i informisanja, koje „kreira ciljne programe, poslednjih godina prvenstveno u metropolama EU, čineći pokušaj približavanja i predstavljanja zajedničkih evropskih vrednosti" i smatra da bi srpsku kulturu trebalo promovisati prvenstveno u multikulturalnim sredinama i u značajnim organizacijama, kao što su Evropska Komisija i Evropski Parlament u Briselu, UNESCO u Parizu, Ujedinjene nacije u Ženevi i Njujorku, Savet Evrope u Strazburu, ali i na bijenalima u Veneciji, Peking, Istanbulu i ostalim najznačajnijim festivalima. Kad su u pitanju programi iz oblasti kulture, ističe da se „vodi računa o tome da programi korespondiraju s godišnjicama i drugim značajnim datumima vezanim za srpsku kulturu, ili sličnim programima u zemljama prijema" (Stamenković; prema: Sretenović, 2013). Ksenija Graovac ističe da je kulturna diplomatija „često određena kao deo javne diplomatije i predstavlja diplomatski uticaj izvršen na inostrane zemlje bez upotrebe sile – koristeći miroljubivi dijalog, međusobno razumevanje,

informisanje i učenje". Po njenom shvatanju, kulturna diplomatija „vrši pozitivan uticaj na oblikovanje spoljne politike i vođenje međunarodnih odnosa [...] jačajući identitet države uprkos globalizaciji i imperijalizmu u kulturi.” (Graovac, 2007: 15).

Lorens Randerkamp pod kulturnom diplomatijom podrazumeva „produžetak ideja, informacija, umetnosti i drugih aspekata kulture među narodima radi podsticanja međusobnog razumevanja” (Runderkamp, 2008: 6). Kulturnom diplomatijom, navodi Peter Kacenštajn, „vlade nastoje da predstave specifične slike da bi podržale ili promenile postojeće identitete država” (Katzenstein, 2005: 38; prema: Rogač, 2011: 32). Nasuprot tome, Dragan Klaić izražava sumnju u pogledu „mogućnosti koje kulturna diplomatija može da ponudi sektoru kulture, naročito u smislu nedostatka negovanja kontinuiteta veza između različitih nacija” (Klaić, 2007: 41-42; prema: Zečević, 2010: 9). U pogledu dometa kulturne diplomatije, Ivana Zečević u svom radu „Multilateralna kulturna saradnja u okviru Programa delovanja Ministarstva kulture Republike Srbije”, ističe da „aktivnosti kulturne diplomatije imaju, pre svega, za cilj dugoročni aspekt u odnosima sa drugim zemljama” (Zečević, 2010: 9). Rogač Mijatović smatra da „kultura može da doprinese sticanju kredibiliteta u prezentaciji prema svetu, tako da su potrebe za promenama u konceptualizaciji i strateškoj organizaciji kulturne diplomatije Srbije čak još važnije” (Rogač Mijatović, 2017: 203).

Razmatrajući kulturnu diplomatiju sa stanovišta medija, Tejlor smatra da su od kraja XIX veka, Francuzi kreatori ovog pojma. „Ovo je politička delatnost koja služi nacionalnim interesima pod okriljem kulture” (Taylor, 1978: 235; prema: Santrač, 2014: 899,900). Slično tome, Sandra Santrač smatra da u „akademskim krugovima preovladava mišljenje da je kulturna diplomacija samo dio alata i u dubokoj sjeni javne diplomacije. Prvo, političari i diplomate, smatraju kulturnu diplomaciju kao dio običnog alata javne diplomacije, koji je sa svoje strane kod nekih i dio običnog oruđa vanjske politike” (Santrač, 2014: 900). Po njenom mišljenju, kulturna diplomatija daje doprinos „formiranju međunarodnih mostova i interakciju uspostavljenog umrežavanja i snažnog domena unutar kultura što nadilazi nacionalne i kulturne granice” (Ibid: 899). Osim toga, kulturna diplomatija se često koristi i u prevazilaženju političkih kriza. U vezi s tim, Santrač ističe da se prednost kulturne diplomatije u prevazilaženju kriza ogleda u tome da „može popraviti političke greške javne diplomacije, stvarati intimniji odnos između kultura i politika, te omogućiti i organizovati određenu vrstu foruma koji će sadržavati i poslati neformalne političke poruke, što čini neslužbenu političku komunikaciju. Takva komunikacija omogućuje javnoj diplomaciji odškrinuta vrata komunikacije u slučaju kriznih situacija i narušenih političkih odnosa” (Ibid: 907). Govoreći o tome koliko kultura utiče na oblikovanje slike jedne zemlje u svetu i na međunarodne odnose, Maja Vukadinović, napominje da je „strateški pristup izgradnji dobrih kulturnih odnosa preduslov za uspešnu diplomatiju, a kultura i politika se na ovom polju prepliću”, i ističe: „Mudro postavljena i sprovedena kulturna diplomatija posebno je važna za male zemlje i države koje su imale turbulentnu prošlost, kao što je Srbija. Prvenstveno malim zemljama nedostaje vidljivost i prepoznavanje globalne javnosti. Nedovoljno informacija, a posebno cirkulisanje informacija pogodnih za stvaranje predrasuda, može dugoročno da utiče na negativnu sliku jedne zemlje.” (Vukadinović, prema: Strugar, 2017). U svom radu pod nazivom Kulturna diplomatija kao političko sredstvo evropske integracije, Đorđe Tomić vezuje ovaj termin sa delokrugom odnosa s javnošću, pa je za njega „kulturna diplomatija državna djelatnost kojoj je cilj promocija, čak i propaganda u inostranstvu” (Tomić, 2017: 67).

Uz neospornu činjenicu da je kulturna diplomatija stara koliko je stara i sama diplomatija, V. Šutarov je u svom delu Koncepti na javnata diplomatija, so poseban osvrt na kulturnata diplomatija istakao da je kulturna diplomatija jedan od novijih koncepata u proučavanju spoljne politike i međunarodnih odnosa. U konceptualizaciji kulture u spoljnoj politici, smatra Šutarov, mora se pristupiti sa dva aspekta: 1) kao činiocu domaće (unutrašnjeg, internog) okruženja, koje utiče na dizajniranje i donošenje odluka u spoljnoj politici i 2) kao sredstvu spoljne politike, koje država svesno eksploatiše za postizanje svog uticaja u spoljnjem okruženju, tj. međunarodnoj zajednici (Šutarov, 2013: 22). Kulturna diplomatija, kad se primeni na više nivoa, poseduje jedinstvenu sposobnost da utiče na globalno javno mnjenje i ideologiju pojedinaca i zajednice, na kulturu i na nauku, što može da se izrazi preko pet značajnih načela koje je definisao Milton Kamings, a to su: 1) poštovanje i

priznavanje kulturnih razlika i kulturnog nasleđa; 2) globalni međukulturni dijalog; 3) pravda, jednakost i međuzavisnost; 4) zaštita međunarodnih ljudskih prava i 5) globalni mir i stabilnost (Cummings, 2003: 1; prema: Šutarov, 2013: 23).

Mihovil Gotal, u teorijskom pristupu razmatranju kulturne diplomatije Republike Hrvatske, istakao je da kulturna diplomatija kao „konkretna djelatnost i područje znanstvenog interesa na specifičan način obuhvaća i povezuje vanjsku i unutarnju politiku s kulturom, odnosno pitanjima vezanim uz kulturne odnose i razne društvene identitete” (Gotal, 2015: 141). Prema ovom autoru, kultura je oduvek bila deo međunarodne politike i diplomatije i uprkos tome, ovo područje se često zanemarivalo i u diplomatskoj praksi i u nauci. Međutim, poslednjih desetak godina interes za ovim područjem je porastao, a naročito otkako je američki teoretičar međunarodnih odnosa Džozef Naj promovisao koncept meke moći (Nye, 2004; prema: Gotal, 2015: 141). Gotal razmatra kulturnu diplomatiju kroz dve temeljne funkcije u zavisnosti od toga šta se određuje kao njen referentni objekat i kako posmatramo ulogu kulture u tom području. Prva funkcija se odnosi na tzv. meku moć kojom pojedini akteri, prvenstveno vlasti države-nacije, unilateralno sprovode spoljopolitičke ciljeve. Druga funkcija odnosi se na postizanje međunarodne saradnje. Po njegovom mišljenju, kod obe funkcije kultura postaje sredstvo za ostvarivanje interesa, s tim da se u „prvom slučaju promatra kao vlasništvo pojedine države, kojim se ona predstavlja drugim akterima u međunarodnom prostoru, a u drugom slučaju služi kao most za suradnju i najčešće se predstavlja kao zajedničko vlasništvo više uključenih strana” (Ibid: 143). Ove funkcije nisu međusobno suprotstavljene, jer je ostvarivanje međunarodne saradnje upravo spoljopolitički cilj svakog aktera, tako da ih treba posmatrati komplementarno. Međutim, obe funkcije se teorijski razlikuju s obzirom na to da ih određuju različiti motivi delovanja.

Politikolog Džozef Naj uvodi termin soft power ili meka moć. Nasuprot tvrdoj moći, koja je „zasnovana na prinudi i potiče od vojne i ekonomske moći”, meka moć je zasnovana na „sposobnosti jedne države da sprovodi svoju volju u koordinaciji sa drugim državama, koristeći se atraktivnostima svoje kulture i svojih vrednosti, ideja i institucija” (Nay: 8,9; prema: Šutarov, 2013: 23,24). Pomoću koncepta meke moći, koristeći resurse kulture, političkih vrednosti, unutrašnje i spoljne politike, Naj smatra da jedna država može da postane uzor drugima i da pridobija značajan uticaj (Nye, 2004). Kulturna diplomatija koristi resurse kulture u oblikovanju meke moći, ali, takođe, i elemente spoljne i unutrašnje politike. Uprkos tome što Naj u svojim stavovima eksplicitno ne spominje kulturnu diplomatiju, Gotal smatra da se ona jasno uočava kao područje javne diplomatije (Nye, 2004: 108-111; prema: Gotal, 2015: 143).

Džonatan Vikeri u članku Pre internacionalizma: diplomatija, ideologija i politička agentura za kulturu, ističe da danas kulturnu diplomatiju „karakterise je ono što Robert Albrow naziva kulturna politika ekrana – pokazivanja i predstavljanja nacije kroz kulturni spektakl” (Albrow, 2015: 384; prema: Vickery, 2017: 37). Serhan Ada piše da je kulturna diplomatija „usvojeno dete države-nacije” (Ada, 2017: 51), dok Goff ističe da „kulturna diplomatija može da priča drugu priču o jednoj zemlji” (Goff, 2013; prema: Ada, 2017: 51). Danas, kulturna diplomatija je neophodna komponenta u organizacionoj šemi ministarstava spoljnih poslova, i ona je, u najvećem delu, planirana i sprovedena od strane diplomata, u saglasnosti sa politikom i trendovima uspostavljenim ovim ministarstvima. Ada izdvaja tri modela prakse kulturne diplomatije: prvi, sa direktnom supervizijom države (Francuska, sa francuskim institutima koji su vezani sa MSP, Kina, sa kineskim kulturnim centrima vezanim za kinesko MSP), drugi, sa „nedržavnom” agencijom (Britanski saveti) i treći, između ova dva modela (holandski DutchCulture koji prima podršku i od evropske komisije). Kao dodatak ovim modelima, Ada navodi i glavni organ nemačke kulturne diplomatije – Götter institut, čiji su glavni principi precizirani kao „spoljni kulturni odnosi” od strane MSP, ali Nemačka se izdvaja svojom „galaksijom kulturne diplomatije” u kojoj mnoge institucije i privatne fondacije učestvuju diversifikovanim načinima. Nad-državni i sub-nacionalni nivo predstavlja model funkcionisanja kulturne diplomatije u kanadskoj državi Kvebek. U svakom slučaju, Ada argumentuje da je kulturna diplomatija „posao države” (Ada, 2017: 53).

S druge strane, Ada navodi da neki autori imaju protivrečne stavove u vezi propagande i diplomatije, dok drugi ističu diplomatiju kao instrument isključivanja politike, a treći

definišu kulturnu diplomatiju kao oblast iznad države (Hecht, Donfried, 2010: 9,10; prema: Ada, 2017: 53). Melisa Nizbet ističe da nas teoretičati međunarodnih odnosa podsećaju da međunarodni sistem uključuje lanac državnih i nedržavnih aktera, kao što su državne i nedržavne organizacije, multinacionalne korporacije, mediji, kulturne institucije, itd. (Nisbett, 2017: 108). Na početku ovog rada izvojena je definicija politikologa Miliona Kamingsa, za koga je kulturna diplomatija „razmena ideja, informacija, umetnosti i drugih aspekata kulture između država i njihovih naroda, u cilju podsticanja međusobnog razumevanja” (Cummings, 2009: 1). Ova definicija ne sugerise da je kulturna diplomatija državna stvar, niti da je njena svrha politička. Ipak, „diplomacija” sadrži konotaciju pregovora, očuvanja mira i međunarodnih odnosa, a država direktno i indirektno finansira kulturnu diplomatiju. Različiti autori se slažu da kulturna diplomatija ne može da reši političke probleme, ali može da doprinese razumevanju i poštovanju. I akademska literatura je već neko vreme zaokupljena različitim tumačenjima termina kulturne diplomatije, kulturnih odnosa, „meke moći”, propagande i kulturnog imperijalizma. Mičelov predlog kontinuuma je propaganda na jednom kraju, kulturna diplomatija u sredini i kulturni odnosi na drugom kraju (Nisbett, 2017: 106). Nizbet je 2017. godine sprovela istraživanje sa 150 američkih diplomata o tome kako oni koriste umetnost u svojim pregovorima. U ovom radu ona piše i o problemima koji se tiču nedostatka saglasnosti stavova subjekata kulturne diplomatije (ministarstava, institucija, OCD, individualnih umetnika) po raznim pitanjima: sadržaja programa, strategija, finansiranja... Takođe, ona navodi termine „plesna diplomatija”, „joga diplomatija”, „gastrodiplomacija”, „tviter diplomatija”, „digitalna diplomatija”, govori i o pomeranju kulturne diplomatije od formalnih diplomatskih predstavništava na obične građane. Hil i Bidl određuju da je meka moć odgovornost svih i da smo svi mi deo projekcije svoje zemlje u inostranstvu (Ibid: 111).

Biljana Tanurovska Kjulavkovski u članku Kulturna diplomatija, dijalog sa civilnim društvom ističe značaj javnog, privatnog i civilnog sektora kroz akcije kulturne diplomatije. Civilni sektor, takođe, posreduje, učestvuje i pregovara, a stvara i mogućnosti za dijalog između umetnika, kulturnih saradnika, publike, institucija itd. Kulturna diplomatija može da se artikuliše samo u dijalogu svih sektora koji predstavljaju jednu državu (Tanurovska Kjulavkovski, 2017: 221-225). I Švob Đokić vidi institucije inertnim, „dok neinstitucionalni akteri kulture pokazuju više i dinamičnije nivoe međunarodnog umrežavanja, saradnje i adaptibilnosti” (Švob Đokić, 2010: 163; prema: Žuvela, 2017: 176). Ana Žuvela ne pristupa kulturnoj diplomatiji kao subprostoru javne diplomatije koji se definiše kao metod promocije nacionalne kulture i građenja integriteta i kredibiliteta kroz kulturnu razmenu (Hong, 2011; Kim, 2011; prema: Žuvela, 2017: 173). Odnos između kulture i javne diplomatije je objašnjen kroz koncept moći, koji je suštinsko pitanje reprezentacije, a pitanje reprezentacije je postalo „diskurs i praksa kulturne politike” (Žuvela, 2017: 174). Dubrovački letnji festival je „nekada imao cilj da pokaže svetu da Jugoslavija nije nazadna komunistička zemlja, već nacija otvorena ka svetu, umetnosti i kulturnoj sceni. Očigledno, ove ambicije prodrone spoljne politike i građenje imidža kulturne svesti, bile su izdašno podržavane od strane javnih fondova i političkog patronata” (Ibid: 180).

1.3. Nadležnosti državnih organa R. Srbije u kulturnoj diplomatiji

Glavni akteri u oblasti međunarodne kulturne saradnje Republike Srbije, nesumnjivo, su Ministarstvo spoljnih poslova i Ministarstvo kulture i informisanja.

1.3.1. Ministarstvo spoljnih poslova

Ministarstvo spoljnih poslova Republike Srbije čine sledeće organizacione jedinice: 1) Sektor za bilateralu; 2) Sektor za multilateralu; 3) Sektor za Evropsku uniju; 4) Sektor za bezbednosnu politiku; 5) Sektor za konzularne poslove; 6) Generalni sekretarijat i 7) Komisija za međunarodno humanitarno pravo.

Sektor za bilateralnu saradnju obavlja poslove vezane i za „međunarodnu saradnju Republike Srbije sa drugim državama u cilju unapređenja bilateralnih odnosa i jačanja njenog međunarodnog položaja”. U Sektoru za bilateralnu saradnju deluje Odeljenje za međunarodnu kulturnu, prosvetnu, naučnu, tehnološku i sportsku saradnju, koje vrši delatnosti usmerene na: „razvoj prosvetne, kulturne, naučne, tehnološke i sportske saradnje Republike Srbije sa drugim državama; pripremu, zaključivanje i sprovođenje

sporazuma, programa i drugih ugovora sa državama i međunarodnim organizacijama u ovim oblastima - oslobađanje od carina robe koja je kulturno-prosvetnog ili naučno-tehnološkog sadržaja i koordinaciju poslova u vezi s dodelom stipendija domaćim i stranim studentima i druge poslove iz delokruga Odeljenja." Ovo je jedini organizaciona jedinica koja se eksplicitno bavi delatnostima međunarodne kulturne saradnje. Naravno, u Ministarstvu deluje i Nacionalna Komisija za Unesco, a u Parizu stalna misija Republike Srbije pri UNESCO-u.

Pomenućemo da u Sektoru za multilateralnu saradnju deluju, između ostalog i: Odeljenje za Ujedinjene nacije (u okviru ovog odeljenja formirana je i Grupa sa UNESCO); Odeljenje za Organizaciju za evropsku bezbednost i saradnju (OEBS) i Savet Evrope; Odsek za Pokret nesvrstanih zemalja, dok u Sektoru za EU funkcionišu i Odeljenje za institucije EU, kao i Odeljenje za regionalne inicijative. Aktivnosti navedenih organizacionih jedinica Ministarstva, mogu i na posredan način da budu vezane za kulturnu diplomatiju.

Važno je pomenuti da, u okviru Generalnog direktorata, radi Odsek za javnu diplomatiju koji obavlja poslove vezane za: „pripremu dnevnih i nedeljnih informativnih biltena za potrebe Ministarstva i diplomatsko-konzularnih predstavništava sa najvažnijim informacijama iz oblasti spoljne politike Republike Srbije; pomoć Pres-službi u organizaciji medijskih događaja; pripremu i održavanje internet prezentacije Ministarstva spoljnih poslova". Sadržaji internet prezentacija Ministarstva su, neretko, događaji iz oblasti srpske kulture i umetnosti u inostranstvu, u našim DKP-ima.

Kada je o inostranstvu reč, Republika Srbija ima ambasade (sa konzulatima) u 69 država, na nerezidencijalnoj osnovi pokriva još 118 zemalja, 24 zasebna konzulata, kao i sedam stalnih misija – UN u Njujorku i Ženevi, UNESCO u Parizu, OEBS u Beču, EU i NATO u Briselu, kao i Savet Evrope u Strazburu. DKP i misije Republike Srbije obavljaju aktivnosti kulturne diplomatije – u različitom obimu i formama, a „ukoliko u stranoj državi nema ambasade Republike Srbije ili ona nije u mogućnosti da obavlja svoje dužnosti, konzularno predstavništvo, po ovlašćenju ministra, a na osnovu sporazuma sa državom prijema, može da preuzme određene diplomatske funkcije”.

U inostranstvu, Republika Srbija ima samo jedan kulturno-informativni centar, i to u Francuskoj, u Parizu, o kome će biti reči u posebnom poglavlju. Na sajtu Ministarstva spoljnih poslova stoji: „Kulturno-informativni centar obavlja poslove javne diplomatije iz delokruga Ministarstva i drugih organa državne uprave iz oblasti kulture, u cilju povećanja ugleda Republike Srbije. U obavljanju poslova iz svog delokruga, kulturno-informativni centar dužan je da postupa u skladu sa Ustavom, zakonima, opšteprihvaćenim pravilima međunarodnog prava i potvrđenim međunarodnim ugovorima i podzakonskim opštim aktima, a po direktivama ministra i u skladu sa tim direktivama datim instrukcijama i uputstvima rukovodilaca nadležnih unutrašnjih jedinica Ministarstva, kao i ambasadora akreditovanog u državi prijema”.

1.3.2. Ministarstvo kulture i informisanja

U Ministarstvu kulture i informisanja, nakon 6. sistematizacije izvršene 2016. godine, postoje sledeće osnovne organizacione jedinice: 1) Sektor za kulturno nasleđe; 2) Sektor za savremeno stvaralaštvo i kreativne industrije; 3) Sektor za informisanje i medije; 4) Sektor za međunarodne odnose i evropske integracije u oblasti kulture; 5) Sektor za razvoj digitalne istraživačke infrastrukture u oblasti kulture i umetnosti i 6) Sektor za ekonomsko-finansijske poslove. U Sektoru za međunarodnu saradnju, evropske integracije i projekte (Sektor za međunarodne odnose i evropske integracije u oblasti kulture), između ostalih, „obavljaju se poslovi koji se odnose na: međunarodnu saradnju u oblasti savremenog stvaralaštva i kreativnih industrija; praćenje i iniciranje međunarodnih kulturnih manifestacija u oblasti savremenog stvaralaštva; saradnju u oblasti kulturnog stvaralaštva na jeziku i pismu pripadnika srpskog naroda u inostranstvu; praćenje i iniciranje međunarodne bilateralne i multilateralne saradnje u oblasti kulture; predlaganje i realizaciju programa za prikupljanje i raspoređivanje međunarodne pomoći; praćenje njihovog ostvarivanja posebno u skladu sa programima Uneska i Saveta Evrope; proces harmonizacije politika i propisa sa pravnom tekovinom Evropske unije; saradnju sa relevantnim institucijama EU; obradu svih kvantitativnih i kvalifikativnih parametara relevantnih za korišćenje sredstava iz fondova EU; pripremu strateških i programskih dokumenata za finansiranje iz fondova EU u oblasti elektronskih komunikacija,

poštanskog saobraćaja i informacionog društva; usklađivanje i nadgledanje aktivnosti drugih subjekata iz delokruga rada ministarstva tokom planiranja, pripreme, sprovođenja i praćenja sprovođenja projekata; koordinaciju aktivnosti neophodne za obezbeđivanje potrebnog nacionalnog sufinansiranja EU projekata; sprovođenje mera za uspostavljanje, funkcionisanje i održivost decentralizovanog sistema upravljanja fondovima EU ⁶ skladu sa relevantnim procedurama..." U okviru Sektora za informisanje i medije deluje Grupa za evropske integracije, međunarodnu saradnju i sprovođenje programa i projekata finansiranih iz međunarodnih fondova u oblasti javnog informisanja. Takođe, Ministarstvo kulture i informisanja, instrumentom konkursa po ³⁵java, podstiče i sufinasira međunarodnu kulturnu saradnju. To su: Konkurs za sufinansiranje mobilnosti umetnika i profesionalaca u oblasti kulture i umetnosti; Konkurs za predlaganje programa-projekata ⁷⁷blasti kulture i umetnosti za Kulturni centar Srbije u Parizu; Konkurs za sufinansiranje projekata iz oblasti kulture i umetnosti koji su podržani kroz međunarodne fondove; Konkurs za sufinansiranje projekata u oblasti prevođenja reprezentativnih ³ih dela srpske književnosti u inostranstvu; Konkurs za sufinansiranje predstavljanja srpske književnosti i izdavaštva na međunarodnim sajmovima knjiga; Konkurs za predstavljanje našeg slikarstva i arhitekture u Veneciji i dr.

1.4. Oblici i subjekti međunarodne kulturne saradnje

Kulturna diplomatija ili međunarodna kulturna saradnja može da bude bilateralna (sa jednom zemljom) i multilateralna (sa više zemalja). „Bilateralna saradnja sa pojedinim stranim zemljama ostvaruje se na osnovu međudržavnih ugovora i sporazuma (sa dugoročnim važenjem) ili na osnovu dvogodišnjih programa međudržavne kulturno-prosvetne saradnje. Multilateralna kulturna saradnja ostvaruje se, najčešće, posredstvom međunarodnih organizacija za kulturu" (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 324). Osim toga, međunarodna kulturna saradnja može da bude i regionalna, kao i da se odvija kroz umrežavanje međunarodnih kulturnih aktivnosti.

Bilateralna i ⁷multilateralna međunarodna kulturna saradnja pripada domenu delatnosti ministarstva inostranih poslova i ministarstva kulture preko diplomatskih predstavništava i kulturno-informativnih centara u inostranstvu. Bilateralna i multilateralna saradnja ozvaničava se potpisivanjem bilateralnih i multilateralnih sporazuma.

Regionalna saradnja podrazumeva oblik međunarodne saradnje između država u jednom regionu (saradnja podunavskih gradova, saradnja zemalja balkanskog regiona itd.), ali takođe i saradnju između subnacionalnih regiona unutar jedne države. Pored ovoga, postoji i saradnja gradova, koja u kontekstu međunarodne saradnje podrazumeva različite oblike saradnje između lokalnih zajednica unutar različitih država (bratimljenje gradova, međunarodni i transnacionalni kulturni projekti, međunarodne konferencije, manifestacije).

„Umrežavanje kao oblik međunarodne saradnje podrazumeva članstvo u međunarodnim mrežama“, [...] „dok članstvo u međunarodnim asocijacijama predstavlja udruživanje koje ima svoja predstavnička tela (komitete, savete) i održava redovne godišnje skupštine (EFAH – European Forum for the Arts and Heritage, ICOM – International Committee of Museums, ICOMOS – International Council of Heritage and Sites, itd)“ (Đukić, 2010: 162,163).

Međunarodni kulturni odnosi ostvaruju se i kroz direktnu institucionalnu saradnju aktera kulture koja nije posredovana od strane države ili transnacionalne organizacije - kroz koprodukcije, organizaciju međunarodnih događaja, istraživačke projekte, obrazovne programe, kao i kroz neposrednu saradnju između umetnika kroz učešće u transnacionalnim projektima pojedinaca i neformalnih umetničkih grupa. Ugledni i poznati umetnici i sportisti, „mogu postati ambasadori kulture UN“ [...] „ili kulturne diplomate i predstavnici svoje zemlje u inostranstvu (Kusturica kao višestrukog dobitnika nagrada na Filmskom festivalu u Kanu itd.)“ (Ibid: 162-163).

Pored posmatranja kulturne diplomatije i međunarodne kulturne saradnje sa stanovišta komunikacije, treba „praviti razliku između međukulturnog i međunarodnog komuniciranja“, pri čemu prvo predstavlja „odnos između grupa/pojedinaca koje mogu da pripadaju istom ili različitom društvu“, dok je drugo „rezervisano samo za odnose između nacija/država“ (Stojković, 2002: 40). Pri tome, važno je shvatiti i iskoristiti ulogu novih tehnologija, naročito informacionih tehnologija u kulturnoj politici i u domenu kulturne

diplomacije, imajući u vidu da „istraživanja pokazuju da su digitalizacija i nove tehnologije deo strukture kulturne politike kao alati kojima nasleđe i znanje postaju dostupniji; najviše podataka na većini profila zemalja odnosi se na digitalizaciju nasleđa, arhiva, muzeja, biblioteka”, što „povećava interaktivnu komunikaciju sa resursima kulturnih sektora” (Dragičević Šešić, 2008: 224).

Naravno, izuzetno je teško postići reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji između država među kojima postoji značajna razlika u ekonomskoj i političkoj, pa i medijskoj moći. Država je „jedan od osnovnih agenasa informaciono-komunikacionog sistema, jer sve njene navedene funkcije u znatnoj meri utiču najpre na njegovo oblikovanje, a zatim i na funkcionisanje”, pri čemu je na prvom mestu „njena uloga u normativno-pravnom oblikovanju odnosa između institucija, grupa i kanala koji čine informaciono-komunikacioni sistem” (Radojković, Stojković, 2009: 44), što je od najvećeg mogućeg značaja kada je kulturna diplomatija u pitanju.

Diplomatsko-konzularna predstavništva, u osnovi, nastoje da izgrade što povoljniju predstavu o svojoj zemlji, pri čemu njihove aktivnosti ne spadaju u masovne i javne, „što bi ih činilo delom nacionalnog informaciono-komunikacionog sistema zemlje domaćina” (Ibid: 71). Upravo s obzirom na ograničenja koja su nametnuta informativno-propagandnom delovanju diplomatsko-konzularnih predstavništava, „postaju jasniji razlozi iz kojih sve veći broj zemalja nastoji da te barijere maksimalno smanji tako što uspostavlja i posebne informativno-propagandne ustanove, koje, najčešće, u pravi plan stavljaju kulturne, naučne i obrazovne aktivnosti i nastoje da iskoriste sve mogućnosti povezivanja i saradnje sa medijima, institucijama i ciljnim grupama građana zemlje domaćina”, pri čemu „položaj i uloga ovakvih informativno-propagandnih ustanova premašuju okvir diplomatskih aktivnosti propisanih Bečkom konvencijom, pa se zato uređuju posebnim bilateralnim sporazumom zainteresovanih država, i to na osnovu reciprociteta”, što znači da „zemlja koja prihvati otvaranje inostranog kulturno-informativnog centra, automatski stiče pravo da kod druge strane osnuje istovetnu ustanovu”. U praksi, princip reciprociteta „često nije sam po sebi dovoljan da bi se ostvarila ravnoteža u komuniciranju između nekoliko najrazvijenijih zemalja i onih drugih, mnogo brojnijih zemalja koja najčešće nemaju sredstava da iskoriste mogućnosti koje im po načelu reciprociteta pripadaju”, pa zato „nekoliko najrazvijenijih zemalja ima kulturno-informativne centre u mnogim zemljama širom sveta, dok su mnogo ređi kulturno-informativni centri nerazvijenih zemalja” (Ibid: 71).

Kako međunarodna kulturna saradnja najčešće polazi od osnovnih načela spoljne politike jedne zemlje, to bi trebalo da važi i u slučaju Srbije, pa ona treba da se zasniva na principima ravnopravne saradnje sa svima koji to žele i nemešanju u unutrašnje poslove drugih, pri čemu je neophodno da državni organi podjednako vode računa o razvoju nacionalnog identiteta i nacionalne kulture, sa jedne strane, i razvoju međunarodnih odnosa, s druge strane (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 323-327).

1.4.1. Bilateralna kulturna saradnja

U okviru bilateralne kulturne saradnje se uglavnom sklapaju međudržavni ugovori o kulturnoj, obrazovnoj, naučnoj i sportskoj saradnji kojima se utvrđuju osnove za neposrednu saradnju određenih kulturnih, obrazovnih, naučnih i sportskih institucija dve države. Na osnovu potpisanih međudržavnih ugovora, utvrđuju se protokoli, odnosno programi bilateralne saradnje u kulturnoj, obrazovnoj, naučnoj i sportskoj oblasti za određeno vreme. Ovim protokolima se bliže određuju oblici i načini sprovođenja saradnje između zemalja potpisnica. Sporazumi o međudržavnoj saradnji i njima usaglašeni protokoli predstavljaju osnovni oblik tradicionalno koncipirane bilateralne saradnje Republike Srbije. Drugi značajan segment tradicionalno koncipirane međunarodne kulturne saradnje jesu Sporazumi kojima se reguliše osnivanje i status kulturnih institucija, kao što su kulturno-informacioni centri, instituti, saveti i slično. Kada je reč o kulturnim centrima koji imaju globalnu pokrivenost i široki spektar delovanja, kao što su Francuski institut, Britanski savet, Gete institut i Servantes institut, oni za svoje matične zemlje predstavljaju glavni instrument međunarodnih kulturnih odnosa radi ostvarivanja ključnih ciljeva, kao što su promocija jezika, kulturnog nasleđa, naučna, obrazovna i kulturna razmena.

Počev od 1954. i posebno 1955. godine naše kulturne veze sa inostranstvom su bile veoma razgranate i po obimu i po kvalitetu, kao i po raznovrsnosti. Saradnja je razgranata na mnoge zemlje, tako da je do 1958. godine Jugoslavija imala 12 sklopljenih kulturnih konvencija - sa Belgijom, Bugarskom, Kinom, Mađarskom, Mongolijom, Norveškom, Poljskom, Rumunijom, SSSR, ČSSR, Čileom, UAR, počela pregovore sa Indijom, Japanom i Grčkom i kulturnu saradnju sa 46 zemalja. Na osnovu sklopljenih konvencija razrađivani su konkretni godišnji planovi kulturne saradnje, ali sa nizom zemalja (SAD, Velikom Britanijom, Francuskom, Italijom, Holandijom) ostvarena je kulturna saradnja koja je prevazilazila saradnju sa zemljama sa kojima su sklopljene kulturne konvencije. Međunarodna kulturna saradnja ostvarivana je preko Komisije za kulturne veze sa inostranstvom i Jugoslovenske nacionalne komisije za UNESCO, kao i preko velikog broja ustanova iz oblasti nauke i kulture. Počev od 1950. godine u međunarodnu kulturnu aktivnost se uključuju folklor, opera, balet, pozorište, film, slikari, vajari i književnici (Perišić, 2013: 52). Iako se sa nekim zemljama ne realizuje saradnja, „sporazumi iz pedesetih i šezdesetih godina uglavnom se i dalje smatraju validnim” dok saradnja „sa većinom afričkih zemalja stagnira, sa nekima je i potpuno zamrla poslednjih desetak i više godina, a sporazumi sa njima se smatraju važećim”, što „se odnosi i na sporazume sa većinom južnoameričkih i bliskoistočnih zemalja” (Rogač Mijatović, 2011: 107). Republika Srbija, kao naslednica sporazuma SFRJ, u ovom trenutku, ima 83 važeća sporazuma bilateralne saradnje iz oblasti kulture. Pregled potpisanih Sporazuma bilateralne saradnje u oblasti kulture naše zemlje ukazuje da je, od ukupnog broja bilateralnih ugovora u ovoj oblasti, čak 30 sporazuma potpisano u periodu 2013-2018. godine (sa Kinom – više sporazuma, Evropskom unijom, Delegacijom EU u Srbiji, Crnom Gorom, Slovenijom, Makedonijom, Republikom Srpskom, Grčkom, Austrijom, Mađarskom, Poljskom, Belorusijom, Ruskom Federacijom, Azerbejdžanom, Turskom, Kuvajtom, Marokom, Katarom, Iranom, Alžirskom, Albanijom, Portugalom, Ukrajinom, Tunisom, Marokom, Kiprom, republikom Laos). Ovaj podatak govori o intenziviranju bilateralne međunarodne kulturne saradnje Srbije u pogledu usvajanja pravnih akata i dokumenata. Operacionalizacija usvojenih dokumenata trebalo bi da rezultira povećanjem obima prakse međunarodnih kulturnih odnosa.

1.4.2. Multilateralna kulturna saradnja

„Multilateralna kulturna saradnja predstavlja saradnju između više od dve države, ili sa grupom zemalja, međunarodnih organizacija ili međunarodnom zajednicom”. Multilateralna saradnja, iako nema „pravnu snagu”, neuporedivo je složenija od bilateralne. Ona je „vidljiva, direktna i dugoročna”, a njen značaj je višestruk, počev od nacionalne kulture, pa do njenog strateškog unapređenja. Osim toga, „ovaj oblik saradnje potpomaže proces regionalne saradnje”, pri čemu direktno „daje smernice u procesu harmonizacije nacionalnih legislativa (među pravnim instrumentima najbolji primer su međunarodne konvencije) i po svojoj prirodi ima dugoročne interese i rezultate” (Rogač Mijatović, 2011: 118).

U oblasti kulture, Republika Srbija je ratifikovala sledeće međunarodne konvencije: a) **Savet Evrope**: „Evropska konvencija o kulturi” (Pariz, 1954); „Konvencija o zaštiti evropskog arhitektonskog blaga” (Granada, 1985); „Evropska konvencija o prekograničnoj televiziji” (Strazbur, 1989); „Evropska konvencija o zaštiti arheološkog nasleđa” (Valeta, 1992); „Evropska konvencija o kinematografskoj koprodukciji” (Strazbur, 1992); „Okvirna konvencija Saveta Evrope o vrednosti kulturnog nasleđa za društvo” (Faro, 2005); „Evropska konvencija o zaštiti audiovizuelnog nasleđa” (Strazbur, 2001); b) **UNESCO**: „Konvencija za zaštitu kulturnih dobara u slučaju oružanog sukoba” (Hag, 1954); „Konvencija o merama za zabranu i sprečavanje nedozvoljenog uvoza, izvoza i prenosa svjine kulturnih dobara” (Pariz, 1970); „Konvencija o zaštiti svetske kulturne i prirodne baštine” (Pariz, 1972); „Zakon o ratifikaciji Protokola, uz sporazum o uvozu predmeta prosvetnog, naučnog i kulturnog karaktera”; „Konvencija o očuvanju nematerijalnog kulturnog nasleđa” (Pariz, 2003); „Konvencija o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza” (Pariz, 2005).

Sledeći radove Vesne Đukić, Milene Dragičević Šešić i Branimira Stojkovića, ukratko ćemo predstaviti najvažnije subjekte međunarodne kulturne saradnje - radi potpunijeg uvida u njene mehanizme a, time, i u njene potencijale u aktuelnom trenutku. Ključni subjekti

međunarodne kulturne saradnje su: UNESCO, Savet Evrope, Evropska unija, ICOM i ICOMOS.

„UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) jeste organizacija za obrazovanje, nauku i kulturu u okviru Organizacije ujedinjenih nacija“ formirana [...] „po završetku Drugog svetskog rata“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 328). Sa sedištem u Parizu, UNESCO danas ima 191 zemlju članicu. „Najviši organ UNESCO-a je Generalna konferencija, koja se održava svake druge godine“ i „usvaja dvogodišnji program i budžet čija visina zavisi od novčanog doprinosa zemalja članica“. „Sa kulturnim organizacijama pojedinih zemalja UNESCO se povezuje posredstvom nacionalnih komisija za saradnju sa UNESCO-m“ (Ibid: 330). Konvencija za zaštitu i promociju kulturne raznolikosti doneta je 2005. godine. UNESCO je na Generalnoj konferenciji 1976. godine, usvojio protokol o Sporazumu iz Firence koji ima tri osnovne preporuke za države potpisnice Univerzalne deklaracije o autorskom pravu: da ne naplaćuju carinske i druge namete na uvoz knjiga i drugih obrazovnih, kulturnih i naučnih materijala; da materijalno i novčano pomažu međunarodnu razmenu kulturnih dobara; da olakšaju uvoz kulturnih, obrazovnih i naučnih dobara namenjenih javnom izlaganju. Savet Evrope (SE) je međunarodna vladina organizacija koja ima ključni uticaj na savremene međunarodne odnose u Evropi koja „okuplja najveći broj evropskih zemalja“, i „zalaže se za koncept kulturne demokratije koji omogućuje da zajedničko kulturno nasleđe bude dostupno svim građanima Evrope“. „Savet za kulturnu saradnju je telo koje čine predstavnici svih zemalja potpisnica Evropske kulturne konvencije“ (Ibid: 330). Najvažnije kulturne akcije Saveta su: „dodeljivanje Evropske pozorišne nagrade, reprezentativne izložbe velikih evropskih umetnika, evropske godine muzike (1985) i kinematografije (1987)“, dok „posebnu pažnju Savet Evrope poklanja i obrazovanju menadžera u kulturi“, te „podrži mrežama u kulturi“ (Ibid: 331). Evropska unija (EU) kao „oblik nadnacionalnog povezivanja evropskih zemalja, stvorena ugovorom koji su zemlje članice dotadašnje Evropske zajednice potpisale krajem 1992. godine“. Međutim, „1998. godina predstavlja prekretnicu u odnosu Evropske unije prema kulturi“, kada je donet „dokument Novi podsticaj za kulturu u Evropskoj zajednici“. U ovom dokumentu su istaknuti prioriteti kulturne politike EZ: „stvaranje evropskog kulturnog prostora, unapređivanje evropske audio-vizuelne industrije, olakšavanje pristupa kulturnom nasleđu i povezivanje sa kulturama zemalja izvan EZ“. Takođe, „posebna pažnja se pridaje kulturnom razvoju regiona unutar EZ“ pa je formiran „i Evropski regionalni fond“, kao i projekat Kulturne prestonice Evrope (Ibid: 331-334). „ICOM (International Committee of Museums) je međunarodna organizacija muzeja i muzejskih stručnjaka posvećena konzervaciji i očuvanju [...] materijalnog i nematerijalnog svetskog prirodnog i kulturnog nasleđa“, osnovana 1946, ostvaruje „savetodavnu ulogu u Ekonomskom i Društvenom Savetu Ujedinjenih nacija“ sa „26.000 članova iz 151 zemlje“ (Đukić, 2010: 268).

„ICOMOS (International Council of Monuments and Sights) je međunarodni savet za spomenike i lokalitete koji ima nacionalne komitete u zemljama članicama Saveta“ (Ibid: 269).

U domenu kulture, Republika Srbija sa UNESCO-m ostvaruje saradnju preko Ministarstva spoljnih poslova, odnosno Nacionalne komisije za UNESCO, preko Stalne delegacije Republike Srbije u UNESCO-u u Parizu, kao i preko Ministarstva kulture i informisanja i Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. „SFRJ je 31. marta 1950. godine postala član UNESCO-a i iste godine formirala prvu nacionalnu Komisiju za UNESCO. Ustav UNESCO-a predviđa da sve države članice Organizacije osnuju Nacionalne komisije koje su savetodavna tela Vlade za oblasti njene nadležnosti. Srbija je izabrana za članicu Izvršnog saveta UNESKA za period 2015-2019. godine. Prethodno je bila članica ovog tela od 2005. do 2009. godine. Za Srbiju su od izuzetnog značaja sve oblasti rada UNESCO-a – obrazovanje, nauka, kultura i komunikacije, uz diverzifikovani pristup u saradnji“. Konvencija o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza (2005.) otvara međunarodno zakonodavni okvir za kulturne politike i promoviše mere za unapređenje međunarodne saradnje, dok Međunarodni fond za kulturnu raznolikost UNESCO-a (formiran na osnovu člana 18. ove Konvencije) finansijski podržava projekte iz kulture .

Kada je reč o saradnji Srbije sa Svetom Evrope, ona se realizuje preko „Ministarstva spoljnih poslova – Direkcije za OEBS i SE, i stalne misije Srbije pri Savetu Evrope u Strazburu, kao i preko Kancelarije Saveta Evrope u Srbiji. Poseban nivo saradnje obavljaju predstavnici Ministarstva kulture i informisanja u nadzornim komitetima i telima SE” (Rogač Mijatović, 2011: 123). Jedan od najdugoročnijih programa Saveta Evrope u „domenu zaštite kulturnog nasleđa i njegove integracije u evropskom okviru”, kao i kulturnog turizma jesu Putevi kulture (kulturne rute, kulturne maršrute). Putevi kulture Srbije, u programu Evropskih puteva kulture Saveta Evrope, su: Put kulture rimskih imperatora u Srbiji, Transromanika – put kulture romantičkog nasleđa i Tvrdave na Dunavu (Ibid: 123,124). Kulturne maršrute su važan program za promociju svetske kulturne baštine na tlu Srbije.

Najveći program Evropske unije u oblasti kulture bio je Kultura 2007-2013. U Briselu je 2008. godine potpisan Memorandum o razumevanju za učešće Republike Srbije u Programu Kultura 2007-2013 između Evropske unije i Republike Srbije. Cilj programa Kultura 2007-2013 je bio „jačanje kulturnog identiteta, razvoj saradnje u oblasti kulture između stvaralaca, kulturnih operatera i institucija, kao i razmena umetničkih dela i jačanje interkulturnog dijaloga” (Ibid: 127). Za realizaciju ovog programa na nacionalnom nivou bila je odgovorna je Tačka kulturnog kontakta (Cultural Contact Points), pri Ministarstvu kulture i informisanja.

Dimitrije Tadić u članku Program Kreativna Evropa kao instrument evropske saradnje, internacionalizacije i jačanja kapaciteta organizacija kulture i institucija u Srbiji je istakao da se Program Kreativna Evropa oslanja na niz strateških dokumenata Evropske unije i nudi jasan vodič za razvoj kulturnog sistema u Evropi. „Evropska agenda za kulturu”, kao glavni strateški dokument i kao jedna od zakonskih osnova Programa Kreativna Evropa, ističe tri glavna cilja: 1) promociju kulturne raznolikosti i interkulturnog dijaloga; 2) promociju kulture kao katalizatora kreativnosti i, u skladu sa Lisabonskom strategijom, zapošljavanje, inovativnost i kompetitivnost, kao i 3) promociju kulture kao vitalnog dela međunarodnih odnosa Evropske unije. Drugi važan dokument je „Plan rada za kulturu 2015-2018”, čiji su prioriteti dostupnost i inkluzivnost kulture, kulturno nasleđe, kreativna ekonomija i inovacije, praeene kulturnom raznolikošću, mobilnošću i kulturom u funkciji spoljnih odnosa EU. „Beli papir interkulturnog dijaloga” iz 2008. godine predstavlja srž evropske kulturne politike. Tako termin interkulturni dijalog potvrđuje da „svaki građanin ima mnoštvo identiteta kao što su: pol, uzrast, rod, interesovanja i ukusi, seksualno opredeljenje, nivo obrazovanja i slično” (Tadić, 2017: 265,266). Program Kreativna Evropa insistira na različitim vezama, u smislu međusektorske saradnje (kultura i obrazovanje, kultura i turizam itd.) i u smislu saradnje između institucija i organizacija javnog, civilnog i privatnog sektora, kao i u vidu interdisciplinarnog i multimedijalnog umetničkog koncepta. Koordinator Programa Kreativna Evropa je Ministarstvo kulture RS. Prva konferencija Kreativna Evropa Desk Srbija „Program Kreativna Evropa 2014-2020: Srbija i perspektiva evropske saradnje”, održana je 2014. godine, a druga 2015. godine. Konkurs Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije za mobilnost umetnika je započet 2015. godine, sa ciljem podrške evropskoj i međunarodnoj saradnji i umrežavanju (Ibid: 268-271). Osim toga, Tadić izdvaja specijalne konkurse za prevođenja dela srpskih pisaca u inostranstvu, kao i konkurse za „sufinansiranje organizacije i realizacije godišnjih programa predstavljanja srpske književnosti i izdavaštva na međunarodnim sajmovima knjiga”. Novina su i konkursi za programe KIC-a u Parizu, kao i konkurs za „sufinansiranje projekata iz oblasti kulture i umetnosti podržanih od strane međunarodnih fondova” (Ibid: 269).

Nina Mihaljinac u svom radu Strateški razvoj i međunarodna kulturna saradnja u Srbiji ističe da je Desk Kreativna Evropa Srbija organizovao Forum Kreativna Evropa u aprilu 2016., u okviru koga su „organizovane ekspertske radne grupe sa ciljem da ponude sistemske preporuke za razvoj međunarodne saradnje u sedam oblasti kulture u Srbiji: audio-vizuelnoj produkciji, vizuelnim umetnostima, izvođačkim umetnostima, literaturi i izdavaštvu, kreativnim industrijama, kulturnoj baštini, nauci i teoriji kulture i umetnosti” (Mihaljinac, 2017: 275). Sve grupe su saglasne da „specifična priroda kulturnog i istorijskog nasleđa predstavlja glavnu snagu srpske kulture, sa aspekta međunarodne saradnje (posebno period socijalizma, ali takođe i etno-nasleđe)”. Osim toga, radne grupe

su prepoznale „entuzijazam, stručnost i uspostavljanje ličnih profesionalnih veza (ali ne institucionalnih) kao ključnu snagu za razvoj međunarodne saradnje, što se odnosi prvenstveno na umetnike i druge kulturne poslenike koji žive u Srbiji, dok su neke radne grupe govorile i o potencijalima koje nude čvrste međunarodne pozicije ličnosti iz dijaspora”. Kao slabosti u međunarodnoj saradnji, izdvojeni su politika ljudskih resursa i razvoj publike. Zato su preporuke usmerene na obuku i angažovanje usko-stručnih kadrova i menadžera u ovim oblastima. Istaknuta je dobra praksa nagrađivanja, umrežavanje, konkurs za mobilnost umetnika, kao instrumenti podsticaja savremenog stvaralaštva, a „skoro sve grupe su predložile otvaranje informativnog i uslužnog centra čija bi misija bila širenje informacija o mogućnostima međunarodne saradnje” i organizovanje treninga i drugih oblika edukacije za konceptualizaciju i menadžment međunarodne saradnje. Sve date smernice radnih grupa za razvoj međunarodne saradnje potpuno su u skladu sa smernicama evropske kulturne politike. Kao prioritet međunarodne saradnje u Srbiji, jedino nije prepoznat „razvoj kreativnih industrija koji je važna tema na nivou EU”. Domaći eksperti radije stavljaju akcenat na stvaranje kapaciteta kadrova, podizanje kvaliteta produkcije i postizanje bolje komunikacije, i na profesionalnoj sceni i sa publikom, kao i sa širim okruženjem (međusektorska saradnja) (Mihaljinac, 2017: 280-282).

Osim navedenih međunarodnih organizacija, postoji niz manjih međunarodnih organizacija i asocijacija, u kojima Republika Srbija ima aktivno učešće. To su, pre svega, Međunarodna organizacija Frankofonije, Savet ministara kulture Jugoistočne Evrope, kao i Crnomorska ekonomska saradnja, Forum slovenskih kultura, Jadransko-jonska inicijativa, Dunavska saradnja i druge organizacije. ((Rogač Mijatović, 2011: 129). Međunarodna organizacija Frankofonije (Organisation Internationale de la Francophonie) ima 88 članica, osnovana je 1970. i predstavlja države sa ukupno 300 miliona ljudi koji govore francuski jezik. Učešćem u ovoj organizaciji, Srbiji se pruža „mogućnost unapređenja dugoročnog kulturnog razvoja, kao i očuvanja prava na kulturnu posebnost i nacionalni identitet, u sklopu ekonomske, tehnološke i turističke saradnje” (Ibid: 128). Savet ministara kulture Jugoistočne Evrope (Council of Ministers of Culture of South East Europe), od 2005. Godine, predstavlja praksu „regionalne saradnje na ministarskom nivou” i „ima značajniju političku, nego praktičnu, programsku ulogu, s obzirom na to da članove Saveta predstavljaju isključivo ministri država članica” (Ibid: 128).

Kada je reč o skandinavskim zemljama, međunarodna saradnja Srbije se odvijala i prema HWE projektu čiji je inicijator bio Nordijski centar za izvođačke umetnosti (NordScen) i koji je deo šireg programa kulturne razmene između zapadnobalkanskih i nordijskih zemalja. Ovaj projekat se temelji na „saradnji iskusnih partnera i umetnika koji se bave izvođačkim umetnostima i imaju jaku bazu u lokalnim umetničkim zajednicama”. Projekat se odvijao u dve faze. Prva faza projekta (2004.) je obuhvatala gostovanje nordijskih umetnika u balkanskim zemljama tako što je u tri grada istovremeno održano šest radionica. U ovoj fazi su uspostavljene međunarodne veze u oblasti kulture na liniji: Beograd - Helsinski. Druga faza projekta (2005.) je činila posetu umetnika sa Balkana nordijskim zemljama. Završna prezentacija učesnika iz svih gradova je održana u Malmeu (Švedska). U međunarodnoj kulturnoj saradnji Srbije brojne su muzejske delatnosti - Narodni muzej, kao i Muzej savremene umetnosti imaju brojne protokole saradnje i značajnu saradnju sa inostranim partnerima; biblioteka delatnost - „aktivnost Narodne biblioteke Srbije kroz više od 50 bilateralnih dogovora o saradnji sa najrelevantnijim evropskim i svetskim bibliotekama”, i, kroz, 2008. godine, pridruživanje „Svetskoj digitalnoj biblioteci i mnogim drugim inicijativama i projektima (Butigan Vučaj, 2009)”; pozorišna umrežavanja – „Jugoslovensko dramsko pozorište je član Evropske pozorišne unije, Evropske pozorišne konvencije, NETA (Nova evropska pozorišna akcija), a Bitef-teatar je član ENPARTS – evropske mreže predstavljačkih umetnosti, partner je sa Dance Umbrella, sa berlinskom Festszenom i drugim partnerima u pozorišnim koprodukcijama koje podržava Evropska komisija”; muzički festival Bemus je deo „Evropske asocijacije festivala koja okuplja preko sto najprestižnijih muzičkih i pozorišnih festivala starog kontinenta”. U Beogradu se realizuje međunarodna kulturna saradnja u najvećem obimu i naš glavni grad „ima u svakom domenu umetnosti adekvatan i značajan međunarodni događaj (Fest, Bemus,

Bitef, Sajam knjiga, Oktobarski salon...), a takođe, i sa stanovišta publike – Belef, Radost Evrope, Tiba..." (Mujović, 2010: 384,385).

1.5. Organizacija i trendovi međunarodne kulturne saradnje

Svaka zemlja kroz diplomatsko predstavljanje u inostranstvu, osim političkog, ekonomskog i vojnog aspekta, u značajnoj meri predstavlja i svoje kulturne vrednosti i kulturne tradicije zemlje. Većina zemalja međunarodne kulturne odnose smatra za „integralni ili značajan deo svoje spoljne politike”. Primera radi, Kanada ističe kulturu kao jednu od „tri glavne komponente svoje spoljne politike (sa ekonomijom i politikom)”, dok Holandija sagledava „međunarodne kulturne odnose i spoljnu politiku kao međusobno zavisne komponente”. Kulturna diplomatija Sjedinjenih Američkih Država je „pre baza i podrška za sprovođenje i unapređivanje spoljne politike, nego integralni deo nacionalnog diplomatskog repertoara ili niza nacionalnih interesa koji će biti unapređeni na međunarodnom nivou” (Vizomirski, Šnajder, 2003: 19). Prema Vizomirski i Šnajder, ciljevi i prioriteta kulturne diplomatije, odnosno međunarodnih kulturnih odnosa, u nekim zemljama mogli bi se predstaviti na sledeći način: „Francuska teži da kombinuje tradicionalnu promociju francuske kulture i jezika sa novim naglaskom sopstvenog kulturnog pluralizma i različitosti, obavezujući se na međunarodnu kulturnu saradnju”; Austrija, Kanada i Velika Britanija, „teže da isprave ono što se smatra zastarelim nacionalnim imidžom”, pri čemu Austrija „traži podjednako i savremenu i istorijsku sliku i želi da se pozicionira kao vođa i partner susednim kulturama Srednje i Jugoistočne Evrope”, dok Velika Britanija „teži da izgradi poštovanje za svoju kreativnost, naučne inovacije i uspehe”; Holandija, opet, razvija „međunarodni imidž slobodne luke kulture ili međunarodnog mesta susreta”; Švedska ističe svoju međunarodnu ulogu „u trajnom razvoju (ekonomskom, socijalnom, demokratskom, kulturnom i humanom)” (Ibid: 20). Kada je administrativna struktura kulturne diplomatije neke države u pitanju, u Austriji i Francuskoj, „ministarstvo inostranih poslova određuje primarni pravac preko međunarodnih kulturnih odnosa”, dok je „komunikacija sa ministarstvima kulture ograničena i uglavnom neformalna”. U Japanu i Holandiji „međunarodni kulturni odnosi su zajednička odgovornost ministarstva inostranih poslova i ministarstva kulture”, s tim što se u Holandiji međunarodni kulturni odnosi razvijaju pri ministarstvu obrazovanja, kulture i nauke. U Velikoj Britaniji i Švedskoj, s druge strane, „ministarstvo inostranih poslova često imenuje predstavnike za međunarodne kulturne odnose u nevladinim organizacijama” pa su to Britanski Savet (British Council), Visiting Arts ili Švedski institut. „Mnoge zemlje, takođe, koriste nevladine agencije u međunarodnim kulturnim odnosima bez obzira na to što njihova ministarstva ili ministri imaju formalnu i/ili finansijsku obavezu”, kao, na primer, Francuska i Austrija, u kojima se kulturnom diplomatijom bavi prvenstveno ministarstvo spoljnih poslova, ali je ministarstvo inostranih poslova sprovodi kroz mrežu nevladinih organizacija - Alliance Française Language Institutes i l'Association Française d'Action Artistique, Austrijski kulturni forumi, dok Nemačka ima sličnu mrežu Gete instituta (Ibid: 21-23). Sve zemlje, takođe, obezbeđuju infrastrukturu za međunarodne kulturne odnose preko ambasada i konzulata u inostranstvu.

Kada su Sjedinjene Američke Države u pitanju, ove autorke smatraju da kod njih sazreva shvatanje da je kulturna diplomatija najbolje oruđe koje, insistirajući na nematerijalnim vrednostima, može da ukaže na značaj i veličinu Amerike. Još „džez turneje, pedesetih i šezdesetih godina HH veka, kao i početni programi razmene, kao što su Fulbrajtovi i Ajzenhauerovi, sadržali su mnoga obeležja najbolje prakse u kulturnoj diplomatiji”, jer prakse treba da: „prenesu određeni aspekt američkih vrednosti”; „zadovolje interese zemlje-domaćina ili regiona domaćina”; „pružuje zadovoljstvo, informacije”; „otvore vrata američkim diplomatama ka zemlji-domaćinu”; pokažu „drugu dimenziju ili alternativu zvaničnim predstavnicima SAD u toj zemlji”; „formiraju i neguju dugoročne veze” (Ibid: 103). U tom smislu, iako „proizvodi popularne kulture, filmovi, televizija i muzika, važe za američki proizvod koji se najviše izvozi”, a s obzirom na to da „popularna kultura nije najbolji ambasador”. Ipak, popularna kultura je „pozitivno sredstvo za oblikovanje svetskog javnog mnjenja”, i neosporno, i pored imperativa komercijalnosti, značajno, ako ne i presudno, utiče na širenje „američkih vrednosti” u svetu (Ibid: 115). U praksi američkog Stejt departmenta, kulturna diplomatija čini sastavni deo javne diplomatije. Naime, u izveštaju Savetodavnog komiteta o kulturnoj diplomatiji iz 2005. godine stoji:

„Kulturna diplomatija je glavni stub javne diplomatije, jer, kulturnom djelatnošću jedna nacija najbolje predstavlja sopstvenu sliku o sebi. Kulturna diplomatija može unaprijediti našu bezbjednost na raznovrsne suptilne i održive načine. Upravo je istorija zabilježila da je američko kulturno bogatstvo igralo jednako važnu ulogu kao i vojno dejstvovanje u našem zauzimanju mjesta međunarodnog predvodnika, uključujući i rat protiv terorizma. Jer, vrijednosti usađene u naše umjetničke i intelektualne tradicije predstavljaju bedem protiv mračnih sila“. Ovaj pogled na kulturnu diplomatiju „praćen je preporukama koje pozivaju da se uveća finansiranje kulturne diplomatije, da se neposrednije u njoj angažuje diplomatsko osoblje, da se umnože programi kulturne razmjene... Kulturna diplomatija je tako mobilisana, barem na deklarativnom planu, kao sredstvo zaštite nacionalne bezbjednosti“ (Tomić, 2011: 68).

Ruska Federacija, koja je od 1996. godine član Saveta Evrope, ima vođenu i strateški planiranu kulturnu diplomatiju. Ministarstvo spoljnih poslova Ruske Federacije je „1999. godine osnovalo Savet za kulturu, nauku i obrazovanje, a dve godine kasnije, Ministar je usvojio prvi koncept međunarodne kulturne saradnje kao instrumenta unapređenja spoljne državne politike, pa su od tada, mnoge diplomatske i međunarodne događaje pratili kulturni i umetnički programi. Naglasak spoljne politike bilo je prezentovanje ruske kulture“. Primera radi, 2005. godine, „jubilej OUN obeležila je velika izložba Rusija, u Gugenhajm muzeju u Njujorku. [...] Predsedavanja Svetom ministara Saveta Evrope i Šangajske saradnje bila su nova prilika za promociju ruske umetnosti u inostranstvu. [...] MSP je aktivno učestvovalo u obeležavanju 2007. godine kao Godine ruskog jezika. Iste godine se u Rusiji i azijskim zemljama održavala Godina kineske odnosno ruske kulture. Godine 2008. u nekoliko država Latinske Amerike održali su se Dani ruske kulture, dok se u Japanu održavaju Festivali ruske kulture do 2011. godine [...] Godina 2009. proglašena je Godinom Francuske u Rusiji, a 2010. vice versa [...] Pod MSP funkcioniše 39 centara ruske kulture i nauke, u kojima se uči ruski jezik, okuplja dijaspora i daju stipendije stranim studentima za usavršavanje u Ruskoj Federaciji“ (Mujović, 2010: 380,381).

Predstavljanje francuske kulture u inostranstvu jedan je od najstarijih činilaca diplomatije ove zemlje. Francuska kulturne akcije implementira preko svojih DKP-a, 150 francuskih instituta, kao i 1000 centara Francuske alijanse. „Culture France je osnovan 1922. kao struktura koja implementira politike kulturne razmene definisane od strane ministarstva spoljnih poslova u saradnji sa ministarstvom kulture i komunikacija [...] Francuska organizuje i kulturne događaje u saradnji sa stranim ambasadama; npr. proslave – Godina Brazila, Francuska u Kini, Vek diplomatskih odnosa između Francuske i Koreje...). [...] Strane kulturne institucije smeštene u Francuskoj predstavljaju svoju kulturu francuskoj publici. Najpoznatiji u Francuskoj je Institut arapskog sveta (IMA), osnovan 1987, kao plod partnerstva Francuske i 22 arapske zemlje. Druge institucije koje takođe promovišu strane kulture su: Muzej evropske i mediteranske civilizacije u Marseju, Guimet – muzej azijske umetnosti, Muzej primitivne umetnosti u Parizu... Međunarodna Agencija za muzeje osnovana je 2007. sa ciljem da obezbedi razvoj francuskih muzeja u zemlji i inostranstvu, kao i podršku različitim projektima francuskih muzeja u inostranstvu – npr. Luvr u Abu Dabiju [...] Francuska je ključni subjekat i akter Međunarodne organizacije Frankofonije OIF, osnovane sedamdesetih godina prošlog veka, koja predstavlja oko 200 miliona ljudi koji danas govore francuski jezik i koja ima 68 članova. Podržavaju je MSP, MKiK, Ministarstvo nacionalnog obrazovanja, a direktno su za nju nadležni premijer i predsednik Republike“ (Mujović: 378,379).

Od regionalnih zemalja, navešćemo primer Slovenije, koja u inostranstvu ne osniva kulturne centre, ali „brojne institucije kulture ostvaruju međunarodnu saradnju polivalentnih modela“. Politički i pravnu snagu u kulturnoj diplomatiji Slovenije nosi „Nacionalni program kulture 2008-2011. koji definiše imperativ predstavljanja Slovenije inostranstvu kao jedinstvenog spoja tradicije i inventivnosti, ali i integralan deo evropske kulture. Posle pridruživanja EU, MSP Slovenije je promenilo i usmerilo delovanje prema zemljama van EU, naročito prema zemljama jugoistočne Evrope. Na bilateralnom nivou Slovenija sarađuje sa EU zemljama, na multilateralnom sa Srednjevoproskom inicijativom, učestvuje u akcijama različitih mreža..., kao i u EU programima – Kultura 2007, Medija 2007, Minerva plus; različitih fondova – naročito Evropskog fonda za regionalni razvoj, dok najviše učestvuje u programima Saveta Evrope – Eurimaž, Evropsko zajedničko nasleđe,

Evropska mreža nasleđa... [...] Slovenija aktivno učestvuje u radu međunarodnih organizacija – UNESCO-a, Saveta Evrope, EU, kao što je uključena i u multilateralne i regionalne akcije i inicijative - Centralnoevropska inicijativa, Kvadrilateralna (Italija, Slovenija, Hrvatska i Mađarska), Jadransko-jonska inicijativa, Centralnoevropska kulturna platforma, Alpsko-adrijska radna grupa...“ (Ibid: 381,382).

Radi procene rezultata međunarodne saradnje, „kako u pogledu ostvarivanja programskih kvaliteta, tako i u pogledu organizacionog razvoja“, Dragičević Šešić i Dragojević određuju sledeće kriterijume: „uključivanje u rad evropskih i regionalnih mreža; ostvarivanje projekata na međunarodnom nivou; uključivanje u programe i projekte razvoja međunarodnih organizacija; korišćenje makroregionalno dostupne resursne osnove (kadrovske, informacione, tehničke) u cilju boljeg međunarodnog pozicioniranja i organizacije i regije; uključivanje u vlastite projekte i aktivnosti pojedinaca i grupa iz drugih zemalja i sredina itd“ (Dragičević Šešić, Dragojević, 2005: 220). Za svaki od navedenih kriterijuma neveden je i određen broj indikatora. Što se Srbije tiče, u domenu kulturne diplomatije važno je razvijati multidimenzionalne aspekte kulture odnosno „kultura treba da bude sagledana kao multidimenzionalna oblast društvenog razvoja“ (Đukić, 2010:313). „Srpska srednjovekovna kultura doživljava svoj procvat zahvaljujući uticajima vizantijske i zapadnoevropske kulture“, samo što „međusobni uticaji nisu uvek imali oblik saradnje već su se neretko ispoljavali u obliku kulturne asimilacije“, kako bi se danas reklo u kulturnom imperijalizmu (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 323), te je važno da se formira platforma Srbije za međunarodni kulturni nastup.

1.6. Kulturno-informativni centar u Parizu kao instrument kulturne diplomatije Srbije
Nacionalni kulturni instituti i kulturno-informativni centri su veoma važni institucionalni oslonci međunarodnim kulturnim odnosima, ali prvenstveno instrumenti za promociju nacionalnog kulturnog identiteta.

U Republici Srbiji nekoliko zemalja iz Evrope i sveta ima svoje kulturno-informativne centre, koji funkcionišu u različitim institucionalnim okvirima. Globalna mreža kulturnih instituta i centara koji imaju najdužu tradiciju i najveći uticaj u oblasti savremenih međunarodnih kulturnih odnosa obuhvata, pre svega, Francuski institut, Britanski savet, Gete institut, Institut Servantes...

Prema Mileni Dragičević Šešić i Branimiru Stojkoviću, kulturni centar predstavlja jedan od institucionalnih oblika kulturno-obrazovne delatnosti sa funkcijom plasmana kulturnih dobara u javnosti. Pored opšte funkcije ovakvih institucija ka omogućivanju „širokim društvenim slojevima da steknu znanje neophodno u borbi za emancipaciju – nacionalnu, klasnu, elitnu, polnu“, kulturni centri neke države u inostranstvu imaju naročito istaknut cilj kako u „očuvanju sopstvenih kulturnih tradicija i jezika“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 158), tako i u reprezentaciji kulture i kulturnog identiteta date zemlje u međunarodnom kontekstu.

Model kulturnog centra „zasniva se na koncepciji koja podjednak značaj daje prikazivanju vrhunskih dela umetničkog stvaralaštva, njegovom podsticanju, ali i animaciji i edukaciji stanovništva“, objedinjavajući u sebi zadatke stvaralaštva, animacije i difuzije“ (Dragičević Šešić, Stojković 2007: 161,162). Prioritet, svakako, predstavlja „uspostavljanje saradnje sa svim institucijama i organizacijama čiji članovi predstavljaju njegovu potencijalnu publiku, što samo naglašava činjenicu kako je kulturni centar po definiciji, počev od domena osnivanja, organizacije i finansiranja upućen na međusektorsku i međuresorsku saradnju unutar države osnivača, ali i na saradnju sa vladinim ili nevladinim institucijama i organizacijama zemlje-domaćina, kao i sa institucijama i organizacijama međunarodnog karaktera“, te, dakle, „kulturni centar neke države u inostranstvu ne može uspešno da funkcioniše bez uspostavljanja adekvatnih strategija partnerstva i internacionalizacije“ (Mujović, 2014: 234).

Jugoslovenski kulturni centar u Parizu otvoren je 26. maja 1973. godine, nakon razmene nota između Vlade Federativne Republike Jugoslavije i Francuske u oblasti informacionih centara potpisan 9. jula 1961. godine u Beogradu. Pod nazivom Kulturni centar Savezne Republike Jugoslavije, centar je funkcionisao do 4. februara 2003. godine, a nakon raspada Državne zajednice Srbija i Crna Gora, 3. juna 2006. godine, Kulturno-informativni centar je i formalno postao Kulturno-informativni centar Srbije u Parizu (KIC). Za rad Kulturno-informativnog centra, „na samom početku, bilo je zaduženo Ministarstvo

informisanja da bi potom bio predat u nadležnost Ministarstvu inostranih poslova SFRJ. [...] KIC je imao zadatak da stranu javnost upoznaje sa političkim, kulturnim, naučnim i ostalim sadržajima, kao i našom baštinom i aktuelnim stvaralačkim dostignućima, u cilju afirmacije i ugleda SFRJ u svetu. [...] Od 2007. godine Ministarstvo kulture Srbije, na osnovu dogovora i potpisanog protokola sa Ministarstvom spoljnih poslova Srbije preuzelo je brigu o koordinaciji i finansiranju značajnog dela programskih aktivnosti KIC-a. [...] Pri predlaganju i kreiranju programa KIC-a vodi se računa i o odnosu predstavljanja savremene umetničke scene i nasleđa, ali i o datumima i temama u agendama značajnih francuskih i međunarodnih manifestacija kao što su Dan frankofonije, Svetski dan muzike, Noć muzeja, Proleće pesnika, Mesec fotografije, Mesec grafike, Bela Noć, Sajam knjiga i dr“. U programima našeg kulturnog centra, osim umetnika iz Republike Srbije, učestvuju i brojni ugledni srpski umetnici koji žive u Francuskoj (mahom likovni, muzički i književni umetnici). U realizaciji svojih programa, KIC ostvaruje partnerstva i sa stranim kulturnim centrima kojih Parizu ih ima oko 50.

U periodu od 2003. do 2015. godine KIC u Parizu je organizovao i realizovao ukupno 122 programa, i to: 2003. godine – 15; 2006. godine – 13; 2007. godine – 22; 2008. godine – 22; 2009. godine – 24; 2011. godine – 1; 2015. godine – 25 programa. Programski sadržaji su uglavnom bili koncerti klasične muzike, književne večeri i izložbe. Tek od 2003. godine, KIC počinje saradnju sa drugim institucijama i učesće na festivalima i drugim stranim manifestacijama. Poslednjih nekoliko godina, takođe, postepeno se realizuju nove inicijative i, osim klasičnih programa, uvode i nove tehnologije, novi mediji, sve je prisutnija savremena umetnost i saradnja i sa francuskim i sa stranim umetnicima i kulturama.

Međutim, prema podacima N. Trifunović broj i vrsta kulturnih programa KIC u Parizu u periodu od 2000 - 2010. godine izgleda ovako: 2000. – 77 programa (6,4 mesečno) – 33 izložbe, tri pozorišne predstave, četiri koncerta, 19 koncerata, 25 književnih večeri; 2001. – 12 programa – 4 izložbe, 4 koncerta, 4 književne večeri 2002. – 24 programa – 11 izložbi, pet koncerata, devet književnih večeri; 2003. – 69 programa (5,7 mesečno) – 10 izložbi, 19 koncerata, devet književnih večeri, devet pozorišnih predstava (od toga, pet za decu), 11 programa van KIC u kojima je KIC aktivno učestvovao; 2004. – 50-70 programa - 11 izložbi, 13 književnih večeri, 24 koncerta, tri filmske projekcije, 14 programa van KIC u kojima je KIC aktivno učestvovao; 2005. – 50-70 programa – 21 izložba, četiri koncerta, osam književnih večeri; 2006. – 50-70 programa – 14 izložbi, tri koncerta, dve književne večeri; 2007. – 59 programa (4,9 mesečno) – 10 izložbi, devet koncerata, osam književnih večeri, 30 filmskih projekcija; 2008. – 55 programa (4,6 mesečno) – 13 izložbi, 17 koncerata, pet književnih večeri, devet filmskih projekcija, sedam manifestacija van KIC (Trifunović, 2010: 71).

Ovim podacima, svakako, treba dodati činjenicu da KIC u Parizu počinje da šalje svoje samostalne izveštaje o radu MSP-u tek od 2010. godine. Primera radi, u izveštaju KIC-a iz 2010. godine, navodi se da je tokom predmetnog perioda, u KIC-u Srbije organizovano ukupno 56 programskih aktivnosti. Radi se o višednevnim i jednodnevnim manifestacijama - izložbama, filmskim projekcijama, predstavljanju književnika i njihovih dela, koncertima, radionicama i predavanjima. Analizirajući programe na godišnjem nivou zadržan je ritam od oko pet do šest programskih aktivnosti mesečno – što je i radni okvir većine stranih kulturnih instituta u Parizu. U toku 2012. godine realizovano je stotinak programskih aktivnosti, skoro duplo više nego dve godine ranije, primetan je i porast broja publike. U glavnom gradu Francuske tada ima oko 1200 kulturnih dešavanja dnevno. U to vreme su skoro svi programi KIC-a Srbije (oko 95%) finansirani od strane Ministarstva kulture Republike Srbije, dok je ostatak realizovan u saradnji sa Savezom Srba Francuske, i, ponekad, volonterskim učesćem gostiju. Konkurs za programe u Kulturnom centru Republike Srbije u Parizu prvi put je objavljen 2015. godine. Ovo su bila sredstva dodeljena za programe u KCS: 2010 – 4.000.000 dinara; 2011 – 3.600.000 dinara; 2012 – 5.600.065.00; 2013 – 1.476.950.00; 2014. – 7.300.000.00 i 2015. – 10.000.000.00 dinara (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 356).

Rad i funkisanje Kulturnog centra Srbije u Parizu zahteva obimnije istraživanje zasebnog karaktera, koje bi bilo od neprocenjive važnosti i za rad budućih kulturnih centara Republike Srbije, kao i za rad DKP-a u zemljama u kojima se ne planira njihovo otvaranje.

Osim u Francuskoj, i u drugim zemljama Evrope i u svetu osnivaju se kulturni centri pri Ambasadama Republike Srbije ili u okviru udruženja dijaspor. Kada je reč kulturnim centrima u okviru Ambasada Republike Srbije u Evropi, najširu aktivnost u oblasti međunarodne kulturne saradnje su ostvarili Kulturni centri pri Ambasadama Republike Srbije u Norveškoj i Danskoj. Odmah po dolasku za ambasadora Norveške, Vida Ognjenović je, pri Ambasadi Republike Srbije osnovala Kulturni centar u kojem u se organizovali koncerti, književne večeri i promocije književnih dela. Ova aktivnost se proširila i na norveške galerije, kao i na druge scene. Ukupan broj aktivnosti ovog Kulturnog centra u periodu od 2002. do 2011. godine iznosi 23, a po godinama izgleda ovako: 2002. – jedna, 2003. – sedam, 2004. – tri, 2005. – četiri, 2006. – dve, 2007. – jedna, 2008. – dve, 2009. – jedna, 2010. – jedna i 2011. godine – jedna aktivnost. U Ambasadi Republike Srbije u Kopenhagenu (Danska), 16. septembra 2009. godine otvoren je Srpski kulturni centar. U Centru je formirana i manja biblioteka, koja tada već ima svoj fond i u kojoj će se organizovati književne večeri. Ukupan broj aktivnosti koje je realizovao Srpski kulturni centar u Kopenhagenu (Danska) iznosi 13 programa, a po godinama izgleda ovako: 2009. – jedan, 2010. – četiri, 2011. – tri i 2012. godine – pet programa.

Čini nam se svrsishodnim da deo uloge i aktivnosti kulturnog centra Srbije preuzmu DKP-i – s obzirom na veličinu Srbije i finansijska sredstva kojima se raspolaže u datom realitetu. Na taj način bi se smanjili troškovi i programa i aktivnosti i ljudskih resursa i kadrovskih manjkavosti, troškovi zakupa prostora i sl., pogotovo u manjim zemljama, a s obzirom na ograničenih mogućnosti Srbije. ⁴⁹

Kada je u pitanju međunarodna saradnja u oblasti kulture između Republike Srbije i Narodne Republike Kine, Narodna Skupština Republike Srbije je 29. juna 2015. godine usvojila Zakon o potvrđivanju Sporazuma između Vlade Republike Srbije i Vlade Narodne Republike Kine o obostranom osnivanju kulturnih centara („Službeni glasnik RS”, br. 14/15). Ovim zakonom potvrđen je „Sporazum između Vlade Republike Srbije i Vlade Narodne Republike Kine o obostranom osnivanju kulturnih centara koji je potpisan u Beogradu 17. decembra 2014. godine” (Član 1. Zakona). Na osnovu ovog zakona, a shodno principu reciprociteta, „Vlada Narodne Republike Kine će osnovati kineski Kulturni centar u Beogradu, a Vlada Republike Srbije će osnovati Kulturni centar Republike Srbije u Pekingu” (Član I Sporazuma). Novembra 2018. godine, u Pekingu, biće osnovan kulturni centar Republike Srbije „Ivo Andrić”, što predstavlja prvi kulturni centar koji je osnovala Republika Srbija.

Posebno poglavlje biće posvećeno srpskoj dijaspori i njenoj ulozi u kulturnoj diplomatiji. Međutim, u ovom delu rada treba pomenuti da je u mnogim evropskim zemljama, a naročito u susednim zemljama gde živi srpsko stanovništvo, formirano više kulturno-informacionih centara u okviru autohtonih zajednica ili udruženja dijaspor.

1.7. Značaj lektorata u međunarodnim kulturno-prosvetnim aktivnostima Srbije
Osnivanje lektorata na stranim univerzitetima bio je jedan od najvažnijih pravaca kulturnog delovanja Jugoslavije u periodu posle 1950. godine. Tokom 1951. godine počeli su pregovori za postavljanje lektora za srpskohrvatski jezik u Bordou, Milanu, Firenci, Parizu (na Sorboni i u Nacionalnoj školi za orijentalne jezike) i na Kolumbija univerzitetu u SAD. U školskoj 1955/56. godini u inostranstvu je radilo sedam jugoslovenskih lektora, i to: u Parizu - dva, Lionu - jedan, Strazburu - jedan, Bordou – jedan i Firenci - jedan. Komisija za kulturne veze sa inostranstvom razmatrala je 1956. godine pitanje lektorata u inostranstvu i konstatovala da, uprkos velikim finansijskim izdacima, kao i činjenice da broj studenata na slavističkim studijama koji uče srpskohrvatski jezik nije u skladu sa izdacima, ovo pitanje treba posmatrati u perspektivi, kao i da zbog vanuniverzitetske aktivnosti lektora treba nastaviti sa dotadašnjom praksom i nastojati da se broj lektora poveća u nekim zemljama, a naročito u Nemačkoj, Italiji, Engleskoj i Skandinavskim zemljama (Perišić, 2013: 75). U školskoj 1956/57. godini jugoslovenski lektori radili su u sledećim zemljama: u Francuskoj šest lektora, u Nemačkoj - četiri, u Italiji - jedan, u Poljskoj – jedan, a iste godine su dobijena sledeća nova lektorska mesta: Klermon Feran, Marburg, Erlangen, Keln i Varšava. U toku 1958. godine za rad na univerzitetima u inostranstvu angažovano je 13 jugoslovenskih lektora, uključujući i novoosnovani lektorat u Kelnu. U toj godini, zabeležen je sledeći broj lektorata za srpskohrvatski jezik i književnost: sedam u Francuskoj (Lion, Bordo, Strazbur, Dižon, Klermon, Feran i dva u Parizu), četiri u

Nemačkoj (Göttingen, Erlangen, Marburg, Köln) i po jedan u Italiji (Firenca) i Poljskoj (Varšava) (Ibid: 75,76).

Lektori su predavali srpskohrvatski jezik i literaturu, osim lektora na Sorboni koji je predavao i nacionalnu istoriju. Međutim, po potrebi, i ostali lektori su povremeno održavali predavanja iz istorije, geografije i istorije umetnosti. Pored rada na univerzitetu, lektori su održavali predavanja po klubovima, udruženjima, objavljivali članke u časopisima i listovima, prevodili dela iz jugoslovenske literature, učestvovali u radio emisijama i sarađivali sa jugoslovenskim predstavnicima prilikom priređivanja izložbi i drugih kulturnih akcija. Istovremeno, lektori su radili na svom naučnom usavršavanju, a pored plate koju su primali na univerzitetima, dobijali su mesečnu pomoć od Komisije za kulturne veze sa inostranstvom. Broj studenata sa kojima su radili jugoslovenski lektori kretao se između 10 i 15, a na tri katedre za slavistiku u Francuskoj je 1955. godine studiralo 39 studenata (Ibid: 77). Ovakav detaljan pregled brige FNRJ i SFRJ o lektoratima je iznet da bi se sagledala sadašnja situacija koja je prilično zabrinjavajuća. Za lektorate je bio zadužen Zavod za međunarodnu naučnu, kulturnu, tehničku i prosvetnu saradnju. Posle ukidanja Zavoda, lektorati prelaze u nadležnost Ministarstva prosvete. U Ministarstvu prosvete je funkcionisala komisija za izbor lektora, predlagana od strane univerziteta. Nažalost, ni pomenuta komisija više ne postoji. Od 2009. godine lektorati više nisu ni u nadležnosti Ministarstva prosvete. Tri ministarstva (kulture, prosvete i spoljnih poslova) formirala su početkom 2018. radnu grupu u čiji rad su uključeni i profesori Filološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu, sa namerom da se definišu nadležnosti, propisi, kriterijumi za izbor lektora, kao i način finansiranja. Danas imamo desetak lektorata u svetu (imali smo ranije u trideset zemalja), a mnoge katedre preuzeli su lingvisti koji predaju hrvatski, bosanski, pa i crnogorski jezik. Začudojući je podatak da nemamo naše lektore ni u Atini i Solunu, Beču, Moskvi, Rimu, Trstu, Sloveniji, Danskoj, Luksemburgu, Belgiji, Argentini, Kubi, Izraelu, Norveškoj... Ministar kulture, V. Vukosavljević, izdvaja Moskvu, Rim i Trst kao prioritete za otvaranje lektorata, i navodi primere dobre prakse Slovenije sa 45 i, posebno, Hrvatske, koja ima oko 60 lektora u svetu i preuzela je mnoge katedre gde smo mi nekada imali svoje predstavnike. Republika Hrvatska sufinansira, a u mnogim državama i u potpunosti finansira rad svojih stručnjaka za jezik, svesna važnosti ovog domena međunarodnih obrazovno-prosvetnih i kulturnih odnosa. „Osim propisa, prioritet je i da se reši pitanje finansiranja njihovog rada, da se utvrdi kako izgleda mreža lektorata i kako je treba širiti. Plan je da država sufinansira lektore u državama gde ne dobijaju dovoljno novca za život od univerziteta domaćina, kao i da u celosti plaća boravak tamo gde proceni da je to strateški veoma važno” (Vukosavljević, prema: Mićević, 2018).

U Poljskoj imamo šest lektora, u Pekingu pet (mada u Kini postoji potreba i za većim brojem lektora), a u Mađarskoj dva. Primera radi, u Budimpešti, smer za srpski jezik i književnost je deo Instituta za slovenske i baltičke jezike na Filozofskom fakultetu državnog Univerziteta „Etveš Lorand”. Sam univerzitet je star 380 godina, a srpski jezik i književnost se na njemu izučavaju duže od sto godina, što znači još od vremena kada takve studije nisu postojale ni u Srbiji. Na ovom smeru su zaposlena dvojica profesora i lektor iz Srbije, izabran putem konkursa (sa trogodišnjim ugovorom). Lektor, osim vežbi iz srpskog jezika u okviru kojih prezentuje srpsku kulturu i tradiciju u najširem smislu te reči, organizuje i stručne ekskurzije u Srbiju. Mađarska finansira prostorije u kojima se odvija nastava i lične dohodke profesora i lektora, dok od Srbije kao matične države nema nikakve pomoći. Sve troškove profesori i lektor snose sami, od potrošnog materijala za rad u kabinetu, do putovanja na stručne i studentske ekskurzije, učešća na konferencijama (koje je obavezno), kupovine stručnih knjiga i sl. Ponekad Narodna biblioteka Srbije pošalje primerke knjiga koji se otpisuju i šalju u dijasporu. Za razliku od Srbije, Mađarska finansijski pomaže srodne fakultete u Srbiji, gde se nastava odvija na mađarskom jeziku, pa i smerove za hungarologiju u Beogradu i Novom Sadu.

Na osnovu sekundarnih podataka, može se zaključiti da nema ni regulative nadležnosti, niti strategije, niti planske politike u oblasti koja je važna za identitet, kulturu, tradiciju, predstavljanje i imidž Srbije. Imperativ je definisanje propisa i imenovanje nadležne institucije u ovoj delatnosti, da bi se pronašla sistemska dugoročna rešenja za formiranje mreže naših lektorata, odabira najadekvatnijih kadrova, njihovog finansiranja, finansiranja

i nabavke modernih nastavnih i tehničkih sredstava, savremene literature, novih izdanja rečnika i udžbenika za srpski jezik, kao i pratećih materijala i inovativnih programa. Svim pomenutim aktivnostima treba pristupiti planski, uz učešće najboljih stručnjaka i institucija i drugih subjekata iz oblasti obrazovanja, jezika i književnosti.

1.8. Kulturno nasleđe Srbije u funkciji kulturne diplomatije

Kulturnu baštinu UNESCO definiše kao „celokupni korpus materijalnih vrednosti, bilo da su umetničke ili simboličke, koje je prošlost predala svakoj kulturi, a time i čitavom čovečanstvu”. Prema Konvenciji UNESCO-a o zaštiti svetske kulturne i prirodne baštine od 1972. godine, „pod kulturnom baštinom podrazumevaju se spomenici, tj. dela arhitekture, monumentalna vajarska ili slikarska dela, elementi ili strukture arheološkog karaktera, natpisi, te razne skupine elemenata izuzetne vrednosti s istorijskog, umetničkog ili naučnog gledišta. Kulturnoj baštini pripadaju i razne skupine građevina, koje, po svojoj arhitekturi, jedinstvu i uklopljenosti u pejzaž, predstavljaju izuzetnu vrednost, kao i značajna mesta sa arheološkog, istorijskog, etnološkog ili antropološkog gledišta” (Član 1. Konvencije).

Kulturno nasleđe i kulturno dobro su termini iz normativnih akata koji regulišu ovu oblast, a čiji je sinonim i kulturna baština. Zakon o kulturi koristi isključivo pojam kulturno nasleđe, kako je definisano i Ustavom Republike Srbije, dok se u Zakonu o kulturnim dobrima koristi pojam kulturno dobro.

Zakonom o kulturnim dobrima („Službeni glasnik RS”, br. 71/94) uređuje se „sistem zaštite i korišćenja kulturnih dobara i utvrđuju uslovi za obavljanje delatnosti zaštite kulturnih dobara” (Član 1. Zakona). Prema ovom Zakonu, „kulturna dobra su stvari i tvorevine materijalne i duhovne kulture od opšteg interesa koje uživaju posebnu zaštitu utvrđenu ovim zakonom” (Član 2. Zakona). U kulturna dobra spadaju: „spomenici kulture, prostorne kulturno-istorijske celine, arheološka nalazišta i znamenita mesta - nepokretna kulturna dobra; umetničko-istorijska dela, arhivska građa, filmska građa i stara i retka knjiga - pokretna kulturna dobra”, a prema svom značaju, kulturna dobra se kategorizuju kao „kulturna dobra, kulturna dobra od velikog značaja i kulturna dobra od izuzetnog značaja” (Član 2. Zakona). Kulturna dobra mogu biti: nepokretna (spomenici kulture, prostorno kulturno-istorijske celine, arheološka nalazišta i znamenita mesta), pokretna (umetničko-istorijska dela, arhivska građa, filmska građa i stare i retke knjige) i ona dobra koja uživaju prethodnu zaštitu.

Kada je reč o nepokretnim kulturnim dobrima, Centralni registar nepokretnih kulturnih dobara čini „2.306 nepokretnih kulturnih dobara: 2.023 spomenika kulture, 66 prostornih kulturno-istorijskih celina, 151 arheološko nalazište i 66 znamenitih mesta. Od ovog zamašnog broja, 782 su zvanično kategorizovana, pa je za dobra od velikog značaja proglašeno 512 spomenika kulture, 28 prostornih kulturno-istorijskih celina, 25 arheoloških nalazišta i 17 znamenitih mesta, a od izuzetnog značaja 155 spomenika kulture, 11 prostornih kulturno-istorijskih celina, 18 arheoloških nalazišta i 16 znamenitih mesta”. Među navedenim nepokretnim kulturnim dobrima, „od dve stotine spomenika, koji po domaćim zakonima imaju najviši stepen zaštite, deset spomenika kulture je uvršćeno na UNESCO-vu listu svetske baštine: osam srednjovekovnih srpskih manastira i crkava, od kojih četiri na teritoriji opštine Novi Pazar (Petrova crkva, Manastir Đurđevi Stupovi, Manastir Sopoćani, Manastir Studenica), četiri na Kosovu i Metohiji (Manastir Gračanica, Bogorodica Ljeviška, Pečka patrijaršija i Manastir Visoki Dečani), zatim srednjovekovni grad Ras, kao i arheološko nalazište Feliks Romulijana u Gamzigradu kod Zaječara”. Na tentativnoj Listi svetske prirodne i kulturne baštine, nalaze se „manastir Manasija, rimsko arheološko nalazište Caričin grad, Smederevska tvrđava, Bač sa okolinom i Negotinske pivnice”.

Prvenstveno, brigom o materijalnom kulturnom nasleđu bavi se Zavod za zaštitu spomenika kulture, ali i, neposredno i posredno, mnoge druge ustanove i institucije kulture, nauke i obrazovanja. U Ministarstvu kulture i informisanja, delatnosti vezane za kulturno nasleđe vrši Sektor za kulturno nasleđe. Prema Predlogu Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. godine, kulturno nasleđe predstavlja „segment tradicionalne komponente kulture. Kulturna politika u toj oblasti podrazumeva određene ciljeve u oblasti istraživanja, zaštite i korišćenja kulturnog nasleđa. Prioritetni ciljevi su jačanje institucionalnog okvira za stabilnu, pouzdanu i efikasnu brigu o kulturnom

nasleđu, za njegovo prepoznavanje, istraživanje i vrednovanje, kao i zaštitu, prezentaciju i uključivanje u savremene tokove života" (Predlog Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. godine: 5,6).

Kada je reč o nematerijalnoj kulturnoj baštini, za Uneskovu reprezentativnu listu materijalnog kulturnog nasleđa predloženi su: krsna slava, đurđevdanski obred, kolo, pevanje uz gusle, naivno slikarstvo Slovaka, običaj izlivanja i paljenja ratarskih sveća, pirotsko ćilimarstvo i grnčarija iz Zlakuse, dok su 2014. godine iz Srbije bili „nominovani: krsna slava i molitva-đurđevdanski obred“ (Bjeljac i sar., 2015: 54, 55). Nematerijalna kulturna baština na „najbolji mogući način reflektuje nacionalni identitet kao nešto jedinstveno i zajedničko za jednu naciju, a posebno je atraktivan element kulturne i turističke ponude jedne zemlje“ (Ibid: 56,57). Predstavljanje autentične srpske nematerijalne kulturne baštine snažno utiče na promenu njenog imidža u svetu. U radu Nacionalno pamćenje kao nematerijalno kulturno nasleđe, Ljiljana Rogač Mijatović, i kolektivno pamćenje vezuje „za institucije države, nacije, i kulture koji ovo pamćenje ne ‘poseduju’, već ‘stvaraju’ putem simbola i znakova, te se ono može definisati kao zvanično ‘državno’ ili ‘nacionalno’ pamćenje, odnosno kao skup sećanja koje stvara i promoviše država [...] Kao svojevrsna simbolički posredovana kulturna sfera, kolektivno pamćenje jeste prostor gde se povezuju tradicija, svest o istorijskom, ‘mitomotorika’ i definisanje na relaciji ‘mi’ i ‘drugi’. To je neophodni funkcionalni okvir za potvrđivanje pripadnosti i identiteta“ (Rogač Mijatović, 2012a: 171).

U radu Kulturna diplomatija u funkciji očuvanja kulturnog nasleđa, Ljiljana Nikšić proširuje pojam kulturnog nasleđa na pojam kulturno-istorijskog nasleđa, pod kojim podrazumeva „sastavni deo svake ličnosti, naroda i kulture i emotivni kapital i identifikacioni kod koji se ne bira, nego stiče rođenjem i nosi čitavog života kao deo ličnog i kolektivnog identiteta naroda kome pripada“ (Nikšić, 2012b: 419) Ona smatra da „sveukupno kulturno-istorijsko nasleđe jedne zemlje govori o njenom civilizacijskom dostignuću i kulturnom nivou koje je čini autentičnom i jedinstvenom, ali i koje joj obezbeđuje tačno određeno mesto u međunarodnoj zajednici“, pa, shodno tome, „čuvanje i predstavljanje kulturne baštine [...] treba da bude kamen temeljac svake kulturne politike i ekonomije, ali i kulturne diplomatije“ (Ibid: 425, 426). Kulturna baština i njeno očuvanje i predstavljanje je jedan od najvećih aduta promocije srpske kulture u inostranstvu. Briga o kulturnoj baštini koja se nalazi na teritoriji Srbije treba da podrazumeva menadžment kulturne politike u dva smera, pri čemu jedan smer predstavlja očuvanje i promociju onog dela kulturnog nasleđa koje pripada vizantijskoj i romanskoj kulturi, ili još ranijim kulturama, sve do neolitskih (npr. Viminacium, Lepenski vir, Vinča, Milanski edikt...), a drugi očuvanje prezentaciju i promociju srpskog kulturnog nasleđa, od osnivanja prvih srpskih država do danas. Prema Vidoju Goluboviću i Milovanu Radakoviću, osnovni pravci kulturne politike Srbije u pogledu očuvanja kulturne baštine treba da se odvijaju na tri nivoa, gde prvi predstavlja kulturno nasleđe u okviru teritorije Srbije, drugi prikupljanje i razvrstavanje kulturne baštine na teritoriji Balkana, a treći prikupljanje srpskog kulturno-istorijskog nasleđa u Evropi i svetu, kao i afirmisanje i uključivanje što većeg broja kulturnih spomenika i kulturne zaostavštine srpskog naroda u svetsku kulturnu baštinu (Golubović, Radaković, 2010: 11).

Valja pomenuti bar nekoliko primera dobre prakse u prezentaciji kulturne baštine u međunarodnom kontekstu. Jedan od najuspešnijih primera prezentaciji srpskog kulturnog nasleđa je izložba kopija fresaka iz srpskih manastira pod nazivom „Srbija, zemlja fresaka“ Galerije fresaka Narodnog muzeja, koja je tokom 2011. godine postavljena u većem broju evropskih gradova (Rim, Firenca, Viterb, Brisel, Klagenfurt, Ljubljana...). Organizacija ovih izložbi odvijala se pod pokroviteljstvom Ministarstva za kulturu Republike Srbije, koje je ovu postavku smatralo izuzetno značajnom za predstavljanje srpske kulture i nasleđa u inostranstvu. Samo u Italiji, zabeležena je poseta od preko deset hiljada ljudi, uz vidno prisustvo u medijima. S obzirom da je značajan deo eksponata poticao sa Kosova i Metohije, izložba je doprinela i naporu naše države ka predstavljanju tog prostora kao jedinstvenog srpskog kulturnog prostora, što je u skladu sa stavom političkog nepriznavanja Kosova kao nezavisne države, kao i insistiranja o kosovskom nasleđu kao srpskom, samim tim i o istorijskoj i kulturnoj pripadnosti ovog područja Srbiji. Time se evropskoj, mahom sekularizovanoj publici, prikazuje vrednost srpskog kulturnog nasleđa

u svom istorijskom kontekstu, ali i kao deo univerzalne baštine čovečanstva. Drugi primer je Arheološki park Viminacium, koji je s jedne strane primer očuvanja i predstavljanja nepokretnih kulturnih dobara, a s druge, primer svetske i evropske kulturne baštine na tlu Srbije, konkretno Rimske imperije. I pored toga što se u ovom slučaju radi o rimskom vojnom logoru, dakle potencijalno manje značajnom objektu rimske kulturne baštine, Viminacium je primer prakse optimalno iskorišćenog resursa kulturnog nasleđa na našem tlu, pa, reklo bi se i uspešnog brendiranja, uz težnju ka ekonomskoj održivosti projekta. Primeri istorijski i arheološki daleko značajnijih lokacija kakve su Lepenski vir i Vinča, a koji nisu iskoristili sve potencijale u okviru predstavljanja našeg nasleđa, svedoče o važnosti mendžmenta kulturne baštine kojim se mogu ostvariti rezultati i bez adekvatne finansijske podrške. Kreiranje kulturno-turističkih proizvoda doprinosi očuvanju i promociji nasleđa Srbije, kao i međunarodnoj poznatosti i ugledu Srbije kao države, jer „dobro održavani i prezentovani arheološki lokaliteti predstavljaju izuzetan potencijal za održivi razvoj turizma u Srbiji“ (Korać, Golubović, 2012: 580). Kulturni turizam je i Savet Evrope prepoznao u funkciji očuvanja i predstavljanja kulturnog nasleđa i održivog razvoja, kao i u brendiranju zemlje. Kulturni turizam ima i „nematerijalne efekte, kao što su razvijanje svesti i briga o sopstvenim kulturnim vrednostima, kreiranje kulturnog identiteta i pozitivnog imidža zajednice“ (Đukić, 2010: 362). Važno je da Turistička organizacija Srbije i lokalne turističke organizacije budu uključene u promociju kulturne baštine Srbije, kao i u intersektorsku saradnju i diversifikovane projekte vezane za predstavljanje kulturnog nasleđa u inostranstvu.

Dvojezično izdanje Srbija: svetska baština/Serbia: World Heritage, u izdanju Ministarstva kulture Republike Srbije i Zavoda za zaštitu spomenika kulture u Beogradu, svedoči o mogućnostima knjige - „starog“ medija, da reprezentuje srpsku kulturnu baštinu, objedinjavajući primere kako svetske kulturne baštine na tlu Srbije, tako i srpske kulturne baštine. Bilo bi dobro praviti multimedijalna i intermedijalna izdanja ovakvih projekata, kako bi se uvećala njihova efektivnost i dostupnost. Takođe, promociji srpskog kulturnog identiteta putem promocije srpske kulturne baštine znatno mogu da doprinesu i predstavnici srpske dijaspor, ne samo u finansijskom nego i u kreativnom smislu. Primer za to je kapitalno izdanje „Dušanovog zakonika“ na pet jezika, u izdanju Srpske crkvene opštine iz Budimpešte. Ovo izdanje, koje značajno svedoči o starosti i ozbiljnosti srpske kulturne tradicije, kao i o njenom kulturnom i civilizacijskom kontinuitetu, svakako je pravi izbor za prezentaciju kada su u pitanju bilateralni i multilateralni susreti naših političkih, privrednih i kulturnih zvaničnika sa kolegama iz drugih zemalja ili međunarodnih organizacija.

Nikola Krstović u članku Kulturno nasleđe – interdisciplinarnost, međusektorska saradnja i participacija ističe da „nije dovoljno razmatrati kulturno nasleđe u kontekstu međunarodne saradnje samo kroz realizovane projekte“. U vezi s tim, postavljaju se pitanja koji projekti su bili uspešni, koji segmenti kulturnog nasleđa su danas važni za međunarodnu saradnju, šta bi bili strateški prioriteti, kao i koje institucije treba da vode saradnju. U radu je napomenuto je da bi trebalo prepoznati važnost arhiva (Krstović, 2017: 291-293). Svakako, vredne pomena su aktivnosti „Europa Nostra Serbia“ i platforme za uspostavljanje i pokretanje međunarodne saradnje, kao i porast vidljivosti na međunarodnoj sceni kroz nagrade EU za kulturno nasleđe (npr. istoimene nagrade „Europa Nostra“). U radu su navedeni primeri dobre prakse - projekti „Kuće na Zlatiboru od XIX veka do danas“ koji je nagrađen 2012. i „Gostuša“, nagrađen 2016. godine nagradom za kulturno nasleđe „Europa Nostra“ (Ibid: 293-296). Iako je Srbija ratifikovala mnoga dokumenta i ugovore, nedovoljan je broj predstavnika Srbije u međunarodnim organizacijama i telima koje se bave kulturnom baštinom - npr. nema predstavnika Srbije u sistemu EGMUS (evropska grupa muzejske statistike) niti u EMF-u (evropskom muzejskom forumu), dok je u okviru EUROPEANA-e sektor kulturnog nasleđa prisutan samo u bibliotečkim projektima i projektima Jugoslovenskog filmskog arhiva. Treba naglasiti potrebu za digitalizacijom kulturnog nasleđa. Pozitivan primer digitalizacije jeste 500.000 muzejskih objekata Muzeja primenjenih umetnosti iz Beograda (Ibid: 295). Srpska kulturna baština u inostranstvu bila je i istraživačka tema naučnih konferencija „Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu“, Istituta za međunarodnu politiku i privredu, koje se gotovo čitavu deceniju redovno održavaju od

2009. godine. Opšte stanje srpske kulturne baštine u inostranstvu, naročito 572 srpska vojna memorijala u 40 zemalja sveta, danas, odlikuje, uz mali broj uzuzetaka, nasleđena zapuštenost zbog manjka finansijskih sredstava i nedostatka organizovanog nastupa državnih organa i dijaspora u njihovom lociranju, obnovi, zaštiti i razvoju (Grečić, 2008: 364). Treba imati u vidu da „kulturno nasleđe predstavlja osnovu od koje polazi svaka savremena diplomatija u stvaranju uticaja u domenu meke moći, jer diplomatija usmerena ka interkulturnom dijalogu i razvoju prijateljstva i razumevanja, rasterećena animoziteta i nasleđenih neprijateljstva iz prošlih ratova i stradanja čovečanstva može se definisati i kao preventivna diplomatija koja koristi kulturno nasleđe i moderne tehnologije za ostvarivanje svojih ciljeva” (Nikšić, 2012a: 21,22), pa je, zato, jedan od imperativa digitalizacija kulturno-istorijskog nasleđa u inostranstvu. Reputacija i ugled države u međunarodnim odnosima realizuje se, u jednom pravcu delovanja, i promocijom njene kulturne baštine i kulturnih vrednosti, pa bi, i u Ministarstvu spoljnih poslova Republike Srbije, u segmentu kulturnog nasleđa „trebalo nastaviti sa jačanjem primene kulturne diplomatije i njene koordinirajuće uloge u objedinjavanju i sinhronizaciji rada svih relevantnih institucija kulture u zemlji i inostranstvu. Na taj način srpska mreža afirmisane i delotvorne kulturne diplomatije bi značajno mogla da doprinese očuvanju srpskih kulturno-istorijskih spomenika u inostranstvu” (Nikšić, 2012a: 18).

1.9. Uloga i značaj dijaspora u kulturnoj diplomatiji

Nemerljiv je značaj fenomena dijaspora u kontekstu transnacionalnih kretanja u Evropi i svetu, kao i uloga dijaspora u procesu predstavljanja kultura manjih naroda. Naši ljudi koji žive u inostranstvu, svakako, žele i mogu da pomognu svojoj matičnoj zemlji, kako u njenom privrednom, ekonomskom, ali i kulturnom razvoju, tako i u promovisanju njene kulture i identiteta u inostranstvu - pred vlastima i stanovništvom drugih država i pred nadnacionalnim organizacijama i institucijama. Mnogi predstavnici dijaspora imaju značajne i uticajne pozicije u zemljama domaćinima, imaju pristup stranim fondovima i međunarodnim organizacijama, posebno imajući u vidu da u svetu postoje mnogi projekti koji bi mogli da budu korisni za našu zemlju, a da nadležni i potencijalno zainteresovani u našoj zemlji i ne znaju za njihovo postojanje, ili su informacije koje posređuju neadekvatne, rascepkane i nepotpune. Najveći broj srpskih naučnika, na primer, živi u SAD, Kanadi, Velikoj Britaniji i Nemačkoj, ali ima ih i u Australiji, Južnoj Africi, Švajcarskoj...

U ovom delu rada analizirani su uloga i značaj srpske dijaspora, kao i potencijali dijaspora u promovisanju srpskog kulturnog identiteta i promeni imidža Srbije. Termin dijaspora (na starogrčkom znači – razbacivanje i sejanje semena; rasipanje, disperzija) odnosi se na „sve ljude ili etničke grupe koje su primorane ili indukovane da napuste svoju domovinu, kao i na disperziju tih ljudi i razvoj njihove kulture” (Filipović, 2013: 18). Pojam dijaspora ima i svoju religijsku, odnosno crkvenu upotrebu, pa za pravoslavne hrišćane, dijaspora „označava određene teritorije na kojima žive, ali koje su van kanonski definisanih teritorija, koje se odnose na one koji se smatraju delom bilo koje autokefalne ili autonomne pravoslavne crkve”, pri čemu „neke pravoslavne zajednice koje žive na Zapadu vide sebe kao deo specifične nacionalne i pravoslavne dijaspora” (Ibid: 18). Uloga religijske, u slučaju srpske dijaspora, pravoslavno-hrišćanske svesti, često je nerazdvojna od njene kulturne, pa i ekonomske uloge, i ona neretko ide zajedno sa svešću o nacionalno-etničkoj pripadnosti.

Dijaspora, prema Klajnu, može biti viđena kao „transnacionalno etničko utočište (ethnoscape), koje se stvara kada su ljudi u rasejanju, dobrovoljno ili prisilno, iz svoje otadžbine prešli na druge lokacije.” Dijaspore je, s druge strane, prema Semjuelu Hantingtonu, „transnacionalna mreža koja „preseca državne granice”, ali i „identifikovana kulturna zajednica koju čine ljudi u rasejanju koji održavaju veze sa mestom svog porekla i osećaj sopstvenog identiteta” (Ibid: 21). Iskustvo dijaspora, prema nekim autorima, ukazuje na to kako „mnogštvo društvenih grupa želi da budu istovremeno etničke i transnacionalne, lokalne i kosmopolitske”, uz kritiku „ideološkog pogleda po kome su dominantni faktori u preoblikovanju sveta globalno širenje tehnologije, informacija, kapitala, trgovine i migracija, na račun marginalizacije lokalnog” (Ibid: 23,24). Način na koji dijaspora u najvećoj meri može da doprinese razvoju zemlje porekla jeste „putem transnacionalne socijalne mreže kao, verovatno, najefikasnijim sredstvom kojim dijaspora može da predstavi svoje potencijale”, pri čemu je „gustina mreže ili učestalost i kvalitet

interpersonalnih odnosa, ono što utiče na kapacitet dijaspore da napravi transfer znanja i poslovnih mogućnosti", pa iz tog ugla „dijaspore igra ulogu u razvoju domovine uspostavljajući kanale kojima veštine, talenti i znanje putuju transnacionalno" (Ibid: 25). Sećanja i mitovi o izgubljenoj domovini svakako igraju značajnu ulogu u identitetskim sklopovima pripadnika dijaspore, kao i zajednicama dijaspore u celini, pri čemu se izdvajaju dve pozicije pripadnika dijaspore - oni koji čeznu za povratkom u domovinu i oni koji nude podršku i solidarnost iz daleka da bi očuvali svoj identitet u zemlji boravka (Ibid: 26). Na osnovu ovoga, Filipović zaključuje kako su članovi dijaspore jedne nacije „svi oni ljudi koji žive van date zemlje i teritorija na kojima su autohtono stanovništvo, bez obzira na državljanstvo, znanje jezika matice, mesto rođenja njihovih predaka, broj generacija u emigraciji, a koji predmetnu državu smatraju svojom maticom i koji ostaju posvećeni njenom prosperitetu kroz organizovane transnacionalne aktivnosti" (Ibid: 28). Za fenomen dijaspore je, na taj način, karakterističan pojam tzv. imaginarne zajednice, pa se može reći da „pojedinaac oseća nacionalnu pripadnost sa drugim pripadnicima njegove/njene nacije onda kada njegova 'imaginarna zajednica' učestvuje na nekom većem događaju, kao što su Olimpijske igre", što se u praksi ogleda tako što ljudi koji žive van države i teritorije gde su oni autohtona populacija „uvek podržavaju nacionalne timove zemlje svog porekla u sportu, na Eurosongu i na izborima lepote, bez obzira na to ko su im rivali (čak iako su to predstavnici zemlje čiji su oni državljani)" (Ibid: 28). Zanimljivo viđenje problema dijaspore, u kontekstu istraživanja odnosa kulture i globalizacije, a sa potencijalima sagledavanja problema prevazilazeći koncepte etničkog i nacionalnog, uz brigu o lokalnim identitetima, daje Ardžun Apaduraj, polazeći od toga da svaka nacionalna država koja je „izvezla" velik broj svojih stanovnika „sada ima delokalizovanu transnaciju, koja zadržava posebnu ideološku vezu s mestom porekla, ali je mimo toga pravi dijasporski kolektiv" (Apaduraj, 2011: 256,257). U kontekstu takvog „postnacionalnog dijasporskog sveta" (Ibid: 258), veliki izazov predstavlja pokušaj da se „obezbedi prostor za legitimnost kulturnih prava - prava na traganje za kulturnom razlikom" (Ibid: 261).

Imajući sve ovo u vidu, u našem slučaju je, prema Filipoviću, svakako neophodno formulisane nacionalne politike dijaspore, uz posebno identifikovanje naše intelektualne – tehničke, ekspertske, preduzetničke (business), kulturne i umetničke – dijaspore, kao i stvaranje zvanične baze podataka njenih istaknutih predstavnika. To su snage koje utiču na promenu imidža Srbije, elitni predstavnici Srbije. Pri tome, matična država „mora da formira platformu, strategije i modele angažovanja dijaspore u kapitalne umetničke i kulturne projekte i može da doprinese umrežavanju, prezentaciji i promociji naših kulturnih proizvoda u EU" (Filipović, 2013: 52).

Validan popis naše dijaspore i Srba u regionu nikada nije izvršen, ali, prema najnovijim informacijama DKP-a Republike Srbije u inostranstvu, procenjuje se da dijaspora Srbije čini 27% pripadnika srpskog naroda, uključujući i Srbe u regionu (17%) i danas broji oko 4,5 miliona ljudi (1,5 milion su državljani Srbije, koji, mahom, imaju dvojno državljanstvo). U Srbiji živi 6.5 miliona Srba - 56% od ukupnog broja pripadnika našeg naroda. Odnos srpske migrantske populacije prema svetskoj migrantskoj populaciji osam puta veći od odnosa srpske populacije prema svetskoj populaciji, što stavlja Srbiju među zemlje sa najvećim dijasporama u odnosu na ukupan broj nacionalne populacije. Najveći broj Srba u dijaspori je koncentrisan u SAD i Kanadi (oko milion) i u Nemačkoj, Austriji, Švajcarskoj (oko milion), dok preko milion Srba živi u drugim evropskim zemljama – u Velikoj Britaniji, Francuskoj, Švedskoj i drugim, kao i u Australiji, Rusiji i Južnoj Africi. Kako, po pravilu, „novčane pošiljke migranata u nekim slučajevima imaju značajnu ulogu u privredi zemlje iz koje emigranti potiču" (Majnhof, 2008: 280), to je slučaj i u Srbiji, u koju samo belim putevima stiže oko pet milijardi dolara godišnje.

Istorijski posmatrano, srpska dijaspora je stvarana kao spoj dobrovoljnih i prisilnih migracija u nekoliko talasa, i to čak četiri u poslednjih sto godina. Pre toga, usled turskih osvajanja na Balkanu, dolazi do migracije Srba u Austriju, Češku, Mađarsku, Italiju, Rumuniju, Rusiju, Poljsku, Slovačku i Ukrajinu (Filipović, 2013: 53), dok su četiri najvažnija talasa emigracije Srba: migracija pre Prvog svetskog rata; odmah posle Drugog svetskog rata; tokom 1960-ih i 1970-ih godina i migracije tokom 1990-ih godina. Srpsku dijasporu, usled toga, čine populacija koja je nekada živela u otadžbini, populacija koja nikada nije živela u otadžbini, kao i autohtono stanovništvo (na teritoriji bivše SFRJ) . Isti, četvrti talas

migracije odveo je ljude u SAD, Kanadu, EU, Švajcarsku, Južnu Afriku, Australiju i Novi Zeland, ali obuhvata i sve one ljude koji su emigrirali u zemlje bivšeg Sovjetskog Saveza, kao i u Češku, Slovačku i Mađarsku. Ove zajednice u dijaspori nisu zanemarljive, i „čine ih finansijski moćni ljudi, kao što su investitori, trgovci i vlasnici građevinskih firmi” (Ibid: 56).

Umetnost u dijaspori i umetnici u rasejanju predstavljaju temate koji zahtevaju posebna istraživanja. Posebno, treba obraditi fenomen postojanja srpske književnosti u inostranstvu koja u mnogo čemu „predstavlja jedinstvenu, organsku i autonomnu umetničku celinu, koja zavređuje da bude naučno ispitana i valorizovana” (Đuričković, 2010: 255), i koja predstavlja značajan činilac očuvanja kulturnog identiteta pripadnika srpske dijasfore, ali i mogući činilac međunarodnih veza između Srbije i zemalja u kojima takvi umetnici deluju.

Polazeći od postojećeg položaja srpske zajednice u zemljama bivše Jugoslavije i susednim zemljama, može se zaključiti da je za srpsku manjinu u tim zemljama od vitalne važnosti pitanje očuvanja njenog nacionalnog, kulturnog, verskog i jezičkog identiteta. Zbog toga je na Drugoj konferenciji srpskih asocijacija iz zemalja okruženja Srbije, održanoj 2008. godine, usvojena Deklaracija o saradnji i unapređenju veza Republike Srbije sa pripadnicima srpske zajednice u zemljama okruženja, u kojoj je, između ostalog, predloženo osnivanje srpskih kulturnih centara u zemljama okruženja. Kako „odnos prema dijaspori i Srbima u regionu ne bi zavisio od dnevne politike i političkih stranaka”, u ovoj Deklaraciji je ukazano na potrebu za pravnom regulacijom ove oblasti jednim sveobuhvatnim zakonom (Kojić, 2009: 13). U toku 2009. godine osnovan je Savet za odnose sa Srbima u regionu, sa ciljem da obezbedi podršku pripadnicima našeg naroda u zemljama regiona pri ostvarivanju njihovih prava, donoseći pri tom strateške smernice i koordinišući rad svih državnih organa koji učestvuju u sprovođenju politike prema Srbima u regionu.

U svetu je aktivno više od 1.300 udruženja dijasfore, a najviše ih je u zemljama Evropske Unije, Severnoj Americi i Australiji, uz probleme sa lošom organizacijom, nedostatkom zajedničke strategije delovanja i razjedinjenošću, čime se umanjuju potencijali dijasfore. Takođe, ono na čemu se mora posebno ozbiljno raditi je poboljšanje informisanosti i obrazovanja na srpskom jeziku. U tome svakako značajnu ulogu mora da odigra država Srbija, kako preko neposrednih kontakata sa zajednicama srpske dijasfore, tako i preko bilateralnih sporazuma sa zemljama u kojima postoji brojnija srpska zajednica. Država Srbija bi, preko svojih organa, morala da deluje kako u pravcu korišćenja intelektualnog i ekonomskog potencijala pripadnika naše dijasfore u pravcu razvoja naše zemlje i njene veće prisutnosti u evropskim i globalnim tokovima, uz poboljšanje njenog imidža naročito u zemljama EU, tako i u pravcu efektivne pomoći zajednicama dijasfore u očuvanju identiteta, i to pre svega kroz unapređenja njenih kulturnih, informativnih i obrazovnih potencijala. Pri tome, ne treba zaboraviti ulogu Srpske pravoslavne crkve (SPC), zbog čega država mora da uspostavi dijalog sa SPC i po ovom pitanju. Prema rečima Ljubiše Mitrovića, država Srbija bi morala da razvije „dugoročnu strategiju saradnje sa starom i novom dijasporom. Ona mora imati razvijen dugoročni program pomaganja školstva, univerziteta, crkve, pravoslavlja, očuvanja spomenika kulture, medija na matičnim jeziku, naučnih istraživanja, rada kulturnih institucija i organizacija koje su u funkciji očuvanja kulturnog nacionalnog identiteta Srba” (Mitrović, 2011: 35).

1.9.1. Institucionalni okviri Republike Srbije za saradnju sa dijasporom
Institucionalni potencijal Republike Srbije za saradnju sa dijasporom je, u principu, multiresoran, ali u najvećoj meri je počivao na delatnosti Ministarstva za dijasporu. Ovo ministarstvo je osnovano 2004. godine, sa nadležnostima za obavljanje poslova državne uprave koji se odnose na: „položaj državljana Republike Srbije koji žive izvan Republike Srbije; poboljšanje uslova za ostvarenje biračkog prava državljana Republike Srbije koji žive u inostranstvu; poboljšanje veza iseljenika – državljana Republike Srbije koji žive u inostranstvu – i njihovih organizacija s Republikom Srbijom; informisanje iseljenika, državljana Republike Srbije u inostranstvu o politici Republike Srbije; stvaranje uslova za uključivanje iseljenika, lica srpskog porekla i državljana Republike Srbije koji žive u inostranstvu u politički, ekonomski i kulturni život Republike Srbije i njihov povratak u Republiku Srbiju, kao i druge poslove određene zakonom” (Član 25. Zakona o

ministarstvima „Službeni glasnik RS”, 65/08; prema: Kojić i sar, 2009: 28). U okviru Ministarstva za dijasporu postojao je Sektor za kulturno-prosvetnu, naučnu i sportsku saradnju, koji se bavio očuvanjem srpskog jezika, akademskom saradnjom, promovisanjem kulturnog stvaralaštva u dijaspori i drugim vidovima saradnje. Ministarstvo dijasporo je imalo raznolike programe kulturne saradnje matice i dijasporo. Ovi programi su, početkom 2000. godine, uglavnom bili tradicionalni, kao što je, npr. MOBA, manifestacija koja se od 2002. održava u manastiru Sokograd i namanjena je njegovanju tradicije, istorije, geografije, jezika i folklora u dece iz rasejanja. MOBA se realizuje u saradnji sa strukturama srpske Crkve. Dani dijasporo se održavaju u mnogim gradovima Evrope i podrazumevaju intersektorsku i interministarsku saradnju – Beč, Pariz, Moskva... Treba pomenuti i književne nagrade koje je dodeljivalo Ministarstvo dijasporo – nagrada „Arsenije Černojević”, koja se dodeljuje piscima iz dijasporo koji pišu na srpskom, kao i nagrada „Stojan Stiv Tešić”, koja se dodeljuje piscima u rasejanju koji pišu na stranim jezicima, ali afirmišu srpske teme. Od 2007. godine Ministarstvo dijasporo organizuje javne konkurse i otvoreno je za različite projekte i saradnju institucija kulture, OCD, kao i individualnih kulturnih inicijativa koje su u skladu sa prioritetima i aktivnostima ovog ministarstva. Veliku poteškoću predstavlja razjedinjenost različitih struktura naše dijasporo u inostranstvu, tako da je Ministarstvo dijasporo imalo ometajuće činioce u formiranju, koordinaciji i realizaciji projekata. S druge strane, samo Ministarstvo za dijasporu nije imalo kontinuiranu plansku i stratešku politiku. Ovo ministarstvo je 2011. godine, u okviru rekonstrukcije Vlade Republike Srbije, fuzionisano sa Ministarstvom vera, čime je problematika dijasporo bila u nadležnosti Ministarstva vera i dijasporo⁹⁴. Iedutim, od 2012. godine, sa uspostavljanjem nove Vlade, umesto ministarstva deluje Kancelarija za saradnju sa dijasporom i Srbima u regionu, u okviru MSP, koja obavlja poslove koji se⁹⁵ inose na iste one oblasti za koje je bilo nadležno prethodno ministarstvo. Deklar⁹⁶ija Vlade Republike Srbije o proglašenju odnosa između otadžbine i rasejanja (2006), Zakon o dijaspori i Srbima u regionu (2009) i Strategija očuvanja i jačanja odnosa matične države i dijasporo i matične države i Srba u regionu (2011) predstavljaju dokumenta koje je Republika Srbija donela svojim politikama i strategijama prema dijaspori i autohtonom stanovništvu. Zakonom o dijaspori i Srbima u regionu, koji je stupio na snagu novembra 2009. godine („Sl. glasnik RS”, br. 88/09), definišu se „način očuvanja, jačanja i ostvarivanja veza dijasporo i Srba u regionu sa matičnom državom, nadležnost i međusobni odnos organa Republike Srbije u obavljanju poslova u oblasti odnosa sa dijasporom i Srbima u regionu, konstituisanje i nadležnost Skupštine dijasporo i Srba u regionu, osnivanje budžetskog Fonda za dijasporu i Srbe u regionu, osnivanje Saveta za odnose sa Srbima u regionu i Saveta za dijasporu, evidentiranje organizacija u dijaspori i organizacija Srba u regionu i dodela nacionalnih priznanja u oblasti odnosa matične države i dijasporo, kao i matične države i Srba u regionu” (Član 1. Zakona). Zakon o dijaspori i Srbima u regionu je posebno važan zbog negovanja i čuvanja srpskog identiteta, kao i što većeg obima institucionalne saradnje između RS i Srba u regionu. Delatnosti Ministarstva spoljnih poslova prema dijaspori su brojne i polivalentne – kako u matici, tako i u inostranstvu, prvenstveno preko mreže DKP-a gde naša dijaspora treba i može da predstavlja taj značajan „most saradnje”.

1.10. Interkulturni dijalog u međunarodnim odnosima

Na Trećem samitu šefova država i vlada, održanom 2005. godine u Varšavi, interkulturni dijalog, određen je kao „način promovisanja svesti, razumevanja, pomirenja i tolerancije, kao i sprečavanja konflikata i postizanja čvrste integracije i kohezije u jednom društvu”. Ove smernice su navedene u „Faro Deklaraciji o strategiji Saveta Evrope za interkulturni dijalog koju su usvojili ministri za kulturu kasnije te iste godine, čime je započela priprema Bele knjige o interkulturnom dijalogu”. Prema ovom dokumentu, „interkulturni dijalog odnosi se na otvorenu i dostojanstvenu razmenu mišljenja između pojedinaca, grupa različitog etničkog, kulturnog, verskog i lingvističkog porekla i nasleđa uz zajedničko razumevanje i uvažavanje [...] u okviru jednog društva, između više društava, i između Evrope i ostatka sveta”.

Kulturna raznolikost, kao početna pretpostavka u savremenoj Evropi, mogla bi da vodi ka definisanju tri različite perspektive kulturne politike: multikulturalizmu, interkulturalizmu i transkulturalizmu, gde prvi pojam podrazumeva da „svaki entitet ima pravo na individualni

i nezavisni razvoj“, drugi podrazumeva „aktivne javne politike koje regulišu dijalog među kulturama“, a trećim se smatra da će „globalni kulturni tokovi omogućiti spontanu kulturnu komunikaciju preko nacionalnih kulturnih granica“ (Dragičević Šešić, Dragojević, 2011: 16). Postoje različiti razlozi za povećanje interesovanja za interkulturni dijalog u Evropi - od migracionih procesa, preko rastućih troškova neintegriranja migranata i revitalizacije kulturnih prava „starih manjina“ u Evropi, do izazova globalizacije, integriranja kriznih oblasti, poput Balkana, u Savet Evrope, obaveza EU van Evrope ili rasta unutarevropske mobilnosti kroz obrazovne programe.

U mnogim evropskim državama je podsticaj za dalje razvijanje politike interkulturnog dijaloga došao sa procesom ratifikacije Konvencije UNESCO-a o Zaštiti i promovisanju različitosti kulturnog izražavanja, ali i kroz doprinose za pripremu Belog papira o interkulturnom dijalogu, Saveta Evrope, ili Godine interkulturnog dijaloga Evropske unije (2008) (Ibid: 28). Savet Evrope pokušao je da formuliše celovitu dugoročnu politiku promoviranja interkulturnog dijaloga u okviru Evrope i između Evrope i susednih država. Platforma za interkulturnu Evropu predstavlja inicijativu civilnog društva, kao mrežu koja „povezuje rad nezavisnih umetničkih organizacija i kulturnih radnika, asocijacija, javnih tela i evropskih institucija, istraživanja, prakse debatovanja i politika predlaganja (uzajamno osnaživanje rada na polju interkulturnog dijaloga)“, a razvijena je „kao odgovor na Evropsku godinu Interkulturnog dijaloga 2008, i podržana od strane Evropske kulturne fondacije i Kulturne akcije Evrope (koju finansira Mreža evropskih fondacija i Evropska unija kroz Kulturni program EU)“ (Ibid: 30).

Savet Evrope obezbeđuje podršku u interkulturnom dijalogu preko infrastrukture u svojim državama članicama. Takođe, podrška se ostvaruje „putem institucija kao što su Evropski centar za globalnu nezavisnost i solidarnost (Centar sever-jug iz Lisabona), Evropski centar za moderne jezike (u Gracu), dva Evropska omladinska centra (u Strazburu i Budimpešti), može mnogo da doprinese ostvarivanju saradnje sa Evropskim istraživačkim centrom za obrazovanje u oblastima demokratskog građanstva i interkulture u Oslu i sa Evropskim centrom za kulturu u Delfima“. Postoje brojni programi interkulturnog dijaloga. „Umetnici za dijalog“ je samo jedan od programa, pokrenut 2008. godine koji „ima za cilj unapređenje interkulturnog dijaloga između umetnika i kulturnih radnika u Mediteranskom regionu“. Svi projekti interkulturnog dijaloga su značajni, jer njihovi rezultati treba da se sagledavaju „ne samo u svojim prestižnim oblicima, kao što je Evropska prestonica kulture, već i kroz organizacijske promene koje se odvijaju u kulturnom sistemu, a posebno u novim oblicima kulturnog programiranja, koje zahteva ne samo reprezentaciju drugosti, već i uključivanje drugosti“ (Dragičević Šešić, Dragojević, 2011: 40, 41).

Iako pitanje interkulturnog dijaloga spada u ključna pitanja savremenih kulturnih politika i savremenih međunarodnih političkih odnosa, Srbija se, prema mišljenju Aleksandra Brkića, još uvek nije dovoljno jasno odredila prema toj temi. Posle perioda života u državi „koja je bila postavljena kao multikulturna hibridna tvorevina“, građani Srbije su, posle mnogobrojnih preoblikovanja jugoslovenske zajednice, od 2006. godine počeli da žive u državi „koja tek treba suštinski da se odredi prema sopstvenom identitetu, svojim građanima koji su različiti, kao i da redefiniše svoj odnos prema drugim narodima“ (Brkić, 2011: 59). Do 2007. godine interkulturni dijalog, svakako, nije bio među prioritetima kulturne politike i „njime su se u Srbiji bavile međunarodne organizacije i određeni broj“ OCD (Ibid: 59). Srbija se, u osnovi, posle proglašenja nezavisnosti Crne Gore, počinje da zanima pitanjima redefinisiranja nacionalnog identiteta, mada „taj kulturni identitet i dalje luta i traži se, krećući se od podrške nacionalno/patriotskim do podrške globalno/glokalizatorskim diskursima“ (Ibid: 63). Tek 2008. godine Ministarstvo kulture preduzima početne korake u implementaciji interkulturnog dijaloga, kada je Bela knjiga interkulturnog dijaloga Saveta Evrope prevedena i izdata na srpskom jeziku, u cilju čije implementacije je Ministarstvo kulture sarađivalo sa Radnom grupom za promoviranje kulturne različitosti i interkulturnog dijaloga. Kad je u pitanju interkulturni dijalog, treba istaći da civilni sektor ne može biti jedini akter promoviranja i realizacije strategija komunikacije među kulturama i da bi država morala što pre da „postavi viziju interkulturnog dijaloga“ (Ibid: 63,64). Srbija bi, po mišljenju Brkića, trebalo da počne mnogo intenzivnije da se bavi „pitanjem interkulturnog dijaloga, širenjem uticaja Radne grupe pri Ministarstvu kulture i umrežavanjem institucija, organizacija i ličnosti koje se u

svojim aktivnostima bave promocijom komunikacije i saradnje različitih kultura". Preporuke u vezi sa ovim pitanjem se kreću od stvaranja „vizije i strategija interkulturalnog dijaloga u okviru Radne grupe za interkulturalni dijalog Ministarstva kulture“, preko programa interkulturalnog dijaloga, i podrške u finansijskom smislu, do akcija na „promociji tolerancije prema kulturnoj različitosti u okviru rada sa decom i omladinom na svim nivoima obrazovanja“, u čemu bi važnu ulogu trebalo da igraju i mediji (Ibid: 64).

2. Kulturna politika kao fundament kulturne diplomatije

Termin politika Milena Dragičević Šešić i Branimir Stojković koriste da označe „svesno delovanje usmereno ka postizanju društveno prihvatljivih ciljeva“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 31), pa, shodno tome, ovi teoretičari savremenu kulturnu politiku definišu kao „svesno regulisanje javnog interesa u oblasti kulture i odlučivanje o svim pitanjima vezanim za kulturni razvitak jednog društva“. Oni ukazuju na implicitno i eksplicitno značenje kulturne politike. Prvo značenje – implicitna kulturna politika upućuje na to da su to „svi postupci države koji nenamerno, dakle nemajući u vidu specifične kulturne ciljeve, na pozitivan ili negativan način utiču na oblast kulture“. Drugo značenje – eksplicitna kulturna politika usmerava na to da se radi o „namernim i manje ili više sistematskim intervencijama države, odnosno njenih organa u polju kulture s namerom da se ono kao celina ili pojedini njegovi segmenti usmere u određenom pravcu“ (Ibid: 31- 32).

Vesna Đukić smatra da kulturna politika predstavlja „skup upravljačkih mera i aktivnosti kojima nosioci javne praktične politike, na osnovu političkog, pravnog i finansijskog autoriteta dobijenog na demokratskim izborima upravljaju kulturnim životom i kulturnim razvojem na određenoj teritoriji“ (Đukić, 2010: 63). Ona ističe da je kulturna politika najpre „javna praktična politika u oblasti kulture“ i „nezavisno od toga da li je implicitna ili eksplicitna, kratkoročna ili dugoročna, zasnovana na konkretnim potrebama i problemima građana ili na apstraktnim idejama i uopštenim principima i načelima koje formuliše politička i kulturna elita, u zemljama u kojima država prihvata odgovornost u oblasti kulture, izdvaja sredstva iz državnog budžeta i usmerava ih za kulturni razvoj – kulturna politika postoji“ i „može biti manje ili više efikasna i efektivna, manje ili više transparentna i vidljiva javnosti, manje ili više demokatična – ali svakako postoji kao niz konkretnih akcija i aktivnosti koje u oblasti kulture sprovode različiti državni organi“ (Ibid: 23,24). Shodno tome, Đukić ističe da je predmet teorije kulturne politike „praktična politika državnih organa uprave i drugih tela koja imaju politički, pravni i finansijski autoritet da donose ključne zakonodavne i izvršne odluke u oblasti kulture“, dok „metodološki pristupi koji odgovaraju teoriji kulturne politike kao nauci o praktičnoj politici u oblasti kulture jesu pristupi nauke o menadžmentu u kulturi“ (Ibid: 17). Menadžment u kulturi deluje u dva smera, kroz „analitičko-deskriptivnu dimenziju (istraživanje i opisivanje postojeće situacije, oblika i metoda organizovanja), kao i projektno-modelsku kroz razvijanje i ispitivanje novih, adekvatnijih i efikasnijih načina i modela organizovanja“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 11,12).

Svaka kulturna politika ima svrhu da odgovori na određena pitanja koje nameće specifičan istorijski i kulturni kontekst, ali u najopštijem smislu svrha kulturne politike je uvek „kulturni život i kulturni razvoj društva“, gde kulturni život podrazumeva „postojeću situaciju“ u kulturi, dok pod pojmom kulturni razvoj podrazumevamo „proces kretanja ka projektovanoj budućnosti“ (Đukić, 2010: 30). U vezi s tim, svrha kulturne politike jednog društva ispoljava se u trostrukom vidu: „a) kroz teorijske postavke koje su u skladu sa opštim tendencijama društvenog razvika i koje su uslovljene ideologijom određenog društva, ali i naučnim dometima sociologije i teorije kulture; b) kroz precizno definisane ciljeve i zadatke kulturne politike; v) kroz sistem metoda i instrumenata realizovanja ciljeva i zadataka kulturne politike“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 32).

Program kulturne politike „usvojen od strane zakonodavnih i izvršnih organa uprave, predstavlja idejni i vrednosni okvir politike od koje se očekuje da stvori sve potrebne uslove za zadovoljenje kulturnih potreba, navika i interesovanja građana, kao i za efikasno i efektivno rešavanje problema koji postoje ili se mogu predvideti“ (Đukić, 2010: 27). U svakom slučaju se može reći da je neophodna sprega menadžmenta u kulturi i praktične javne politike da bi se došlo do platforme koja će se primeniti u praksi, kao što se mora ukazati i na neophodnost državne i društvene akcije kada je kultura, odnosno kulturna politika u pitanju. To podrazumeva i da je kulturna politika orijentisana „ka strateškom

ostvarenju konkretnih dugoročnih ciljeva, a ne ka kratkoročnoj aktivnosti ili apologizaciji apstraktne ideje (ideologije) ili nekog uopštenog i univerzalnog načela" (Ibid: 27). U Srbiji, „sa stanovišta uloge države, kulturna politika se kretala od državne/nedržavne preko paradržavne/pluralne do neutralnosti države. Sa vrednosnog stanovišta, kulturna politika se tokom dva prethodna veka kretala na relaciji homogeno/nacionalno i heterogeno/pluralno, dok početkom XXI veka trijumfuje pluralizam", i važna pitanja kulturnog razvoja ostaju na marginama vladinih aktivnosti (Ibid: 117) U ovoj oblasti neophodna je dugoročna strateška vizija koja se u praksi implementira kratkoročnim taktičkim merama, zakonskim rešenjima i svim drugim raspoloživim instrumentima i strategijama kulturne politike, kao što je važno i adekvatno teritorijalno vođenje kulturne politike i prenos nadležnosti. Decentralizacija doprinosi uspostavljanju međuvladine i međuministarske saradnje, ali i povezivanju aktera u javnom, privatnom i civilnom sektoru društva, kao i međuresornoj saradnji između različitih resora (kultura, obrazovanje, socijalna pitanja, turizam, omladina itd.). Strategije povezivanja i partnerstva, kao i strategija diversifikacije resursa, jedne su od najvažnijih u savremenim kulturnim politikama. Multidimenzionalnom razvoju kulture potrebno je reprogramiranje za „implementaciju razvojnih programa i strategija", podizanje kapaciteta ljudskih resursa za međuresorno i međuministarsko delovanje, kao i više „inventivnosti u pronalazanju alternativnih izvora finansiranja". Treba, takođe, definisati i „strategiju integracije Srbije i balkanskih zemalja u evropske i svetske kulturne tokove" (Ibid: 377-379). Evaluacija kulturne politike Srbije, evaluacije rada ustanova kulture, kao i evaluacije u medijskoj sferi doprineće novim rešenjima i instrumentima u strategijama kulturne politike, pri čemu je „neophodno da državni organi uprave budu svesni međunarodne dimenzije svoje kulturne politike vodeći računa, pre svega, o tome da se „izbegnu krajnosti kulturne politike: one koja vodi u zavisnost i gubitak vlastitog kulturnog identiteta i druge, ne manje pogubne krajnosti koja završava u zatvorenosti za univerzalne kulturne vrednosti čovečanstva" (Dragičević Šešić, Stojković 2007: 323). „Vlada Srbije i Ministarstvo kulture, kao nadležni državni organ uprave i izvršni stub vlasti" neizostavno „treba da vode takvu kulturnu politiku koja doprinosi očuvanju duhovne i kulturne samobitnosti zemlje i naroda i zakonitim interesima države" (Đukić, 2010: 403), pogotovo u domenu predstavljanja u međunarodnim okvirima.

Takođe, treba obratiti pažnju i na upozorenje Ljubiše Mitrovića prema kome je „potrebno novo promišljanje i oblikovanje srpske kulturne politike koja bi u eri globalizacije bila moderna i otvorena, koja bi štitila duhovni identitet srpskog naroda (jezik, veru, kulturu), jer smo danas suočeni sa snažnim neokolonijalnim pritiskom, sa kulturom zavisnosti, pod firmom modernizacije i evropeizacije Srbije" (Mitrović, 2011: 34). Osnovne odrednice jednog modernog i otvorenog, ali ka očuvanju kulturnog identiteta usmerenom modelu kulturne politike, isti autor navodi na sledeći način: takva kulturna politika je građanska, multikulturna, demokratsko-participativna, pluralistička, razvojno-civilizacijska, otvorena prema izazovima tržišta, humanističko-emancipatorska, evropska, služi očuvanju nacionalnog kulturnog identiteta (Ibid: 36,37). Dugoročne ciljeve i zadatke kulturne politike kakvu predlaže, Mitrović definiše u „tri pravca: 1) odgovornost u oblasti obrazovanja i vaspitanja mlade generacije, posebno stimulisanja darovitih (talenata kao ljudskog resursa) [...], 2) odgovoran odnos u definisanju kulturne politike prema dijaspori [...] i 3) razraditi i definisati ulogu masmedija u kulturnoj politici", pri čemu autor konstatuje da je „u eri globalizacije, informatičke revolucije, velika uloga simboličke moći, [pa] stoga Srbija treba da ima makar jedan visoko-tehnološki, opremljen i moderno programski koncipiran globalni medij" (Ibid: 38,39).

2.1. Modeli kulturne politike

Nemački teoretičar Andreas Vizand prepoznaje dva osnovna modela kulturne politike: prvi, koji se zasniva na „tradicionalnoj ideji o društvenoj pomoći kulturi i umetnosti (social assistance)", usmeren na tradicionalne kulturne institucije (muzeji, pozorišta, biblioteke itd.), interes značajnih umetnika, državni budžet kao osnovni izvor finansiranja, i podrazumeva umetničke savete u kojima istaknuti autoriteti vrše kontrolu nad razvojem kulture, i drugi, zasnovan na konceptu „mešovite kulturne ekonomije (mixed cultural economy)" i komercijalnog sponzorstva. Dok prvi model može da stvori probleme kao što su: „ograničeni uslovi za inovaciju", razvoj samo tradicionalnih kulturnih formi i veliki

uticaj birokratije, ograničenje drugog modela je činjenica da umetničke aktivnosti nemaju perspektivu razvoja, jer zahtevaju konstantno finansiranje a ne mogu da ostvare stalnu ekonomsku profitabilnost, pošto je, u krajnjoj liniji, stvaranje profita „osnovni kriterijum tržišno orijentisanog modela kulturne politike“ (Đukić, 2010: 97,98).

Milena Dragičević Šešić i Branimir Stojković, na osnovu uočenih sličnosti u funkcionisanju kulturne politike pojedinih zemalja različite privredne razvijenosti, političkog sistema i kulturne tradicije, definišu šest osnovnih modela kulturne politike: 1) liberalni model kulturne politike („država fasilitator” – Sjedinjene Američke Države); 2) paradržavni model kulturne politike („država – patron” – Velika Britanija i Irska); 3) državni birokratsko-prosvetiteljski model kulturne politike („drža³⁷ – inženjer” – Kina, Sirija, Vijetnam, Kuba, Turkmenistan, Tadžikistan, Uzbekistan); 4) državni prestižno-prosvetiteljski model kulturne politike („država arhitekta” – Francuska); 5) nacionalno-emancipatorski model kulturne politike (etnički definisana kulturna politika – Kazahstan, Senegal, Peru) i 6) regionalno/jezički/etnički definisani modeli kulturne politike (Švajcarska, Bosna i Hercegovina, Belgija, i Nemačka) (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 34-39).

Takođe, praktičnu vrednost ima i klasifikacija po kojoj u savremenom kulturnom kontekstu možemo izdvojiti tri osnovna tipa kulturnih politika i modela delovanja: kulturni difuzionizam, kulturni funkcionalizam i kulturni merkantilizam. Kulturni difuzionizam je „utemeljen u tradiciji modernih nacionalnih država tokom XIX veka, a reinterpetiran u marloovskoj koncepciji kulturne politike šezdesetih godina XX veka“, zbog „učvršćivanja nacionalnog kulturnog identiteta“. Sedamdesetih i osamdesetih godina HH veka razvija se kulturni funkcionalizam koji takođe funkcioniše uz „značajno uključivanje države, pre svega kroz stimulativne instrumente i intersektorsko delovanje“. Jedino treći model - kulturni merkantilizam, podrazumeva „visoku ekonomsku liberalizaciju područja umetnosti“ i stav „da je umetnički proizvod isti kao i bilo koji drugi, i da mu se vrednost meri tržišnim uspehom“ (Dragičević Šešić, Dragojević, 2005: 19,20). Uspeh ovog trećeg modela teško je zamisliv u slučaju Srbije. Izbor kulturnog modela je, u osnovi, pitanje strategije kulturnog razvoja jedne države. Čini nam se da je za Srbiju, ipak, najadekvatniji državni prestižno-prosvetiteljski model kulturne politike, koji „kulturu doživljava ne samo kao ključnog činioca nacionalnog identiteta, već i kao onaj deo odgovornosti i poslova države koji su od presudnog značaja za imidž i prestiž zemlje u svetu“ (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 37).

2.2. Nacionalni savet za kulturu Republike Srbije

Osnivanje i delovanje Nacionalnog saveta za kulturu predstavlja važan korak u pravcu sistemskog pokušaja da se uspostavi trajnija i promišljenija strategija kulturne politike u Srbiji. Nacionalni savet za kulturu (Savet) predstavlja „stručno-savetodavno telo koje Narodnoj skupštini, ministarstvu nadležnom za kulturu i Vladi treba da obezbeđuje stalnu stručnu podršku u očuvanju, razvoju i širenju kulture“. Savet broji 19 članova „iz reda uglednih i afirmisanih umetnika i stručnjaka u kulturi“ sa petogodišnjim mandatom, koje bira Narodna skupština. NSK ima sledeće nadležnosti: „analizira i daje mišljenje o stanju u kulturi u Republici Srbiji; daje sugestije u kreiranju kulturne politike; daje predloge za razvoj i unapređenje kulturnih delatnosti; učestvuje u izradi predloga strategije razvoja kulture i daje ocenu izvršenja; predlaže kriterijume za sticanje statusa istaknutog umetnika, odnosno istaknutog stručnjaka u kulturi; daje sugestije i predloge za uređenje drugih pitanja u oblasti kulture kao i međuresorne saradnje (nauka, obrazovanje, urbanizam, međunarodna saradnja, itd.); daje mišljenje o ustanovi koja konkuriše za status ustanove od nacionalnog značaja; obavlja i druge poslove u skladu sa Zakonom o kulturi“.

Počev od jula 2011. do septembra 2017. godine, Savet je održao 54 sednice, izradio je četiri godišnja plana rada (oktobar 2012 - oktobar 2013, oktobar 2013 - oktobar 2014, do kraja 2014; februar-januar 2015.) i tri izveštaja o radu (jul 2011- jul 2012, jun 2012 - jul 2013 i jul 2013-jul 2014.) koje podnosi Narodnoj skupštini.

U Programu rada Nacionalnog saveta za kulturu za period od oktobra 2012. do oktobra 2013. godine predviđeno je više mera, kao što je, na primer, formiranje radne grupe za davanje mišljenja u postupku dodele statusa ustanovama kulture od nacionalnog značaja, nastavak rada na tekstu predloga izmena i dopuna Zakona o kulturi, s posebnim

naglasak na modelima kulturne politike i prioritetima u kulturi, formiranje radne grupe za davanje mišljenja o Strategiji razvoja kulture Republike Srbije, davanje sugestija u oblasti međuresorne saradnje, razvijanje saradnje sa Ministarstvom i Odborom za kulturu Narodne skupštine Republike Srbije itd .

Prema prvom Izveštaju o radu Saveta za period jul 2011. - jul 2012. godine, Savet je, između ostalog, pokrenuo niz inicijativa za poboljšanje stanja u pojedinim oblastima kulture, konkretno u oblasti muzike, pozorišta i amaterskog stvaralaštva. Analizirao je stanje u oblasti kinematografije i izradio Predlog pravilnika o kriterijumima za sticanje statusa istaknutog umetnika, kao i izradio zvaničnu internet stranu Saveta. Savet „podseća” Narodnu skupštinu, kao svog osnivača, na važnost donošenja Strategije razvoja kulture Republike Srbije, kao najvažnijeg akta u oblasti kulture, i da je donošenje strategije od ključne važnosti za kulturni identitet Srbije .

2.3. Strategija razvoja kulture Republike Srbije u kontekstu međunarodne kulturne saradnje

Izrada Strategije razvoja kulture Republike Srbije predviđena je Zakonom o kulturi , kao dokument koji, zajedno sa Akcionim planom, na predlog Vlade Republike Srbije donosi Narodna skupština Republike Srbije za period od deset godina. Proces izrade Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. godine, započet je oktobra 2016. godine, analizom trenutnog stanja u institucionalnom okviru i prioriternim područjima kulturnog razvoja . Prva radna verzija teksta Strategije uobličena je decembra 2016. godine, a zatim su obavljena unapređenja na sadržaju teksta uzimajući u obzir mišljenja i sugestije subjekata kulturnog razvoja. Osim izrade predloga Strategije urađen je Akcioni plan za njeno sprovođenje, koji je koncipiran tako da istakne ciljeve, mere, očekivane rezultate, indikatore praćenja, nosioce, partnere i izvore finansiranja u ostvarivanju postavljenih zadataka. Opšti Akcioni plan donosi se na period od deset godina, s tim da se predviđa da se na dvogodišnjem nivou izrađuje detaljnija razrada aktivnosti za ostvarivanje svakog strateškog cilja. To će uključivati i modifikaciju indikatora u pojedinim oblastima u skladu sa aktuelnim trendovima, s obzirom na to da u pojedinim oblastima trenutno ne postoje preduslovi za precizno utvrđivanje početnih stanja (što je planirano u početnom periodu sprovođenja Strategije). Dvogodišnje interim akcione planove će pratiti i projekcija finansijskih sredstava neophodnih za primenu konkretnih mera. Praćenje ostvarivanja strateških ciljeva postavljenih u dokumentu Strategije obavljaće Ministarstvo kulture i informisanja u partnerstvu sa Nacionalnim savetom za kulturu i Zavodom za proučavanje kulturnog razvitka, a uz pomoć stručnjaka i naučnih institucija (instituta i visokoškolskih ustanova). Ministarstvo kulture i informisanja je zaduženo za podnošenje preseka izveštaja o sprovođenju Strategije, a imajući u vidu i mišljenja Nacionalnog saveta za kulturu. Izveštaj se podnosi Vladi Republike Srbije, dok će javnosti biti dostupan putem internet stranice Ministarstva kulture i informisanja.

Predlog Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. godine definiše pet oblasti kulturnog razvoja: 1) kulturno nasleđe; 2) savremeno stvaralaštvo; 3) digitalizaciju kulturnog nasleđa i savremenog stvaralaštva; 4) međuresorno i međusektorsko povezivanje i saradnju različitih nivoa vlasti i 5) međunarodnu saradnju. Predlog Strategije određuje sedam opštih ciljeva, a to su: 1) razvoj institucionalnih okvira u kulturnom sistemu; 2) odgovorna kadrovska i upravljačka politika; 3) ravnopravno učešće svih građana u kulturnom životu; 4) razvoj kulturnih potreba; 5) kultura međusobnog razumevanja; 6) negovanje srpskog jezika i cirilice i 7) povezivanje srpskog kulturnog prostora (Predlog Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. godine : 4). Jedan od tri prioriteta definisanih u Strategiji predstavljaju evropske integracije i međunarodna saradnja: „učesće u programima EU, međunarodni profesionalni standardi, evropske vrednosti, finansijska podrška, razvoj zajedničkog regionalnog i evropskog kulturnog prostora; stvaranje preduslova za razvoj regionalnog tržišta, ugled i bolje pozicioniranje Srbije, internacionalizacija, razvoj kapaciteta ustanova i organizacija, partnerska saradnja, otvorenost i vitalnost” (Ibid : 4).

Prema Strategiji, „prisutnost umetnosti i kulture iz Srbije na međunarodnom planu je veoma značajan cilj koji predstavlja, pored promotivnog i korektivni faktor – određivanja i definisanja položaja naše kulture u odnosu na druge srodne kulture. Međunarodna kulturna saradnja je jedan od parametara kojim se potvrđuje uspešnost kulturne politike,

kvaliteta i kvantiteta kulturne ponude. Ona se odvija kroz bilateralnu, multilateralnu i regionalnu saradnju. Zadati ciljevi razvoja međunarodne saradnje posebno su značajni u delu koji se odnosi na učešće u evropskim programima i projektima, što može značajno da ubrza realizaciju svih definisanih ciljeva strategije obezbeđivanjem dodatnih sredstava i jačanjem ljudskih resursa i tehničko-tehnoloških kapaciteta ustanova i subjekata u kulturi (Ibid:8).

Predlog Strategije definiše međunarodnu kulturnu saradnju kao „jedan od glavnih instrumenata kako spoljne, tako i kulturne politike. U suočavanju sa procesima i problemima globalizacije i digitalnog okruženja, instrumenti tradicionalne spoljne politike pokazali su se neadekvatnim, pa kraj HH veka i početak HHI veka donosi orijentisanje na multilateralnu saradnju i zahteva traganje za novim oblicima delovanja. Međunarodni odnosi u svetu danas imaju ojačanu kulturnu dimenziju: širenje kulturnog uticaja kroz učenje jezika i prevođenje; razmenu kulturnih sadržaja i proizvoda i prevazilaženje kulturnih razlika kroz dijalog; globalno jačanje uticaja kulturne i kreativne industrije u društvenim lancima vrednosti” (Ibid : 45). U ovom dokumentu, glavni akteri međunarodne saradnje, kao i „kreatori spoljne politike na nacionalnom nivou u oblasti kulture su Ministarstvo kulture i informisanja i Ministarstvo spoljnih poslova, koji to čine preko diplomatsko-konzularnih predstavništava Republike Srbije i Kulturno-informativnog centra Srbije u Parizu, međunarodnih manifestacija u zemlji i u inostranstvu (Međunarodni sajam knjiga, BITEF i FEST u Beogradu, kao i Bijenale u Veneciji, Filmski festival u Kanu i dr.), međunarodnih takmičenja, ali i činom potpisivanja međunarodnih bilateralnih i multilateralnih ugovora. Paralelno s ustanovama kulture, u polju međunarodne razmene i tržišta identifikuju se i novi akteri kao što su: regioni, gradovi, mreže, fondacije i organizacije civilnog društva” (Ibid: 45)

Polazeći od stanovišta da Republika Srbija u razvoju međunarodnih kulturnih odnosa ima dugu tradiciju i da je „naslednica potpisanih sporazuma o kulturnoj saradnji SFRJ koji predstavljaju osnov za nove i savremene bilateralne sporazume i programe saradnje koji su rezultirali nizom uspešnih projekata prezentacije kulture Srbije”, navodi se i da je Srbija „članica Saveta ministara kulture jugoistočne Evrope od samog osnivanja 2004. godine i jedan od lidera u mehanizmu Centralne i Istočne Evrope i Kine (16+1) i potpisnik je svih konvencija Saveta Evrope koje tretiraju kulturu i kulturno nasleđe”. Segment kulturnih industrija Srbije „ogleda se u prisustvu na manifestacijama kulturnih industrija, posebno u izdavaštvu (sajmovi u Pekingu, Frankfurtu, Lajpcigu, Moskvi) i kinematografiji (Berlin, Kan, Venecija)”. U Predlogu Strategije se ističe „nedostatak operativne mreže institucija ili tela u cilju strateškog širenja srpskog kulturnog prisustva i jezika u inostranstvu (katedre i lektorati srbstike, kulturno-informativni centri, lobističke grupe, grupe prijatelja, nepostojanje definisanog srpskog kulturnog proizvoda i njegovog plasmana ...)”. Kada je reč o učešću RS u programima međunarodne kulturne saradnje, u Predlogu Strategije se pominju Programi Evropske unije - Kreativna Evropa i Evropske prestonice kulture, Filmski fond Saveta Evrope Eurimaž i dr. „Proglašenjem grada Novog Sada za Evropsku prestonicu kulture za 2021. godinu i pružanjem podrške programskom konceptu Grada pod nazivom Za nove mostove, Republika Srbija aktivno učestvuje u programu Evropske unije pod nazivom Evropske prestonice kulture” (Ibid: 46).

2.4. Kulturna politika u kontekstu transnacionalnih kretanja u Evropi

Početak devedesetih godina XX veka obeležen je značajnim kulturnim preokretom u diskursima EU, s obzirom na širenje evropskog kulturnog tržišta i prostora, i na pitanja regionalizacije, kao i preispitivanja konteksta u kome nacionalni ciljevi i kulture više nemaju prvenstvo. Evropski regionalistički program, kao i program za Evropu malih nacija, zatim ideja „tvrđave Evropa”, nasuprot evropejstvu utemeljenom na ideji o evropskom identitetu koji potiče iz grčke, rimske i hrišćanske kulture nije odgovarao složenosti Evrope, pa on zahteva preispitivanje kulturne politike u Evropi, a ne evropske kulturne politike (Majnhof, 2008: 7,8). Iako je tačno da je jedan od ciljeva kulturne politike negovanje specifičnih identiteta, poslednjih godina u Evropi stvarnost je takva da su decentralizacija, s jedne, i evropeizacija, s druge strane, narušili monopol države u kulturnoj politici, pa se postavlja pitanje o mogućnosti takve politike da formuliše i artikuliše okvire nacionalnog i kulturnog identiteta. U tom smislu se, u slučaju Srbije, pokušavaju definisati smernice unapređenja strategija srpske kulturne politike. Svakako se mora učvrstiti okvir

nacionalne platforme kulturne politike da bismo bili spremni na njenu rekonstrukciju i integraciju u evropske kulture, na kulturnu diplomatiju unutar evropskog prostora. Organi EU pokušavali su da „promovišu makroregionalni pristup umesto da se usmere na svaku pojedinačnu zemlju, kako bi se borili protiv razvoja etničkih nacionalizama” (Dragičević Šešić, Dragojević, 2008: 65). Kulturni akteri u jugoistočnoj Evropi svakako „treba da se angažuju u istim raspravama kakve su predviđene u inicijativama i dokumentima Saveta Evrope”, kao što „istovremeno, oni moraju da se uključe u tokove svetskog tržišta, ali da pri tom očuvaju sopstvene kulturne i medijske proizvode i izbegavaju pretnju koju predstavljaju masovni proizvodi globalnih kulturnih industrija”. Nova Evropa svakako ne bi trebalo da se temelji na isključivosti, već bi morala da „uzme u obzir sve raznolikosti i dihotomije, da bude spremna za još kontroverznije rasprave, pa čak i za neobična rešenja mnogih pitanja koja se odnose na kulturnu praksu i identitete”. U praksi, države jugoistočne Evrope kao da su isključene iz glavnih tokova kulturne saradnje i razmene i kao da „nemaju moći da utiču na međunarodne programe” (Ibid: 74-79). Ipak, treba reći da su tvorci politike u EU shvatili važnost i pokretačku moć kulture u procesu evrointegracija, za šta presudan trenutak predstavlja potpisivanje Mastrohtskog ugovora 1991. godine. Veliki deo sve brojnijih dokumenata o kulturi u različitim institucijama EU, odnosi se na kulturnu raznolikost, i to u dva konteksta: kulturnoj raznolikosti i evrocentризmu (Kivan, 2008: 84,85). U tom smislu, evropski socijalni i regionalni fondovi potroše više od 500 miliona evra godišnje za različite projekte iz domena kulture, što samo potvrđuje opredeljenje EU, definisano Agendom za kulturu, a u skladu sa Konvencijom o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza UNESCO-a, koja predviđa „jačanje kulturne dimenzije kao vitalnog elementa EU spoljnih odnosa” (Hrustić, 2010: 177). Evropski ustav, u članu III-280, koji se odnosi na kulturu, navodi da je „Unija dužna da doprinosi razvoju kultura zemalja članica poštujući pri tom njihovu nacionalnu i regionalnu raznolikost i istovremeno ističući zajedničko kulturno nasleđe u prvi plan”, mada stoji da još nije tačno određeno šta je to zajedničko kulturno nasleđe (Dragičević Šešić, Dragojević, 2008: 89).

Evropa, odnosno Evropska unija, prema Paskalu Šalijeu, treba da se suoči sa još tri velika kulturna izazova: 1) stvaranje novog okvira za kulturne politike širom Evrope i integracija različitih modela i uticaja; 2) humanizovanje Evropskog projekta; Kultura može pomoći politici i 3) suočavanje sa globalizacijom i novim međunarodnim poretkom. Evropa treba da preuzme odgovornost; Evropska godina interkulturnog dijaloga je odličan početak da se osmisle prave politike za promociju i zaštitu kulturne raznolikosti (Chalier, 2008: 274,275). Kulturne promene koje prate transnacionalizam, prema Kevinu Robinsu, „podsećaju na to da se one oblikuju u složenim dijalozima i sadejstvima sa drugim kulturama, te da su granice kultura fluidne, porozne i da se one osporavaju” (Robins, 2008: 374). Kulturna politika i prakse u javnom sektoru u Evropi uvode logiku prema kojoj „ideje svih kultura stoje jedna uz drugu, kombinuju se, porede, protivrečne su ili konkurentne na svakom mestu i u svakom trenutku”, što nazivamo „dijaloškom imaginacijom”, karakterističnom za kosmopolitsku perspektivu. Kultura je, tako posmatrano, „ranije određena vrednostima, normama i institucionalizovanim običajima”, a danas, prema Alenu Turenu, „ona mora da se osmisli kao sloboda koja štiti volju i sposobnost svake grupe ili svakog pojedinca da izgradi i brani vlastitu individualnost” (Ibid: 379,380).

Svrha Evropske unije u oblasti kulture i umetnosti definisana je 1988. godine u dokumentu Novi podsticaj za kulturu u Evropskoj zajednici, i to kao „stvaranje evropskog kulturnog prostora, unapređenje evropske audiovizuelne industrije, olakšavanje pristupa kulturnom nasleđu i povezivanje sa kulturama zemalja izvan tadašnje Evropske zajednice” (Stojković, 1995: 9; prema: Đukić, 2010: 36). U već pomenutom dokumentu iz 2007. godine, pod nazivom Evropska agenda za kulturu u globalizujućem svetu, navodi se da je „originalnost i uspeh Evropske unije u sposobnosti da poštuje istoriju, jezik i kulturu država članica, te da je dugoročni cilj ove zajednice da ohrabri saradnju između država članica”, čime se posebno naglašava da je kultura „u isključivoj nadležnosti država članica”. Tako se može reći da „ne postoji jedinstvena teritorijalno vođena kulturna politika EU, ali postoje zajednički ciljevi koje kulturne politike zemalja članica treba da ostvare”, a ti ciljevi su: „promocija kulturne različitosti i interkulturnog dijaloga, promocija kulture kao katalizatora

kreativnosti shvaćenog u duhu Lisabonske strategije razvoja i zapošljavanja i promocija kulture kao vitalnog elementa međunarodnih odnosa EU". Upravo ovi „ciljevi definisani u Agendi biće „vodič svih aktivnosti EU u budućnosti". Takođe, kako je već rečeno, „nijedna međunarodna organizacija koja deluje u oblasti kulture (UNESKO, Savet Evrope itd.) direktno ne vodi kulturnu politiku, iako ima na raspolaganju određene normativne (međunarodne konvencije i deklaracije) i finansijske instrumente (programi i fondovi) kojima u određenoj meri utiče na kulturne politike zemalja članica ovih organizacija". Može se zaključiti „da će se u budućnosti dalje razvijati politika međunarodne i supraregionalne saradnje čemu snažnu podršku daju Savet Evrope i Evropska komisija EU kroz veliki broj programa (Kultura 2000, Kulturne rute, Kulturni koridori i dr.)", ali da ovi projekti u osnovi predstavljaju „strategije povezivanja, saradnje i partnerstva", pri čemu se ne može govoriti o „jedinствenoj koherentnoj i konzistentnoj nadnacionalnoj kulturnoj politici koja se primenjuje na ukupnoj teritoriji EU kao jedinstvena i obavezujuća za sve članice ovih organizacija" (Đukić, 2010: 36-38). Dakle, zvanična kulturna politika je, pa i segment međunarodnih odnosa je, suštinski, posao države koju sprovode državni organi i institucije.

3. Identitet i imidž Srbije

U slučaju Srbije, koja je prošla kroz veoma krizne i turbulentne periode, procese i događanja, pitanja identiteta i imidža su od izuzetnog značaja, posebno u međunarodnim odnosima i u globalnoj datosti. Uzročno-posledična veza identiteta i imidža predstavlja složen fenomen. Ljiljana Rogač tako zapaža da „čin predstavljanja sebe drugima, kao svojevrsna interpretacija sopstvenog identiteta, u isto vreme obavlja funkciju potvrđivanja identiteta" (Rogač, 2007: 21).

3.1. Konstrukcija identiteta države

Problemu identiteta može se pristupiti iz područja psihologije, sociologije, antropologije, etnologije, istorije, prava, a, takođe, i interdisciplinarno, te se, shodno tome, ovaj pojam različito definiše. „Identitet (lat. idem) u osnovnom značenju određuje se kao 'isti', a izvedenica (lat. identitas) kao 'istovetnost i poistovećivanje'" (Rogač, 2009: 122). Lični identitet je svakako neophodan da bi se pojedinac razlikovao od drugih i da bi mogao razviti svoju ličnost, ali kakav je proces društvene izgradnje identiteta na nivoima grupa i nacija? U izgradnji identiteta, ključni pojam je „predstavljanje sebe", odnosno skup aktivnosti i ponašanja koje pojedinac koristi kako bi ga drugi ocenili pozitivno. Afektivnu komponentu ličnog identiteta, procenu sebe, karakteriše sistematska težnja za samovrednovanjem, a to je jedan od mehanizama odbrane svakog pojedinca. Martino označava elemente koji konstruišu i doprinose razvoju identiteta, kao što su kontinuitet, predstava o sebi i drugih o meni, koherentnost, jedinstvenost, originalnost ili neuporedivost, raznovrsnost, menjanje sebe u kontinuitetu (akcija) i samopoštovanje (kao neophodno pozitivno viđenje sebe) (Martino, 2009: 74). Identitet karakteriše koliko sličnosti, toliko i potvrda različitosti. Identitet je konfliktan, i unutar sebe i u odnosu sa drugima (Šovije, 2009: 33). „Dijalektička priroda identiteta se ogleda u činjenici da on identifikuje i razlikuje, jer jedna individua (ili ljudska grupa) jeste identična u odnosu na druge pojedince (grupe) samo ukoliko je različita od drugih pojedinaca (grupa)" (Stojković, 1993: 17). Šopenhauer smatra da identitet „zavisi od onog što čovek jeste, što ima, i što izgleda" (Šopenhauer, prema: Sekulić, 2012: 35). Polazeći od Šopenhauerovog određenja, Isidora Sekulić ističe da „kod velikih naroda, brojno i teritorijalno značajnih, ali pre svega reprezentativnih kao države i kulture, zastupljene su sve tri serije pomenutih kapitala" (Sekulić, 2012: 35).

Erikson, koga zovu i ocem indentiteta, uvodi pojam kriza identiteta – najvažnija je kriza identiteta u periodu adolescencije, dok se prostire i na nacionalne i kulturne nivoe. Definicija pojedinačnog ili kolektivnog identiteta važna je za shvatanja krize nacionalnog identiteta. Dalje, uz pojam konstrukcije identiteta mora se pomenuti i pojam politike identiteta, koji se koristi „da bi se označile u prvom redu promišljene, odnosno namerne aktivnosti usmerene na razvoj i učvršćivanje kolektivnih identiteta" (Stojković 2002: 11). Termin stereotip često se koristi s negativnom konotacijom, ali doprinosi da identitet, pogotovo nacionalni, izgleda koherentniji, stabilniji. Stereotip svodi, redukuje ili sažima identitet na njegovu najosnovniju formu, na prepoznatljive elemente.

Ovde se polazi od stanovišta prema kojima se identitet vidi kao konstrukcija. Suprotno ovakvom stavu, identitet se može sagledavati kao suština, činjenica, dok norveški etnolog Bart smatra da je identitet procesualan, a ne sistemčan (Halpern, 2009: 27). Kada govorimo o društvenoj konstrukciji identiteta, polazimo od primarnih grupa pripadnosti kao što su porodica, škola, prijatelji, profesionalno okruženje, izabranih grupa - npr. grupe sportskih navijača ili plesne grupe, potom kulturnih, verskih ili političkih institucija. Identitet se gradi u kretanju približavanja i suprotstavljanja, otvaranja i zatvaranja, izjednačavanja – identifikacije i razlikovanja (Mark, 2009: 49). Ovaj proces nikada nije dovršen i karakterišu ga, pored kontinuiteta, i prekidi, i stalno započinjanje iznova. Istraživanja često stavljaju akcenat na značaj institucija u izgradnji identiteta. Važan segment izgradnje identiteta predstavlja odnos sa društvenim i političkim instancama, kakva je država-nacija.

3.1.1. Nacionalni i kulturni identitet

U prošlosti, u državama-nacijama, mahom, identitet, i nacionalni i kulturni, bio je čvrsto omeđen i utvrđen - religijom, poretkom, državom, vrednostima, mitovima i istorijskim okolnostima. U današnje turbulentno vreme, identitet je promenljiv i hibridan - prvenstveno zbog društvenih promena, potreba i migracija. Pri tome, „nacionalni identitet je deo socijalnog identiteta, odnosno skup svih obeležja nacionalnog bića – države i njenog društva koje živi unutar i van nje, a koje se sa njom poistovećuje, po kojima se nedvosmisleno prepoznaju i razlikuju od drugih država i njihovih društava. Istovremeno, to su i subjektivni osećaji bliskosti i pripadnosti državi i društvu, te osećaji dužnosti promovisanja, unapređenja i zaštite društvenih i državnih vrednosti i interesa. Reč je o racionalnom i emotivnom poistovećivanju jedinke i grupa sa globalnim nacionalnim kolektivom” (Mijalković, Popović, 2012: 580).

Dok se pod nacionalnim identitetom podrazumeva „zajednički identitet naturalizovanih stanovnika određenog, politički i geografski definisanog, prostora – to jest, određene nacije”, pri čemu „nacionalni identitet nije biološki već kulturni, nešto što se uči, često podsvesno” (Higson, 2005: 602, 603), kulturni identitet je „skup karakteristika koje jednu kulturu čine različitom u odnosu na druge kulture, to jest ono čime se kultura identifikuje”, i kao takav, on je „multidimenzionalna konfiguracija, sa više nivoa interakcije, ali ni u jednom slučaju zatvoren, jednom zauvek dati sistem, već dinamični ekvilibrijum internog i eksternog, ukorenjivanja i otvaranja, kontinuiteta i inovacije”, odnosno „dinamičan stvaralački proces” (Indić, 2008: 101). Afirmacija kulturnog identiteta je, tako, „deo šireg i razuđenijeg korpusa prava na kulturu koje je deklarirano i razvijano u međunarodnom pravu nakon Drugog svetskog rata”, u sklopu koncepta ljudskih prava, prihvaćenom na nivou Ujedinjenih nacija. Kulturni identitet možemo definisati i kao „samosvest prepadnika jedne grupe koja istorijski nastaje i razvija se u zavisnosti od kriterijuma koje ta grupa uspostavlja u odnosima sa drugim društvenim grupama” (Stojković, 1993: 17). Kulturni identitet obično se gradi na proverenim vrednostima. Dakle, na delima koja su prošla sud istorije i koja kao takva utiču pozitivno na stvaranje identiteta. Sanjin Dragojević tvrdi da je kulturni identitet „na specifičan način usustavljeno i na dinamičan način sa sadašnjošću povezano kulturno pamćenje” (Dragojević, 2006: 94). Kulturni identitet se stvara „u okviru kulturnog nasleđa, koje čini jezik, običaji, obrasci ponašanja, vrednosti i stilovi življenja” (Koković, 2002: 166), pa je zato, u procesu konstrukcije identiteta, najproduktivniji povratak na tradicionalne vrednosti, uz primenu novih tehnologija.

Predstavljanje nacionalnog i kulturnog identiteta je deo međunarodne kulturne politike. Međunarodna kulturna razmena doživljava se nekada i kao pretnja „autentičnosti” kulturnog identiteta. Žan-Fransoa Bajar (Halpern, 2009: 384) sledi (post)modernističku viziju o pojavama etničkog i nacionalnog kao narativima koje su stvorili nacionalistički intelektualci u cilju pribavljanja moći za sebe i političke elite koje govore njihovim jezikom. Ipak, Bajar bi se mogle uputiti zamerke zbog nacionalističkog diskursa, a Halpernovoj, u njenoj analizi ratova za jugoslovensko nasleđe – a priori prihvatanje negativnog medijskog predstavljanja Srbije. Za razliku od ovih autora, Gosijo ukazuje na značaj pravoslavne crkve kod Srba. Gosijo smatra da je srpski poraz u kosovskoj bitki „suštinski momenat za Srbiju i kao takav je i slavljen”, a u mitu o Kosovu razume i tumači „izvorište nacionalnog legitimiteta” (Gosijo, 2009: 393,394). Ivo Andrić je, naravno, temeljnije ukazao na značaj religijskog identiteta i institucija pravoslavne crkve za očuvanje nacionalnog identiteta u

vreme otomanske imperije: „Ukoliko je zasluga katoličke crkve i franjevaca što su pod tuskom vladavinom stalno održavali veze sa evropskim Zapadom, zasluga i značaj sprsko-pravoslavne crkve bili bi u tome što je ona u samom narodu negovala žive snage i na taj način do novog doba spasla kontinuitet duhovnog života i neprekinutu nacionalnu tradiciju“ (Andrić, 2011: 82).

Raspad SFRJ, ratni sukobi, politička kriza i izolovanost su uslovile i identitetsku krizu. Zagorka Golubović precizira da do krize identiteta dolazi „kada nastane vakuum kulturnih vrednosti i poremećaj u obrascima kulture koji stvara konfuziju u pogledu poruka propisanih standarda i normi ponašanja“, kao i „onda kada državno-politička zajednica nametne određene obrasce kulture i odgovarajuće propise kao jedini opštevažeći referentni okvir i isključujući svaku mogućnost izbora“ (Golubović, 1999: 56). Shodno tome, Ljiljana Rogač poseban značaj pridaje kulturnoj politici ističući da „kulturna politika iznalazi, podržava i neguje osećanje pripadnosti individua kroz ‘kolektivni javni subjektivitet’ i, na taj način, ostvaruje osnovne interese identiteta.“ Osnovni „smisao kulturne politike, prema savremenoj teoriji i praksi, između ostalog, jeste očuvanje i razvoj kulturnog/ih identiteta“, pa je, upravo zbog toga „pitanje identiteta Srbije, pre svega, pitanje kulturne politike u najširem smislu reči“ (Rogač, 2009: 138,139). Prema rečima Branimira Stojkovića, „kulturna politika usmerena na stvaranje i jačanje identiteta predstavlja jednu od osnovnih dimenzija povezivanja unutar Evrope“ (Stojković, 2008: 44).

3.1.2. Evropski (kulturni) identitet

Nesporno da je, po mišljenju Krisa Šora, „EU jedna od najvećih i najznačajnijih novih zamišljenih zajednica koje su nastale u postkolonijalnom dobu“ (Shore, 2000; prema: Aksoj, 2008: 255), pri čemu Šor „zauzima takvu normativnu poziciju, tvrdeći da ‘nacionalno načelo’, kako ga je nazvao Gelner (1983), ‘ima mnogo veći demokratski legitimitet i značenje nego magloviti elitistički ideali Evropske unije i njenih institucija’“ (Ibid: 256). Za konstrukciju evropskog kulturnog identiteta svakako je važan pojam kulturnog kanona, koji se sve češće koristi u raspravama o odnosu između dominantne i manjinskih kultura. Kulturni kanon predstavlja „korpus kulturne baštine koji se smatra neizostavnim delom enkulturacijskog procesa jednog društva te tako ulazi u školske udžbenike i predstavlja neospornu osnovu svake nacionalne kulture“. Kako se ovaj pojam najpre odnosi na polje nacionalne kulture on u savremenoj evropskoj stvarnosti postavlja nekoliko problema: mogućnost konstruisanja evropskog kulturnog kanona, odnosa pretpostavljenog evropskog sa nacionalnim kulturnim kanonima, i odnos i jednog i drugog ka manjinskim kulturama u uslovima transkulturalnosti (Stojković, 2012: 59-61). Oslanjajući se na Gadamerovo stanovište da je „možda posebna prednost Evrope u tome što je više nego druge zemlje mogla i morala da nauči da živi s drugima, čak i kada su drugi bili drugačiji“ (Gadamer, 1999: 20), Rogač smatra da „kulturni identitet Srbije se izražava i kroz evropski kulturni identitet, a njen identitet izolovan od evropskog konteksta gubi svoj oslonac i svoju referentnu tačku“ (Rogač, 2007: 35).

Svakako da su „nacija i država služile kao osnovni referentni okvir za kulturnu politiku u moderno doba“, smatrajući „da nacionalna kultura daje izraza duhu, karakteru i istorijskom kontinuitetu ‘naroda’“, i da „opšte nacionalne kulture, kulture koja je zajednička, predstavljaju mehanizam integrisanja i spajanja“, što je „održavalo naciju u zajedništvu i što je spajalo njene građane kao sunarodnike“ (Robins, 2008: 351). Iako mnogi autori ukazuju na ograničenja nacionalnog okvira, smatramo da u kontekstu globalizacije i transnacionalnih kretanja, treba više razmišljati o nacionalnom imaginaire. U Savetu Evrope, kao telu osnovanom 1949. godine, „kultura je od samog početka zauzimala središnje mesto“, a to je potvrdilo i „uvođenje Evropske kulturne konvencije, koja je potpisana 1954. godine“ (Sasateli, 2008: 38). Za proširenje uloge kulture u EU važan je i prvi Mاستrihtski ugovor, kao i Deklaracija o evropskom identitetu iz 1973. godine i tzv. Tindemansov izveštaj iz 1975. godine, „u kojima je evropski identitet koji je trebalo podsticati, povezan s napretkom u političkom sadejstvu, i u kojima se nalaže stvaranje ‘narodne Evrope’ da bi se uspostavila ravnoteža u tehnokratskoj Evropi, a u čijim predlozima je sadržano jezgro kulturne politike“ (Ibid: 39,40). Komisija evropske zajednice je 1977, 1982. i 1983. donela tri saopštenja od značaja za razvoj kulturne politike u Evropi. Prvi od njih daje primat kulturnim industrijama, drugi stavlja težište na jačanje delovanja zajednice u kulturnom sektoru, dok treća – Svečana izjava o Evropskoj uniji, preporučuje

kulturno delovanje kao sredstvo za negovanje zajedničkog identiteta. Kampanja za „narodnu Evropu“ je 1985. godine započela paralelno sa uvođenjem evro simbola poput zastave, himne, ujednačenog izgleda pasoša, dok su ovakve simboličke inicijative zaokružene saopštenjem pod nazivom Novi podsticaji za kulturu u Evropskoj zajednici iz 1987. godine. Godinu dana pre toga Komisija je imenovala i komesara i Generalni direktorat za kulturu, dok je Ugovorom iz Maastrichta 1992. godine zakonodavstvo ratifikovalo ove razvojne tokove. Važno je pomenuti, kada je kulturno delovanje u pitanju, da je nadnacionalna kompetentnost za kulturu uvedena Ugovorom o Evropskoj uniji (TEU), potpisanim takođe u Maastrichtu, a izmenjenim amandmanima u Amsterdamu 1997. godine. Premda se kultura „često navodi kao jedna od glavnih novina TEU“, polazi se od stanovišta „u kojem je nacija-država i dalje glavni akter“, pa, tako, u Ugovoru stoji kako je Unija „dužna da doprinosi razvoju kulture država članica, poštujući njihovu nacionalnu i regionalnu raznolikost, uz istovremeno isticanje zajedničkog kulturnog nasleđa (Ugovor o Evropskoj uniji, Član 151, 1)“ (Ibid: 41).

U svakom slučaju, sadržaj diskursa o evropskom identitetu nikada nije dovoljno jasan, i uglavnom se zasniva na skupu univerzalnih vrednosti, dok se samo zajedničko evropsko nasleđe brani pozivanjem na kulturnu raznolikost kao vrednost po sebi. Kako piše italijanski filosof i političar Marčelo Pera, kritičar projekta EU sa pozicija klasičnog liberalizma, zastupajući ne „evropske“ nego „univerzalne“ vrednosti, „evropski identitet baš i nije evropski“ i Evropa zapravo nije zasnovana na istoriji nego na idealu, ne na realnoj i konkretnoj zajednici već na „apstraktnoj zajednici apstraktnih pojedinaca“ (Pera, 2010: 79). Dvosmislenost rešenja koje se poziva na „jednakost u raznolikosti“ izaziva kritike sa različitih strana, kako od strane onih kojima je više stalo do jedinstva, tako i onih kojima je više stalo do raznolikosti, u čemu se ogleda i sukob između liberalizma i univerzalizma sa jedne, i komunitarizma i partikularizma, sa druge strane, u pokušaju koncipiranja evropskog identiteta. „Istina je da su postojeći kulturni identiteti danas mnogostruki i da pružaju osnovu za ideju 'jedinstva u raznolikosti', ali je istina i da ne postoji garancija da će se oni uskladiti ili da će postati relevantni pred starijim i jačim formama identiteta“ (Sasateli, 2008: 48). Na taj način se o evropskom identitetu može govoriti ne kao o datosti nego kao o „civilizacijskom fenomenu koji tek treba da se izgradi“ (Radaković, Golubović, 2010: 36). Ulrich Bek tvrdi da „nacionalne kategorije mišljenja onemogućuju razmišljanje o Evropi“, pa postoji potreba „da se na izvestan način usklade nacionalna i kosmopolitska načela“ (Robins, 2008: 370). Problem je, međutim, u tome što i sam koncept kulturne ili čak transkulturne raznolikosti „ostaje zarobljen u nacionalnoj paradigmi“, što je jedan tip shvatanja kulture u kome je, prema mišljenju Krega Kalhuna, uobičajeno da ljudi „žive u jednoj kulturi; da govore jednim jezikom; da poštuju jedan državni poredak“ da je 'prirodno' da ljudi imaju jedan koherentan nacionalni identitet, što je načelo koje je „u potpunom [...] raskoraku sa stvarnom složenošću kultura i identiteta ljudi“ (Ibid: 371,372).

Prema nekim autorima, „uspeh imigranata uključenih u transnacionalne aktivnosti i njihovih sunarodnika u domovini koji se bave sličnim aktivnostima ne zavisi toliko od odbacivanja vlastite kulture i jezika da bi se prihvatili kultura i jezik drugog društva, već više od očuvanja vlastitih originalnih kulturnih tekovina, pri čemu je neophodno i značajno prilagođavanje drugoj kulturi“, i u tome poseban značaj ima „činjenica da takvi migranti više ne žele da se uklapaju, ili da se integrišu u nacionalna društva onako kako su ranije to morali da čine“, pošto u „migranti smatraju da je potpuno uklapanje u zemlje u kojima su se naselili ili nemoguće ili nepoželjno“ (Ibid: 361,362). U transnacionalnom kontekstu, tako, nacionalna kultura i identitet, shvaćeni sinonimno, „počinje da izgleda restriktivna i neadekvatna“, a dok se ranije o takvim, transnacionalnim tokovima regulisanim, identitetima pristupalo kao višestrukim, odnosno „hibridnim“, „sada se više razmišlja o kolektivnim identitetima“, što „podrazumeva značajnu promenu same prirode odnosa kakav mnogi migranti imaju prema identitetu“ (Ibid: 362). U svakom slučaju, izgradnja evropskog identiteta bi morala da podrazumeva „integraciju njegovog zapadnog i istočnog dela“ (Radaković, Golubović, 2010: 37), kao što bi, ne samo na institucionalnom nego i na nivou transnacionalnih kretanja, velike države trebalo da pokažu razumevanje za strah stanovnika manjih država od gubitka vlastitog identiteta, kao kolektivni strah koji nije bez povezanosti sa strahom pojedinca za vlastiti identitet (Ibid: 32).

Za Srbiju, koja je oduvek bila i jeste u Evropi, ali koja na različite načine to mora da potvrdi, ispunjavajući brojne uslove u procesu pridruživanja EU (Marković, 2009), imperativ je upravo organizovanje globalnije prezentacije srpskog identiteta i kulture na evropskom tlu. Da bismo bili ravnopravni i integralni deo evropskog kulturnog identiteta, Evropi moramo da predstavimo kako originalna dela tradicionalne kulture, naše kulturne baštine, tako i dela svetske kulturne baštine koja se nalaze na našem tlu, a zatim i vrhunske domete savremene kulture, kao i osobene umetničke ličnosti.

Na kraju ovog dela bismo preneli i nekoliko razmišljanja srpskog teoretičara Darka Tanaskovića o problemima evropskog identiteta iz članka Izazovi evropskog identiteta, a koji su važni za našu raspravu i zaključke ka kojima težimo. Tanasković najpre sumira kako se „opisi aktuelne krize evropskog identiteta i predlozi načina izlaženja iz stanja krize identiteta kreću u rasponu od isključivosti ideološkog antievropocentričnog diskursa (S. Amin, E. Said, E. Dusei), preko zahteva da se tradicionalna samospoznaja Evrope kao predvodnice čovečanstva temeljno dekonstruiše (Ž. Derida), do zalaganja za nastavljanje 'nedovršenog projekta modernosti', uz korigovanje modaliteta njegovog realizovanja (R. Brag, J. Habermas, B. Tibi)”, pa je „nesporno da korene krize evropskog identiteta ne treba tražiti izvan već unutar Evrope”. Problem sa samim dominantnim konceptom identiteta je u tome što je pojam identiteta „već poodavno potisnuo ranije više upotrebljavane izraze 'duh', 'karakter', 'mentalitet' i njima slične, obuhvatajući ih i sjedinjavajući svojim psihološko-sociološki kompleksnim, a neretko i nejasnim opsegom, što naročito pogoduje karakterističnom 'učenom', a zapravo površnom i misaono nedisciplinovanom javnom govoru raznih medijskih i inih 'ekspertata', dežurnih sveznalica, tumača najaktuelnijih pojava i kretanja u savremenom svetu”, što „naročito dolazi do izražaja u slučajevima definisanja civilizacijskih makroidentiteta, kakav je po svemu i evropski”. Pod identitetom, uz sve pomenute ograde, prema Tanaskoviću, treba razumeti „organski skup odrednica iz jednog istorijskog oformljenog i relativno stabilizovanog sistema pojmova i vrednosti, na kome pojedinac i/ili kolektiv diferentno zasniva(ju) svoju samospoznaju i obliku(ju) pogled na drugoga/druge i na svet. Evropski identitet bi, sledstveno, bio skup takvih odrednica kojima Evropljani, u odnosu na druge identitetske formacije istog civilizacijskog nivoa, samoodređuju svoju evropsku pripadnost, a u skladu s kojom ih i drugi doživljavaju kao Evropljane”. Pri tome, napominje isti autor, treba, razlikovati tradicionalni evropski identitet, zasnovan na vrednostima/ ishodištima koji su jednom verzijom preambule nesuđenog Ustava Evrope bili definisani kao „grčko/antičko filozofsko nasleđe, judeo/hrišćanska tradicija i misao prosvetiteljstva”, i identiteta takozvane nove Evrope, zapravo Evropske unije, u nastajanju. Takođe, treba imati na umu da je „identitet 'stare Evrope' dobrim delom doveden u pitanje, poremećen, pa i razoren, dok se za novim još uvek traga, s mnogo kolebanja i neizvesnosti”, zbog čega se „situacija u kojoj su Evropljani danas razapeti na raskršću, neki bi rekli bespuću, između vernosti svom osporenim tradicionalnom i nesnalaženja pred nedoumicama i izazovima projektovanog novog identiteta s razlogom naziva 'krizom identiteta'”. I opet, jasno je da se pod „evropskim identitetom”, što je od ne male važnosti, pa i važnosti za budućnost evropskog projekta, najčešće podrazumeva zapadnoevropski identitet, koji konceptualno i po sebi iz svog određenja isključuje celokupno „istočnorimsko”, odnosno „vizantijsko” nasleđe. Takođe, „prekomponovanje političke geografije posle raspada SSSR, ujedinjene Nemačke, dezintegrisanje evropskih federacija i nastajanje novih nezavisnih država na evropskom jugoistoku, uz istovremeno proširivanje EU” značajno su promenile ovu sliku, utičući i na redefinisane samog pojma evropskog identiteta. Darko Tanasković, u političkom smislu, stoji na stanovištu da je „bez ulaženja u vrednosnu procenu ovakvog razvoja prilika u međunarodnim odnosima, a pogotovo bez namere da se osporava opravdanost zalaganja za poštovanje svih ljudskih i građanskih prava, što je bez sumnje dragocena tekovina savremene demokratije, moguće neutralno konstatovati da je relativizovanje državnog suvereniteta, bilo da je reč o nacionalnoj ili, uslovno, nadnacionalnoj državi, uvelo dodatnu nesigurnost u shvatanje evropskog identiteta” (Tanasković, 2010: 125-137). Ovakvi temeljni uvidi Darka Tanaskovića postavljaju nas pred važna pitanja i dileme i istovremeno nas uvode u odeljak koji se tiče konstrukcije i percepcije srpskog i balkanskog identiteta, i to s obzirom na aktuelne procese koji bi

Srbiju trebalo da uvedu u porodicu evropskih naroda, u institucionalnom i političkom obličju EU.

3.1.3. Konstrukcija identiteta – Balkan i Srbija

Razmatranje balkanskog identiteta je važno radi kontekstualizacije identiteta (i imidža) Srbije. Balkan se, najčešće, određuje „kao ‘nešto između’ Istoka i Zapada, Evrope i Azije, odnosno kao raskrsnica kultura, jezika, vera, tradicija i civilizacija” (Rogač, 2007: 36). Balkan je gotovo uvek opisivao „kao ‘drugo’ u odnosu na Evropu” (Todorova, 1996: 15), kao varijanta orijentalizma s obzirom na nasleđe, pa je uvek ostalo aktuelno pitanje da li su Balkanci Evropljani ili nisu? Dva nasleđa su suštinski oblikovala Balkan – vizantijsko u trajanju od hiljadu godina, sa „dubokim političkim, institucionalnim, zakonskim, verskim i kulturnim uticajem”, kao i petstogodišnja otomanska vladavina koja je uticala na stvaranje aktuelnih stereotipa u sferi narodne kulture i percepciji suštinskog istorijskog diskursa identiteta (Ibid: 31). Ivo Andrić, u svojoj doktorskoj disertaciji upravo razmatra uticaj otomanske vladavine na Balkanu: „Od odlučujućeg značaja je to da je Bosnu, u najkritičnijem trenutku njenog duhovnog razvoja [...] osvojio jedan azijski ratnički narod čije su društvene institucije i običaji značili negaciju svake hrišćanske kulture i čija je vera - nastala pod drugim klimatskim i društvenim uslovima i nepodesna za svako prilagođavanje – prekinula duhovni život zemlje, izobličila ga i od tog života načinila nešto sasvim osobeno” (Andrić, 2011: 25). Opšti uslovi za razvoj kulture bili su krajnje nepovoljni i postojale su prepreke za uvođenje i evropske civilizacije, što turski veliki vezir, inače srpskog porekla, Mehmed-paša Sokolović potkrepljuje svojom devizom: „Nek me ne sudi Evropa, / jer mogu na štetu njojzi / dignut neprelazan zid / po međi carstva sveg” (Ibid: 45).

Suprotnost između apstraktnog Istoka i Zapada seže u daleku prošlost i može se relativizovati. Balkan se upoređuje sa mostom ili raskršćem između Istoka i Zapada, između Evrope i Azije. Eli Skopetea definiše Balkan kao „zapad istoka” (Todorova, 1996: 41). Na Kosovom polju je 1389. godine došlo do „najvećeg pokolja, koji će odrediti čitavu potonju istoriju Balkana” (Kelly, 1994: 44; prema: Todorova, 1996: 319). Na kraju XIX veka, sa negativnom političkom konotacijom od geografskog imena Balkan, posle balkanskih ratova i Prvog svetskog rata, izveden je pojam „balkanizacija” (nasilna fragmentacija, razbijanje teritorijalne celine, despotizam, nasilništvo, separatizam i dr.). Ranije su neki autori i multikulturalnost izjednačavali sa balkanizacijom. Stvaranje Jugoslavije predstavlja proces suprotan balkanizaciji. Proces „evropeizacije”, „pozapadnjavanja” ili „modernizacije” balkanskih zemalja počinje u XIX i XX veku. Determinisana je razlika između takozvanih „evropskih i „ne-evropskih” država unutar Evrope. Uprkos tome što je Balkan „kmet Evrope, anticivilizacija” (Todorova, 1996: 324), institucionalizovao se studije balkanskog identiteta (1934. osnovan u Beogradu Balkanski institut). Rauček je za Balkan uspostavio dijagnozu „hendikepa heterogenosti” (Ibid: 233).

Na kraju XX veka Miroslav Volf, američki teolog hrvatskog porekla, tvrdi kako „danas Balkan gori zbog Srbije koja traga za svojim posebnim identitetom” dok hrvatski dramaturg Slobodan Šnajder određuje Balkan kao „mitsku teritoriju” i kao „prostor u kom osciliraju snažne tradicije koje su oblikovale evropsku kulturu” (Ibid: 99, 100). Kakve predstave danas postoje kada je u pitanju Srbija? Sve balkanske nacije svesne su svoje slike u spoljnom svetu. Predstava o Srbiji ipak ne postoji samo negativno u domenu politike, nego i pozitivno – u kulturnoj sferi. Samo jedan primer je vezanost za festival Guča, kao dela balkanskog folklor, što apsurdno predstavlja urbane fenomene Zapada. Srbiji ne preti „kulturni narcizam”, koji se često sreće u „malim kulturama” i koji je posledica izolacije, ali stanovnici Srbije kao i „stanovnici Balkana o sebi imaju negativnu predstavu jer im ona, tako nepovoljna i puna omalovažavanja dolazi spolja” (Ibid: 87,73). Otuda i priznavanje sopstvenog neevropskog karaktera: „Jesmo mi Evropljani, ali ne baš sasvim.” (Ibid: 78). Na kraju krajeva, Zapad i domaći elementi su raspad i katastrofu Jugoslavije objašnjavali „balkanskim mentalitetima”, dok s druge strane, preporučuju da „sami bivši Jugosloveni mogu da sačuvaju čistotu i nevinost svog hrvatstva, srpstva, makedonstva i tako dalje, ili da ga makar prikažu kao nešto što vredi sačuvati” (Ibid: 98). Suprotno negativnim aspektima balkanskog identiteta, „pozitivna samoidentifikacija uključuje vrednosti vezane za tradicionalne kulture, kao što su junaštvo, čast, slobodoljublje, gostoljublje, ponos, kao i naglašenu emocionalnost, strastvenost,

temperamentnost, energičnost" (Dragičević Šešić, Dragojević, 2004b: 19; prema: Rogač, 2007: 38).

Što se tiče percepcije srpskog kulturnog identiteta u domaćoj intelektualnoj javnosti, pa i u javnom mnjenju kao takvom, prema Saši Gajiću, prisutne su dve tendencije, gde prema jednoj, osnov problema srpskog kulturnog identiteta „leži u činjenici o neizgrađenosti ili nepostojanju jasnog kulturnog identiteta uzrokovanog političko-istorijskim događajima i ideološko kulturnim eksperimentima koji su srpski kulturni prostor, i u identitetskom smislu, nakon sopstvenih neuspeha doveli gotovo do nivoa da je postao tabula rasa", dok prema drugoj tendenciji, srpski kulturni identitet postoji, „ali je sam po sebi problematičan" (Gajić, 2008: 135). Ovakve suprotnosti u današnjoj Srbiji, nažalost, dovode do stanja svojevrsnog „kulturnog rata", što doduše nije usamljena, već je, naprotiv, sve dominantnija pojava u današnjem (zapadnom) svetu.

Kako napominje Ana Tasić, istražujući problem recepcije srpskog društva u izvođenjima srpskih drama na evropskim scenama, „problem stigmatizovanja balkanskog prostora, nije novina niti isključiva posledica ratova devedesetih godina na teritoriji bivše Jugoslavije, mada je nesporno, u tom periodu, diskurs balkanizma bio posebno izražen", navodeći pri tome „izrazito negativna viđenja srpskog društva" kao deo „diskursa balkanizma, stigmatizovanja balkanskog prostora i primer tendencioznog, ideološkog tumačenja umetnosti". Ovakvi „stavovi izlaze u javnost i utiču na opšte širenje negativnog odnosa prema jednom društvu i kulturi, u ovom slučaju – srpskog". Postoje i drugačija tumačenja srpskih dramskih tekstova od strane evropskih umetnika, kritičara i teoretičara, koji izražavaju „uverenje da je Srbija deo globalnog društva, zajedničkog evropskog kulturnog prostora, iako se bori sa krupnim lokalnim problemima", odnosno koja Srbiju vide kao „državu čije stanovništvo ima iste probleme kao i prosečni građani Evrope". Ovo donekle predstavlja naznaku „promene stavova Evrope prema Balkanu, uklanjanje retorike balkanizma i pojavljivanje ideje o integrisanju Balkana u Evropu", odnosno ukazuje na promenu tendencije – od getoizacije do ideje integrisanja Balkana u Evropu (Tasić, 2011: 133,134). Ovo možda ukazuje kako „Srbija nije više sablast Evrope, nije više sasvim izolovana zemlja, gurnuta u ćošak, ili na rub Evrope, već je zemlja kojoj se lagano otvara put ka integraciji u Evropu" (Ibid: 142), što svakako treba prepoznati i iskoristiti i čime treba da se rukovodi srpska kulturna politika i kulturna diplomatija u pokušajima da se značajnije promeni imidž Srbije u Evropi i u svetu. Na kraju, prema Draganu Čaloviću, posmatranjem umetničkog diskursa u Srbiji, moguće je identifikovati tri različita modela, gde prvi podrazumeva približavanje srpske umetnosti savremenoj zapadnoj umetničkoj praksi, nudeći sliku stabilnog pro-evropski orijentisanog društva i uspostavljene vlasti, drugi, u okvirima evropskog viđenja srpskog društva kao reprezentata drugog unutar Evrope i treći model, koji „reprezentaciji vlasti i određenju nacionalnog identiteta prilazi sa stanovišta tradicionalističkih shvatanja" (Čalović, 2008: 196).

3.2. Imidž i brendiranje

Kada je u pitanju promena imidža Republike Srbije, neophodno je definisati pojmove imidža i brendiranja, s obzirom na njihov značaj za reputaciju i ugled države u međunarodnim okvirima.

3.2.1. Imidž države

Pojam imidža, potekao je od latinske reči imago,-nis, f. koja označava „sliku, lik". Ovaj termin, kao image, na francuskom i engleskom jeziku, označava „javnošću formiranu predstavu ili ideju o nekome ili nečemu", a takođe i „nečiju sliku u javnosti". Imidž može da bude „personalni i kolektivni, i još specifičnije, organizacioni, tj. korporacijski", gde se korporacijski imidž definiše kao „slika koju javnost ima o kompaniji" (Rogač, 2007: 21). Termin imidž, dakle, „zamenjuje 'izgled', a vezuje se prevashodno za predstavljanje u javnosti i time formira sliku", pa je on „neodvojiv od komunikacije", s obzirom na to da je reč o „prijemu poruke i njenoj interpretaciji, koja ima dugoročne efekte". Na taj način je komuniciranje s javnošću „važan aspekt u kontekstu proučavanja imidža" u čijem formiranju „mediji imaju gotovo odlučujuću ulogu" (Ibid: 22) Pored značaja medija za formiranje imidža, treba istaći i značaj kulture, u proizvodnji i plasmanu imidža jedne zemlje, te, takođe, i medijske kulture. Upravo se kroz forme medijske kulture „očituju savremeni trendovi u oblikovanju imidža, koji se često izjednačava sa identitetom. Iako je ovde uglavnom reč o ličnom imidžu odnosno identitetu, fenomen koji su deo ovog spoja

kulture i medija imaju uticaja i u procesima oblikovanja nacionalnog i kulturnog identifikovanja uopšte" (Ibid: 46).

Imidž država, „nikada ranije u međunarodnim odnosima [...] nije imao toliki značaj, a [...] njegova izgradnja izjednačava se sa izgradnjom moći" (Radojević, 2010: 85). Uprkos globalizmu, imidž država i dalje u velikoj meri zavisi od imidža nacije, jer je, kao što je to Benedikt Anderson primetio, „bivanje nacijom (nation-ness)" i dalje „najuniverzalnija priznata vrednost u političkom životu našeg doba" (Anderson, 1998: 14,15; prema: Pantović, Bašić, 2015: 179). Kotler imidž države vidi kao „skup verovanja i utisaka koje ljudi imaju o određenim mestima, gde su kompleksno procesuirane (svesno ili nesvesno) mnogobrojne asocijacije i različite informacije koje 'dolaze' iz tog mesta i/ili su u vezi sa tim mestom" (Kotler, Haider/Rein, 1993: 141; prema: Pantović, Bašić, 2015: 180). Prema tome, imidž se može posmatrati kao rezultat komunikacijskog procesa. Imidž države se stvara bez obzira na to da li se utiče na njegov proces ili ne (Anholt, 2007; prema: Pantović i Bašić, 2015: 180). Međutim, „kada je reč o svesnom uticaju na konstrukciju imidža, neophodno je, pored samoodređenja i samopredstavljanja u međunarodnom ambijentu, obezbediti prestrukturiranje i adaptiranje javne komunikacije, kako unutar zemlje, tako i u međunarodnom ambijentu. Ovde se na proces stvaranja imidža države u međunarodnom ambijentu gleda kao na 'borbu za pažnju', gde uspeh zavisi od načina na koji se predstavlja neka stvarnost. Međutim, treba imati u vidu da se u slučaju 'komuniciranja radi komunikacije' može malo toga učiniti" (Ibid: 180). „Reklamne kampanje, na primer, ne mogu podstaći dugoročni plan u usmeravanju efekta imidža zemlje" (Anholt, 2007; prema: Pantović, Bašić, 2015: 180) Ali, potencijal dijaspore može da igra bitnu ulogu u medijaciji i uspostavljanju dobrih odnosa između zemlje porekla i zemlje prijema, s obzirom na komunikacijske kanale u međunarodnom okruženju. U vezi s tim, Bobić ističe da „članovi dijaspore poseduju različite nivoe humanog ili kulturnog kapitala u smislu dostignutog nivoa obrazovanja, veština, raznih praktičnih znanja" (Bobić, 2009: 368). Imajući u vidu jaka osećanja identitetske pripadnosti prema matici, angažovanje dijaspore je važno posebno kada su u pitanju akcije promene negativne reputacije i imidža zemlje.

Elektronski mediji i masovne migracije, prema rečima Ardžuna Apaduraja, „obeležavaju današnji svet ne kao nove tehničke sile, već kao sile koje, reklo bi se, prizivaju (a ponekad i nameću) rad imaginacije", dok smo već postali naviknuti „da svako društvo posmatramo iz ugla njegove sposobnosti da stvori sopstvenu verziju umetnosti, mita i legende", što su forme izražavanja koje pokazuju „da su sva društva sposobna da prevaziđu i preoblikuju svakodnevni društveni život pribegavajući raznim mitologijama u kojima je on iskrivljen imaginacijom" (Apaduraj, 2011: 16,17). Po njegovom mišljenju, „upravo imaginacija, a posebno kolektivna imaginacija, može postati pokretač za akciju", jer ona „igra ključnu ulogu kada govorimo o koncepciji, produkciji i percepciji imidža jedne zemlje, jednog naroda i jedne kulture" (Ibid: 21).

Prema značajnom ruskom autoru Erastu Galumovu, samoidentifikacija i konačna prezentacija (reprezentacija) u informacionom prostoru treba da bude strukturirana – „upakovana" u ove ili one forme, kao što je važno i „stimulisati interes društva u domenu problematike odnosa forme i sadržaja, kao i problem samoidentifikacije", odnosno identiteta (Galumov, 2005: 6). Imidž je zamišljena kategorija, ali „kategorija kojom se upravlja i koja može da se konstruiše i transformiše prema našim željama, prvenstveno preko medija i raznim formama manipulacije" (Ibid: 10). Elementi konstrukcije imidža mogu biti pozitivni, ali i negativni. Pozitivan članak u inostranim novinama je jednokratna akcija, pa treba imati na umu važnost emocionalizacije informacije koja se postiže, pre svega, „kroz umetnost, književnost, kinematografiju, kroz kulturne sfere, kroz istorijska i filozofska istraživanja. Zato je važna odgovarajuća integralna analiza, strateška oblast direktno povezana sa državnim zadatkom izbora instrumenata, načina i metoda formiranja međunarodnog imidža zemlje". Iako je naša predstava o sebi svakako važna, takođe je važan i „pogled na nas sa strane", i u tome su „jedinstveni instrument stvaranja imidža, bez sumnje, mediji", uz svest da „površna, čisto PR-ovska, rešenja, zbog kratkoročne akcije, ne poboljšavaju i ne mogu poboljšati naš imidž". Takođe, kaže Galumov, u tome se ne mogu očekivati brzi rezultati (Ibid: 16-21).

Problem pozitivizacije imidža u slučaju Srbije je aktuelan i nasušan, mada delovanje različitih struktura koje su učestvovala u ovom procesu izgleda neusaglašeno i razučeno.

Akcije poboljšanja imidža nisu objedinjene jedinstvenim ciljem i teoretski razrađenim programom dejstava. Država treba da preuzme na sebe koordinacione akcije i planove. Utvrđeno je da ne postoji svestrana analiza osnova formiranja međunarodnog imidža Srbije. Strateški zadatak je formulisanje i konstrukcija pozitivnog imidža i atmosfere Srbije sa pozitivnim istorijskim, političkim i, nadasve, kulturnim aspektima. Današnji imidž Srbije u velikom stepenu određen je nedavnom prošlošću naše zemlje. Imidž zemlje je mnogostruka kategorija u čiju konstrukciju ulaze, istorijske, političke, ekonomske, sociološke i umetničke kategorije - neophodno je modelovanje nekih najpoznatijih i dejstvjuće pozitivnih formi zemlje.

Nacionalna državna ideja je, piše Galumov, „sistem vrednosnih izbora, vektor smera i civilizacijskih orijentira države koji odgovaraju mentalitetu naroda”, pa „na taj način imidž zemlje u odgovarajućem svetlu odražava bazne nacionalne vrednosti i državne prioritete” (Ibid: 42). Faktore koji utiču na imidž države on deli na: 1) uslovno statičke – već formirane, koji se gotovo nikad neće promeniti, i koji predstavljaju nacionalno i kulturno nasleđe društva; 2) uslovno dinamičke – vezane za sadašnjost; 3) očekivanja u budućnosti (Ibid: 42). Po njegovom mišljenju, „u trećem milenijumu samo najsavremenije informaciono-analiitičke i komunikacione tehnologije koje prenose kulturne proizvode mogu da posluže našem narodu da formira strukture pozitivnog imidža”, ali je „imidž društva neophodno odrediti i učiniti razumljivim, a ne izmišljenim”. Modelovanje imidža, pri tome, ima četiri faze: privlačenje pažnje u medijima, obezbeđivanje prijema u medijima, interpretaciju, tj. dekodiranje i obezbeđivanje pamćenja i upečatljivosti (Ibid: 53-65). Nacionalni identitet sa određenim arhetipima predstavlja osnovu formiranja pozitivnog imidža zemlje. Država treba da ima svoju reputaciju, to jest „konstantno treba da pozicionira pozitivne strane svog imidža” (Ibid: 79). U formiranju imidža treba koristiti četiri tipa subjekata: saveznike, partnere, konkurente i protivnike (Ibid: 99). Primenjeno na slučaj Srbije, sledeći shvatanja Erasta Galumova, da bi se u EU i u svetu formirao pozitivan imidž Srbije, treba korigovati i formirati uslovno-dinamičke faktore imidža Srbije, prvenstveno u institucionalnom smislu. Svako društvo svakako ujedinjuju „ne samo materijalni, ekonomski, politički interesi, već prvenstveno duhovne i kulturne vrednosti” (Ibid: 290), pa treba utvrditi današnje srpske arhetipe, usaglasiti individualne ciljeve, društvena očekivanja i državne interese. Sve to zahteva preformulaciju koja odgovara jedinstvenoj istorijskoj tradiciji i pozicioniranju u granicama utvrđenog sistema vrednosti. Treba imati u vidu da Srbija ima svoj civilizacijski put, svoju jedinstvenu civilizacijsku ulogu, svoju oblast i perspektivu razvoja, kao i nepromenljive istorijske konačne datosti. Srbija nesporno ima priličan evropski identifikacioni potencijal, ali proces formiranja imidža može biti optimalan i efektivan ako se razumno iskoriste neke karakteristike nacionalnog identiteta. Formiranje međunarodnog imidža Srbije je mnogostruka delatnost koja zahteva čvrst koncept, pri čemu „narudžbinu formuliše, naravno, država, zato što je ona glavni zainteresovani subjekat međunarodnog imidža” (Ibid: 546). Mediji, privreda i druge strukture (nauke, menadžmenta, kao i kulture i umetnosti) mogu da doprinesu, ali samo država, u okviru posebnog kordinacionog organa, mora da bude koordinator i kreator. Treba početi od analize sadržaja koju mogu pružiti neki kulturni proizvodi, filmovi, knjige, izložbe, festivali, kako bi se efektivno implementirala u inostranstvu naša kultura, naš identitet i naše viđenje sveta. U ovim nastojanjima je značaj kreativnosti ogroman. Strategija formiranja međunarodnog imidža pretpostavlja analizu razvoja situacije u državi, ocenu smera mogućeg razvoja, usaglašavanje imidža kakvim se on vidi van granica sa sopstvenim interesima, kao i najadekvatnijeg momenta i najefektivnijih instrumenata za realizaciju cilja – pozitivizaciju imidža zemlje. Tako je i suština pozitivizacije međunarodnog imidža Srbije u ciljnom pozicioniranju kulturnih akcija u medijima. Pri tome, nikada nije dovoljno naglasiti značaj kulture u ovim procesima - „imidž Srbije treba popravljati pre svega kulturom, i to u najširem smislu. Reč je, dakle, o amortizovanju loše predstave, odnosno o pojačavanju dobre predstave, a kultura je prostor gde za to ima osnova” (Rogač, 2007: 64). Po mišljenju Ljiljane Nikšić, ambasadora u Ministarstvu spoljnih poslova Republike Srbije, „za novo brendiranje i promenu imidža Srbije potrebno [je] vreme, strpljenje, naporan rad i razrađena nacionalna strategija, ali, kako dodaje, „od posebnog značaja će biti i prepoznavanje potrebe razvoja sektora srpske kulturne diplomatije”, uz svest da „nijedna

marketinška agencija ne može da brendira Srbiju kao srpska diplomatska mreža koja postoji u više od 178 zemalja sveta". Takođe, ona ističe da je „kulturalna diplomatija [je] neophodna zbog vrhunskih rezultata u nauci i sportu, ali i zbog negativne slike koja se, u jednom delu svetske javnosti, uporno plasira o Srbima", u čemu je velika uloga dijaspore i naših DKP-a i diplomata. Samo „koordiniranom akcijom resora, negovanjem 'kulture sećanja', motivisanjem Srba da budu zadužbinari i stvaranjem ozbiljnog fonda za kulturu, kulturno-istorijsko nasleđe trajno se 'usađuje' u kolektivnu memoriju sveta", dok se „približavanje stavova Srbije naroda u međunarodnoj zajednici postiže [se] i obeležavanjem jubileja i godišnjica svetskih istorijskih događaja (Dan pobede u Drugom, Dan primirja i 100 godina od Prvog svetskog rata), štampanjem dvojezičnih monografija, naučnom razmenom profesora, ekskurzijama za mlade, snimanjem i projekcijom filmova, postavljanjem stalnih izložbi na eminentnim mestima, podizanjem spomenika (npr. Nikoli Tesli u Njujorku), ali i 'teniskom diplomatijom' koja afirmiše Srbe i kao šampionsku naciju i otvara vrata džet-seta i svetskih centara moći" (Nikšić, prema: Sretenović, 2013). U svom radu Kulturalna diplomatija u funkciji očuvanja kulturnog identiteta, ambasador Nikšić ističe da „izrada Nacionalne strategije srpske kulture, zatim jasno definisanje kulturne politike i kursa delovanja kulturne i ekonomske diplomatije, Srbiji treba da posluži da rehabilituje svoj 'imidž' u svetskoj javnosti i pozicionira se prema svom bogatom kulturno-istorijskom nasleđu tamo gde pripada" (Nikšić, 2012b: 425). Da bi se promenio imidž države, Srbija treba da stavi sve svoje potencijale u funkciju „novog brendiranja od 'Srbija ratna zona' u 'Srbija novih mogućnosti drevne tradicije i autentičnih kulturnih vrednosti'" (Nikšić, 2012b: 419).

3.2.2. Brendiranje države

Brendiranje (branding) je, u osnovi, „najpogodniji način da se roba koju prodaje jedan proizvođač razlikuje od robe konkurenata" i on „ima potencijal ne samo da funkcionalno razlikuje proizvode već i da iskazuje kvalitativne distinkcije kroz vizuelne vrednosti neke robne marke" a nastao je iz iskustva i uverenja da se „potencijalno nepoverenje prema bezličnoj robi na tržištu" može „prevazići ubedljivom simbolikom dobro poznatog imena neke robne marke" (Makruri, 2005: 71). Brend je, prema Martinu Nojmajeru, „nečiji lični doživljaj proizvoda, usluge ili kompanije", gde „svaka osoba gradi sopstvenu viziju brenda". Tako zapravo, tek „kad dovoljno osoba doživi proizvod na isti način, za kompaniju se može reći da ima brend". Drugim rečima, brend je „opšteprihvaćeno, a ne bukvalno shvatanje proizvoda, usluge ili kompanije", pa je brend-menadžment, odnosno rukovođenje brendovima „menadžment razlika, ne onih koje postoje na papiru, već onih koje postoje u svesti ljudi". Brend je značajan zbog toga što je „nivo poverenja koji osećamo prema proizvodu, više nego procena njegovih osobina i prednosti, odlučujući faktor pri kupovini", te je „građenje poverenja osnovni cilj brendiranja" (Neumeier, 2009: 1-11).

Prilikom razmatranja brendiranja države, poslužićemo se definicijom brendiranja nacije. Anholt je prvi upotrebio ovaj termin i definiše brendiranje nacije kao „pojavu kada javnost komunicira sa javnošću; kada značajan deo populacije jedne zemlje – ne samo državni službenici i plaćeni nominalni lideri – stoji iza strategije i živi je u svakodnevnom ophođenju sa spoljnim svetom" (Anholt, 2003: 123; prema: Strugar, 2017: 242). Brendiranje nacija i nacionalnih država je realnost neoliberalnog globalnog poretka u kom živimo i kao takvo podleže kritici neoliberalnog i medijskog poretka, njegovog viđenja kao nove forme kulturnog imperijalizma (Valčić, 2008: 397). U ovakvoj globalnoj datosti, medijska reprezentacija nacionalne kulture je neophodna radi njene globalne prepoznatljivosti, što može da ima kako ekonomske tako i političke implikacije. Istražujući medijsko predstavljanje država Jugoistočne Evrope na internetu, autorka Zala Valčić uočava svojevrstni „tradicionalno-moderno-postmoderni paradoks", u nastojanju država da se predstave istovremeno kao one koje u najvećoj meri čuvaju tradicionalno kulturno nasleđe, da istaknu gostoljubivost domaćeg stanovništva i lepotu i očuvanost prirodne okoline, ali istovremeno da istaknu razvijenost turističko-potrošačke ponude svojih zemalja (Ibid: 402). Ista autorka ističe nekoliko konstanti u samoreprezentaciji zemalja ove regije: insistiranje na sopstvenom evropskom identitetu, ali i svojoj poziciji kao „mostu između Istoka i Zapada", naglašavanje turističkih aduta kakvi su egzotična kultura,

netaknuta priroda i „šoping-turizam”, isticanje bogatog i velom misterije obavljenog kulturnog nasleđa, kao i pogodnosti za strane investicije, nazivajući ovakvu strategiju reprezentacije i brendiranja „komercijalnom samo-egzotizacijom” (Ibid: 410). U našoj zemlji, kada su u pitanju avertajzing i brendiranje, stvari, čini se, ne stoje najbolje, pa, prema Bojani Romić, kod nas „investiranje u advertajzing još uvek ne predstavlja čestu praksu”, pošto „predstavnici mnogih domaćih kompanija imaju zvaničan stav da su njihovi proizvodi dovoljno popularni među potrošačima, i da im dodatno oglašavanje nije potrebno” (Romić, 2008: 136). To je naročito značajan problem kada je u pitanju brendiranje nacionalne kulture, usmereno ka poboljšanju imidža zemlje u inostranstvu. Brendiranje može da znači i omeđavanje identiteta – i nacionalnih i kulturnih. Kako se brendiranje, što je već rečeno, tiče komunikacije, treba imati na umu da standardni model komunikacije sačinjavaju tri komponente: pošiljalac, poruka i primalac. Pošiljalac – Srbija, Vlada, Ministarstvo kulture ili Ministarstvo spoljnih poslova, sastavlja poruku – veb-stranicu, kulturni događaj, jubilej, i šalje je primaocima – zemljama partnerima sa ekonomskim ili političkim interesom, svetskoj kulturnoj eliti, imajući, naravno, na umu reakciju primaoca, odnosno shvatajući komunikaciju kao dijalog, interaktivnu razmenu. Kao i u brendiranju uopšte, „mi danas sebi ne možemo priuštiti da zatvaramo oči, izbacimo poruku u etar, stisnemo palčeve i nadamo se da će pogoditi metu” (Neumeier, 2006: 102). Kada je u pitanju nacionalno brendiranje, ono predstavlja „promociju nacionalne slike pred međunarodnom publikom. Brojni stereotipi i kulturne veze koje se tiču jedne nacije imaju svoje izvore u vekovima dujoj istoriji i ne mogu biti jednostavno zaboravljeni od strane korisnika putem nekoliko novih marketinških kampanja” (Bjeljac i sar., 20015: 55). Međutim, za stvaranje „nacionalnog brenda odgovorna je pre svega državna vlast, ali veliku ulogu u stvaranju pozitivnog nacionalnog brenda imaju i nacionalne turističke organizacije” (Ibid: 56).

Prilikom analize imidža i brendiranja Srbije, postavlja se pitanje „po čemu se Srbija danas prepoznaje u Evropi i svetu, a po čemu bi Srbiju trebalo pamtiti”, pri čemu „nastojanje da se unapredi ‘spoljašnja predstava’ o Srbiji ukazuje i na nužnost rekonstrukcije identiteta, a to su razlozi koji ne treba da budu ignorisani” (Rogač, 2011b: 177). Svakako da su i Srbi, pored drugih balkanskih naroda, pa i u većoj meri zbog iskustva devedesetih, identifikovani unutar negativnih predstava o balkanskim narodima kao „bitno različitim”, pa je „veoma loš imidž, ne samo Srbije već često i celog Balkana, proizveo sliku koja u negativnom kontekstu prikazuje ovo područje Evrope i svetu”. Jedan od razloga je „izveštavanje samih svetskih medija o Srbiji, koje je bilo uglavnom o politici”. Generalno, „tokom devedesetih Srbija je prikazivana u izrazito negativnom smislu”, potom u „pozitivnijem pravcu 2000. godine i petooktobarskih promena, da bi već 2006. slika bila obojena sa više skepse, naročito imajući u vidu probleme sa određenjem statusa Kosova”. Kada je medijsko predstavljanje u pitanju, „u kontekstu imidža Srbije, reč je o pojednostavljenoj slici ograničenog značenja, koja se ponavlja [...] bez određenog kritičkog otklona” (Ibid: 181,182), dok su jedino kultura i sport „u potpunosti viđeni kao pozitivni kontekst imidža Srbije” (Ibid: 188). Kako je Srbija „i dalje opterećena negativnim predstavama koje se vezuju za njen imidž”, potrebno je „kritički sagledati sam koncept imidža i njegove medijske reprezentacije”. Poboljšanje imidža svakako „ne može ići odvojeno od sistemski postavljene strategije za revitalizaciju vrednosti i identiteta uopšte” (Ibid: 190), naročito kada je u pitanju koncept imidža u odnosu na identitet. Takođe, kultura je značajno marginalizovana kada je u pitanju medijsko predstavljanje srpskog identiteta, te bi trebalo razmotriti načine i modele značajnijeg aktiviranja kulture i njene uloge u procesu poboljšanja imidža Srbije u svetu.

Neka od ovih iskustava i saznanja svakako su uzeli u obzir i autori predloga „Strategije izgradnje i pozicioniranja nacionalnog brenda Srbije”, koji su, po naručbini Ministarstva ekonomije, uradila preduzeća McCann Erickson Public Relations i Booz Allen. U predlogu se konstatuje kako „na ‘raskršnici’ Evrope s bogatom i raznovrsnom kulturom i novim inicijativama kao što je Egzit festival, Srbija poseduje elemente jakog nacionalnog brenda”. Međutim, tvrdi se dalje u predlogu, „politička prošlost kompromitovala je njenu međunarodnu reputaciju i stvorila negativnu percepciju”. Prema predlagateljima, brendiranje zemlje „nije samo promocija logoa ili etikete”, već ono „zahteva mnogo više od reklamiranja na stanicama BBC World ili CNN International”. Brendiranje zemlje je tako

uspešno „onoliko koliko je kvalitetna, snažna i primenljiva strategija nacionalnog brendiranja”, pa se „jedan od ključnih činilaca uspešnosti ogleda i u koordinisanom radu svih relevantnih aktera ovog procesa i delotvornom sprovođenju strategije”. Postoje tri osnovna elementa brendiranja zemlje koji utiču na njenu reputaciju u svetu, a to su: promocija izvoza i investicija, razvoj i promocija turizma i promocija kulture, vrednosti i modernizacije države. U razvoju i podsticanju brenda jedne države turizam je izuzetno važan, a kultura igra značajnu ulogu u upoznavanju turista sa Srbijom i u poboljšanju njenog ugleda u svetu. Predlagači veruju da „bogato nasleđe Srbije i njene nacionalne vrednosti moraju biti adekvatno iskorišćene, jer predstavljaju veliki kapital i imaju potencijal da budu ključni diferencijator Srbije u svetu”. Takođe, prema njima, treba staviti poseban naglasak na „ljudske kvalitete, dostignuća i ambicije građana Srbije kao sastavni deo srpskog brenda”, kako bi se „naglasio ljudski element koji identifikuje naciju van tipičnih stereotipa koji su česta pojava u medijima”. U dokumentu Ministarstva trgovine i usluga iz 2007. godine, pod nazivom „Izgradnja i pozicioniranje nacionalnog brenda Srbije”, konstatuje se neophodnost „konstantnih aktivnosti u domenu promene nacionalnog imidža” sa ciljem „promene percepcije koju stanovnici, političari, poslovni ljudi i, uopšte, javnost u zemljama EU imaju o Srbiji”. Na globalnom tržištu postoji neophodnost prepoznavanja i selekcije pojedinačnih brendova koji mogu biti nosioci nacionalnog brenda, pri čemu „pojedinačni brend prenosi svoj identitet, imidž, tržišnu poziciju i prepoznatljivost na nacionalni brend”. Prema istom dokumentu, koncept nacionalnog brenda se, na taj način, odlikuje „obuhvatnošću, širokim uticajem i značajnim sinergetskim efektima”, pa „nacionalni branding danas predstavlja snažan instrument spoljne politike jedne zemlje”. U izloženim predlozima i dokumentima, bez obzira na njihov konkretan učinak, nalazimo potvrdu za naglašavanje odnosa sa javnošću u problematici međunarodnih kulturnih odnosa, a u cilju promene imidža Srbije. Kulturna diplomatija može značiti mnogo više „kada jedna nacija koncentriše svoje napore na ‘pričanje svoje priče’ ostatku sveta”. (Cummings, 2009:1) Pre skoro četvrt veka, 1994. godine, Ministarstvo kulture je, dok je na njegovom čelu bila dr Nada Popović Perišić, a u saradnji sa Draganom Sakanom i pojedincima iz marketinške agencije Saachi & Saachi, iniciralo kampanju za promociju kulture, pod sloganom „Lepše je sa kulturom”. Kampanja kojom je 1995. godina proglašena godinom kulture je realizovana bez ikakvog budžeta, uz podršku kulturnih poslenika i Javnog medijskog servisa. Zahvaljujući toj kampanji, budžet za kulturu RS je povećan na danas nezamislivih tri posto. Tom kampanjom je, zapravo, pokrenuto ono o čemu se toliko debatuje poslednjih godina - marketing, imidž i brendiranje Srbije i srpske kulture, pri čemu kampanja nije bila agresivna, a skrenula je pažnju na kulturu. Kampanja takođe predstavlja i mogući primer uloge države u iniciranju i podršci kulturnim aktivnostima, sa podsticanjem individualnog i kreativnog odnosa prema umetničkoj i kulturnoj proizvodnji, što je preduslov za kvalitetne međunarodne kulturne odnose, odnosno kulturnu diplomatiju. Potrebno je vreme, dugoročne ideje i strategije, da bi kulturna diplomatija bila efikasna.

Naglašavajući ovde, pored važnosti uloge države u iniciranju, organizaciji i koordinaciji, kao i materijalnoj pomoći kulturnim i umetničkim proizvodima i manifestacijama, naročito u smislu međunarodnog predstavljanja kulture, i važnost lične inicijative, kreativnosti i imaginacije u ovakvim nastojanjima, navešćemo stav Dragana Sakana (čiji smo učinak kao kreativnog direktora izdanja Srbija: svetska baština – Serbia: World Heritage, već izdvojili u primeru dobre prakse predstavljanja kulturne baštine Srbije). Slično stavu Meline Merkuri, Sakan, u svojevrsnom proglasu iz 2004. godine, iznosi koncept da su „kreativni ljudi možda najveći prirodni resurs zemlje, a kultura bi mogla da bude jedan od osnovnih strateških proizvoda razvoja cele Srbije” i da je „kreativnost (lokalna, sveža, neobična ideja) jedina šansa malih zemalja da naprave globalni brend”, te u globalno doba novih tehnologija „mudre zemlje nalaze način da se prilagode i pokušavaju da kreiraju lokalne i nacionalne brendove koji postaju globalni” (Sakan, 2004). Kusturica i Đoković su svojim delanjem postali brend. Propustili smo da „brendiramo” mnoge naše u svetu poznate stvaraoce (poput Marine Abramović), pa zato ne treba ‘ispustiti’ Isidoru Žebeljan, Nemanju Radulovića i druge. Reči Dragan Sakana najbolje sublimiraju ovu problematiku: „Svi, i država i grad, i kompanija i pojedinac, imaju svoje objektivne karakteristike (identitet), i opažanje tih karakteristika (imidž). Kombinacija

identiteta i imidža čini brend. Brend ima država, brend ima pojedinac, brend ima kompanija, brend ima proizvod. Danas, u savremenoj civilizaciji, vrednost jedne kompanije na berzi je i nekoliko puta veća ukoliko ima i brend. Moj posao je da dodam malo zlatne prašine, da inspirišem proizvode, kompanije, institucije, pojedince, gradove, države da zasijaju punim sjajem. Da im povećam vrednost. [...] Imamo pojedince brendove, imamo mogućnost za brendove u kulturi, kreativnom biznisu, u igri i sportu a imamo i ljude koji bi i znali i voleli da pozlate Srbiju onim zlatnim prahom“ (Cvetičanin, 2004).

4. Medijsko predstavljanje u funkciji kulturne diplomatije

Komunikacija je svakako „jedno od najsloženijih, najobuhvatnijih i svakako najdinamičnijih aktivnosti u ljudskom društvu“, i jedna od njegovih „neospornih konstanti“, pa sve veći broj naučnika smatra „da se ne može ni pokušati definisanje ljudske zajednice, a da se ne pođe od tvrdnje da se upravo procesom komuniciranja ona neprestano konstituiše i samoobnavlja u socijalnom prostoru i vremenu“, što potiče od činjenice da je čovek, iz komunikološke perspektive „animal symbolicum“, odnosno da je on „izgradio svet informacija (simbola, reči) i u njemu živi isto onako kako živi u svetu drugih ljudi i u svetu stvari“ (Radojković, Stojković, 2009: 7).

Dominantan uticaj medija u savremenom društvu, i to na globalnom nivou, potencira značaj medijskog predstavljanja kulturnog identiteta jednog naroda. Filozofi Frankfurtske škole promovisali su „potkožni (hypodermic) model“ efekata medija, prema kome medijske poruke ljudi upijaju direktno“, dok su drugi istraživači uticaja medija tvrdili „da ljudi biraju iz medijskih poruka ono što im je potrebno i verovatnije koriste medije da bi podržali, nego da bi promenili postojeće stavove“ (Kicinger, 2005: 417). Takođe, u novije vreme se tvrdi i da „poruke koje 'dekodira' publika nisu nužno one koje su producenti programa imali na umu“, pa bi „reagovanje na određeni program moglo da bude pod uticajem klase kojoj pripadamo, našeg pola, seksualnog ili etničkog identiteta, kao i šireg kulturnog konteksta“ (Ibid: 417,418). „Efekti“ medija, međutim, nisu samo refleksija sadržaja u medijskom tekstu, već načina „kako se ovi 'sadržaji' predstavljaju“, pa je pitanje „kakve su forme tog predstavljanja kojima publika poklanja pažnju“, odnosno „kako se ona ponaša da bi postavila specifičan 'sadržaj' u nekakav okvir ili sistem (frame)“ (Brigs, 2005: 301). Razmatrajući forme i sadržaje medija, takođe se suočavamo sa pojmom predstavljanja (representation) koji možemo prevesti i kao „prikazivanje ili 'reprezentacija““. Prema Holu, „predstave (representations) ne podrazumevaju neposredno predstavljanje (presentation) sveta i odnosa među ljudima u njemu, već predstavljanje ukazuje na aktivni proces selekcije, prikazivanja, strukturisanja i oblikovanja: ne samo preneti već postojeće značenje nego i aktivno raditi na tome da 'stvari dobijaju značenje““ (Hall, 1997; prema: Brigs, 2005: 470). Savremene teorije reprezentacije naglašavaju konstrukciju posebne realnosti, odnosno ističu konstruktivizam protiv objektivizma. Ako se predstavljanje (reprezentacija) može definisati kao „način konstruisanja značenja koji vrši uticaje i organizuje naše akcije i naše shvatanje sebe“ (Hall 1992: 292), pod medijskim predstavljanjem može se smatrati konstrukcija aspekata realnog u medijima, i to u apstraktnim konceptima među kojima su i kulturni identitet i imidž. Drugim rečima, medijske predstave obuhvataju načine na koje mediji predstavljaju različite grupe, zajednice, iskustva, ideje, ili teme povezane sa raličitim ideologijama ili vrednosnim perspektivama. Kao takve, one dakle nisu prost odraz ili ogledalo stvarnosti, već pre „reprezentacija“, „ponovno predstavljanje“ ili kreiranje nove stvarnosti.

Takođe, reprezentacija ne podrazumeva samo načine na koje je identitet predstavljen, već i kako je konstruisan u procesima produkcije i percepcije od strane publike diversifikovanih i determinisanih identiteta (Alvarado i sar., 1987: 153). I strukturalističke i poststrukturalističke teorije uvode termine realnosti i istinitosti smatrajući ih produktima određenog sistema reprezentacije, a svaka reprezentacija je motivisana istorijskom uslovnošću (Dyer, 1993). Medijske predstave stvaraju, oblikuju i naglašavaju identitetske razlike. Tako, na primer, postoji mnogo istraživanja publike o medijskim predstavama i u netačnom predstavljanju ključnih društvenih tema koje utiču na oblikovanje javnog mnjenja. Korporativni mediji, poput CNN-a, recimo, tokom ratnih devedesetih predstavljali su Srbiju kao agresora, koristeći medijske veštine kako bi uticali na javno mnjenje. U medijskoj datosti Evropske unije ima prostora za medijsko predstavljanje nacionalnih kultura. Radi formulisanja i primene uspešnog medijskog predstavljanja nacionalne

kulture, treba dobro poznavati kako medijski sistem na tlu EU, tako i zakonodavstvo EU i država članica u oblasti medija i kulture. Možemo reći da su kod nas, u oblasti medija, nadležna ministarstva učinila „dosta na planu uređenja medijske sfere Srbije i njenog intenzivnijeg usaglašavanja sa evropskim standardima“ (Nikolić, 2008: 73), kao i da je, uz prisustvo brojnih problema, u Srbiji u načelu „prisutan jedan deo pozitivnih trendova evropskih rešenja regulacije i društveno funkcionalnog poslovanja medija“ (Ibid: 70). Uloga države, najpre u smislu postavljanja jasnih zakonskih okvira i donošenja adekvatne strategije razvoja medijske politike u celini, od presudnog je značaja za buduće akcije u oblasti međunarodnih kulturnih odnosa. Uviđanje značaja kulture, pa i njenog medijskog predstavljanja, mogu imati vodeću ulogu i ovakvim nastojanjima, pa i u celokupnom procesu promene slike Srbije u svetu.

4.1. Medijsko predstavljanje kulturnog identiteta

Putem medija identitet se kreira neprestano. Čak i pojmovi kulture i umetnosti su određeni putem i posredstvom medija, pa, kako piše Teri Iglton „reč kultura uglavnom se odnosila na masovne medije gladne profita“ (Eagleton, 2008: 36). Mediji su najmoćnije sredstvo za promociju kulture, pa i kada je u pitanju predstavljanje kulturnog identiteta i, naročito, promena imidža. Mediji kombinuju, selektuju i kontekstualno predstavljaju događaje i tako utiču na javno mnjenje. Konteksti i upotreba medijskih slika postaju, u neku ruku, važniji za predstavljanje događaja. Mediji, tako, doprinose konstrukciji određenih aspekata ili elemenata identiteta - neki aspekti biće dominantni u određenom trenutku, dok će drugi aspekti identiteta biti aktuelni u drugom kontekstu. Medijske predstave često koriste simplifikovane okvire identiteta.

Jasno je da medijska politika uslovljava konstrukciju predstava kulturnog identiteta. Politiku sprovodi država i ona postavlja osnove za organizaciju i funkcionisanje medijskog sistema. Ali, sve je veća uloga koju imaju nadnacionalna tela, kao što su Evropska unija, Savet Evrope i Svetska trgovinska organizacija (Harvi, 2005: 339). Imperativ je da važan segment prioriteta i ciljeva medijske politike koju formiraju nacionalne vlade bude domen kulturne promocije i razmene. U konstituisanju predstava nacionalnog identiteta društvene i kulturne razlike su manje važne od onog što je zajedničko – metaforičke predstave nacije, istorijskih i kulturnih mitova, tradicije, konsenzusa pripadnosti i osećanja zajedništva. Postavlja se pitanje kako se konstruišu medijske predstave nacionalnog identiteta u globalnoj datosti? Konstruisanje medijskih predstava nacionalnog identiteta zavisi od samog medijskog sadržaja (na primer, da li se, u našem slučaju, predstavlja sportski događaj u kome igra Srbija ili se obeležava Milanski edikt), ono uključuje definisanje istorijske dimenzije, kao i dekonstrukciju ili nadgradnju nasleđenih načina predstavljanja identiteta. Nacionalni identitet je definisan „ne vlastitom internom istorijom te nacije, već razlikama jednih nacionalnih subjekata od drugih koji obitavaju van nacionalnih granica“ (Higson, 2005: 611), dok je „internacionalni optičaj ‘nacionalnih’ medijskih predstava vitalan aspekt savremene globalne kulture“. Ako su medijske predstave namenjene međunarodnoj distribuciji, iako je i nacionalna kultura hibrid kulturnih obrazaca, Higson smatra da „nacionalno mora biti redukovano na internacionalno prepoznatljive stereotipe“ (Ibid: 618). U medijskom predstavljanju srpske kulture i identiteta, dakle, važno je naći meru i ključne elemente sadržaja i aspekata nacionalnog i internacionalnog (globalnog). Promocija identiteta i kreiranje pozitivne slike u javnom mnjenju predstavlja jedan od najvažnijih zadataka medijske politike. Rad na unapređivanju medijskog predstavljanja sopstvene kulture ukazuje na smer promovisanja nacionalnog i kulturnog identiteta i imidža Srbije preko konstruisanja, ali i reaktiviranja mitova, povezivanjem tradicije i modernih tehnoloških formi.

4.2. Odnosi s javnošću u kontekstu predstavljanja kulturnog identiteta i promene imidža

U kontekstu međunarodnog medijskog predstavljanja kulturnog identiteta i promene imidža, poseban značaj imaju odnosi sa javnošću. Pod izrazom public relations (PR), odnosno odnosi sa javnošću, podrazumeva se razvoj i održavanje dobrih odnosa sa različitim vrstama javnosti, pri čemu je javnost „prostor u kojem se prepliću sfera društva i sfera države, ali je istovremeno i polje slobodne komunikacije među ljudima“ (Tomić, 2004: 118), ili, drugim rečima, „umeće rada i govora koje će stvoriti povoljno mišljenje kod ljudi o nekoj organizaciji, instituciji ili pojedincu“ (Filipović i sar., 2001: 2). Odnosi s javnošću, takođe, predstavljaju i „razvijanje bliskih veza i dobre volje između pojedinaca,

preduzeća ili institucije i ostalih ljudi, specijalne ciljne javnosti ili društva u širem smislu, širenjem interpretativnog materijala, razvijanjem dobrosusedskih odnosa i vrednovanjem reakcija javnog mnjenja" (Blek, 2003: 11).

Public relations u sferi kulture, prema Mileni Dragičević Šešić i Branimiru Stojkoviću, je sistem koji „podrazumeva uspostavljanje veza menadžera s kulturnom javnošću, koju čine, pre svega, druge institucije kulture, sredstva javnog informisanja, škole, kao i svi zainteresovani kulturni radnici i umetnici, politička i kulturna administracija (aparati vlasti), mogući sponzori i donatori" (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 261).

Kako je „proces globalizacije tržišta doprineo povećanju međuzavisnosti svih poslovnih subjekata u sistemu", poslovni uspeh i kontinuitet rada „u sve većoj meri zavisi od ponašanja drugih učesnika u reprodukcijom lancu, pa i od opšte klime u okruženju i izgrađenih odnosa sa ciljnim grupama i širom javnošću", zbog čega „zaposleni u službi odnosa s javnošću moraju biti osposobljeni da prepoznaju i analiziraju promene u okruženju", podrazumevajući i analizu međunarodnog okruženja kao „proces prikupljanja informacija o postojećim i potencijalnim šansama i pretnjama", odnosno „ocene i interpretacije informacija dobijenih istraživanjem" (Filipović i sar., 2001: 61, 65). Savremeni trenutak, na taj način, karakteriše uspon kulture promocije i odnosa s javnošću, i to najpre u domenu međunarodnih aktivnosti odnosa s javnošću, koje podrazumevaju potpuno razumevanje medija, koji se u inostranom okruženju mogu potpuno razlikovati od onih u domicilnoj zemlji.

Kao što je važno razumeti sve veći značaj odnosa s javnošću u savremenom svetu, i ulogu medija u tom procesu, tako je važno ukazati i na ključnu ulogu države u međunarodnim aktivnostima ove vrste. Državne institucije i jake korporacije mogu sebi da finansijski obezbede menadžere odnosa s javnošću, a osim toga, imaju i strukturno-organizacione prednosti. Dejvid Miler smatra da je „savremeno društvo postalo društvo promocije. Odnosi s javnošću i promotivne strategije sada su u centru pažnje vlada, poslovnog sveta, sindikata, ⁴⁵ularnih pokreta, pa čak i najmanjih protestnih grupa. Uspon „kulture promocije' je povezan s ekspanzijom uloge medija u razvoju društva i donošenju političkih odluka" (Miler, 2005: 112), što može da dovede do zastoja i strateških razilaženja, utvrđuje Miler, dok Makruri tvrdi da smo svi mi „osuđeni na 'kulturu promocije'" (Makruri, 2005: 67). Zbog toga je „etička odgovornost medija ogromna, možda mnogostruko veća od drugih javnih institucija", jer oni postojeću realnost najpre „dekonstruišu, a potom ostvarenu sliku reprezentuju na način i u skladu sa nečijim očekivanjima" (Nikolić, 2010: 35; prema: Đukić, 2013: 2). Može se zaključiti da „opstanak i budućnost jednog naroda i nacije snažno su povezani sa očuvanjem nacionalnog identiteta. Krupnu ulogu u tom procesu igraju mediji koji kroz svoje sadržaje i institucionalno pamćenje omogućavaju validaciju prošlosti i preuzimanje odgovornosti za sve ono što tu prošlost karakteriše" (Nikolić, 2012: 401).

III REZULTATI ISTRAŽIVANJA

1. Saradnja Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture u periodu od 2001. do 2015. godine

Kultura predstavlja jedan od značajnih instrumenata spoljne i unutrašnje politike svake države. Nosioci međunarodne saradnje u oblasti kulture na nacionalnom nivou su Ministarstvo spoljnih poslova i Ministarstvo kulture i informisanja, diplomatsko-konzularnih predstavništava Republike Srbije i Kulturno-informativnog centra u Parizu, međunarodnih manifestacija u zemlji i u inostranstvu, kao i putem potpisivanja

međunarodnih bilateralnih i multilateralnih ugovora. Značajne aktivnosti u međunarodnoj kulturnoj saradnji sve više realizuju i organizacije civilnog društva i pojedinci.

Predmet ovog dela istraživanja predstavljaju kulturne aktivnosti Srbije u inostranstvu u periodu od 2001. do 2015. godine. Ako se pretpostavi „da su ciljevi ovih kulturnih aktivnosti Srbije predstavljanje zemlje, promocija kulturnih vrednosti, uspostavljanje dijaloga sa određenom sredinom zemlje domaćina, poboljšanje reputacije i imidža zemlje i naroda, itd., potvrđuje se relevantnost ove vrste kulturnog delovanja” (Rogač, 2011a: 334).

Osnovna metoda implementirana u ovom delu rada je analiza sadržaja koja je omogućila sistematsku, kvantitativnu i kvalitativnu klasifikaciju sadržaja međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture. „Osnovna jedinica analize je kulturni program” koji „sadrži nekoliko komponenti: nosioce značenja – naziv, oblik i tip kulturnog programa, godina i zemlja realizacije, autor/inicijator programa, kao i informacije o povodu, uspešnosti, publici programa” (Rogač, 2011a: 335).

U okviru hipotetičkog okvira istraživanja definisana je prva posebna hipoteza koja se odnosi na ovaj deo predmeta istraživanja, i to: H1: Međunarodni kulturni odnosi Srbije sa svetom, zasnovani na autentičnoj interkulturnoj komunikaciji, doprinose unapređenju međunarodnih kulturnih veza i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu.

Prilikom odabira istraživačkog uzorka kulturnih programa korišćen je Izveštaj ministarstva spoljnih poslova o saradnji Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture u periodu od 2001. do 2015. godine (oko 2843 programa). Neki vaninstitucionalni programi, posebno programi samostalne umetničke inicijative, nisu, nažalost, evidentirani u ovom Izveštaju, te nije bilo moguće da se obrade i uključe u ovo istraživanje.

1.1. Hronologija ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture

Hronologija odstvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije sa svetom analizirana je kroz: 1) hronologiju ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije po pojedinim kontinentima i državama i 2) hronologiju ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije sa svetom po godinama realizacije.

1.1.1. Hronologija ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije po pojedinim kontinentima i državama

U periodu od 2001-2015. godine Republika Srbije je, prema podacima iz tabele 1., realizovala ukupno 2843 kulturne aktivnosti sa državama na šest kontinetata, pri čemu je najveći broj ovih aktivnosti, razumljivo, realizovan sa Evropom (76,5%), a u znatno manjem procentu sa Azijom (7,4%) i Severnom Amerikom (7%). Ispod pet odsto ovih aktivnosti je realizovano sa Srednjom i Južnom Amerikom (4%), Afrikom (3,2%) i Australijom i Okeanijom (1,8%).

Tabela 1. Obim kulturne saradnje Republike Srbije po kontinentima

	KONTINENT	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
1	Evropa 2176	76.5	76.5	
2	Azija 211	7.4	84.0	
3	Afrika 92	3.2	87.2	
4	Severna Amerika	198	7.0	94.2
5	Srednja i Južna Amerika	115	4.0	98.2
6	Australija i Okeanija	51	1.8	100.0
	Ukupno	2843	100.0	

Kada je reč o državama s kojima Republika Srbija sarađuje u oblasti kulture, prema podacima iz tabele 2, međunarodna kulturna saradnja je ostvarena sa 74 države u svetu (Evropa - 34; Azija - 16; Afrika - 11; Severna Amerika - 2; Srednja i Južna Amerika - 10 i Australija i Okeanija - 2). Prilikom razmatranja međunarodne kulturne saradnje sa pojedinim državama, može se uočiti da je najveći broj aktivnosti ostvaren sa Francuskom – 198, zatim Hrvatskom – 159, Austrijom - 156, Italijom - 122, Rumunijom – 107, Grčkom 105 i Ruskom Federacijom - 101. Sa ovim zemljama je ostvarena saradnja u ukupnom obimu od 28%. Među zemljama sa kojima je ostvarena saradnja u opsegu od 50-100 aktivnosti, nalaze se sledeće države: Kanada – 99 aktivnosti, Sjedinjene Američke Države – 98, Slovačka – 98, SR Nemačka – 92, Poljska – 91, Bosna i Hercegovina – 88, Češka – 75,

Bugarska – 69, Japan – 68, Crna Gora – 67, Makedonija – 55 i Portugal – 54 aktivnosti. Sa ovim državama ostvareno je 33,4% aktivnosti, što sa prethodnom grupom aktivnosti čini ukupno 61,4% realizovanih aktivnosti.

Ostale kulturne aktivnosti koje su realizovane u obimu manjem od 50% čine preostalih 38,6% aktivnosti međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture. Osim broja ostvarenih aktivnosti, tabela 2. pokazuje i broj godina ostvarivanja kulturnih aktivnosti sa pojedinim državama. Prema tim podacima, među 19 zemalja sa kojima je Republika Srbija ostvarivala saradnju u obimu preko 50% celokupnih ostvarenih aktivnosti, najduža saradnja (najveći broj godina) je ostvarivana sa Ruskom Federacijom – 15, zatim sa Grčkom – 14, a nakon toga sledi veći broj zemalja sa ostvarenih 13 godina saradnje – Austrija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Makedonija, SR Nemačka, Slovačka, Hrvatska, Češka, Japan i Kanada. U grupi zemalja s kojima je ostvarivana saradnja u trajanju od 12 godina nalaze se: Francuska, Poljska i Rumunija. Sa SAD je ostvarivana saradnja u periodu od 11 godina, sa Portugalom 10 godina i sa Crnom Gorom 7 godina (od njenog osamostaljenja) .

Tabela 2. Države sa kojima Republika Srbija sarađuje u kulturi

DRŽAVA	Frek-vencija	Pro-cenat	Kumula-tivni procenat		
1 Albanija (2003-2010; 2013-2014)	29	1.0	1.0		
2 Austrija (2001-2010; 2012,2014,2015)	156	5.5	6.5		
3 Belgija (2007-2009; 2011, 2014, 2015)	34	1.2	7.7		
4 Belorusija (2005-2011; 2013-2015)	44	1.5	9.3		
5 Bosna i Hercegovina (2003-2015)	88	3.1	12.3		
6 Bugarska (2002-2010; 2012-2015)	69	2.4	14.8		
7 Velika Britanija (2001; 2004-2007; 2015)	25	.9	15.7		
8 Grčka (2001-2012; 2014,2015)	105	3.7	19.3		
9 Italija (2001-2002; 2003-2009; 2014,2015)	122	4.3	23.6		
10 Kipar (2003-2004; 2006-2009; 2011, 2012; 2014)	13	.5	24.1		
11 Luksemburg (2014-2015)	2	.1	24.2		
12 Mađarska (2003-2010; 2013-2015)	37	1.3	25.5		
13 Makedonija (2002-2010; 2012-2015)	55	1.9	27.4		
14 SR Nemačka (2002-2010; 2011, 2012, 2014, 2015)	92	3.2	30.6		
15 Poljska (2002-2010; 2013-2015)	91	3.2	33.8		
16 Portugal (2003-2011; 2014)	54	1.9	35.7		
17 Rumunija (2003-2010; 2012-2015)	107	3.8	39.5		
18 Ruska Federacija (2001-2015)	101	3.6	43.1		
19 Danska (2004, 2007-2012)	20	.7	43.8		
20 Island (2004,2006)	3	.1	43.9		
21 Norveška (2001-2011)	39	1.4	45.2		
22 Finska (2003-2007; 2009, 2012, 2014, 2015)	19	.7	45.9		
23 Švedska (2003-2010, 2012, 2014)	32	1.1	47.0		
24 Slovačka (2001, 2002, 2004, 2005, 2007-2015)	98	3.4	50.5		
25 Slovenija (2002-2010; 2012-2015)	44	1.5	52.0		
26 Turska (2002-2004, 2006-2009, 2014, 2015)	21	.7	52.8		
27 Ukrajina (2001, 2004-2013)	47	1.7	54.4		
28 Francuska (2001-2011, 2015)	198	7.0	61.4		
29 Holandija (2001-2002, 2004-2005, 2007, 2009-2011, 2014-2015)	62.9			43	1.5
30 Hrvatska (2002-2010; 2012-2015)	159	5.6	68.5		
31 Crna Gora (2008-2010; 2012-2015)	67	2.4	70.8		
32 Češka (2002-2012, 2014-2015)	75	2.6	73.5		
33 Švajcarska (2002-2011, 2014, 2015)	43	1.5	75.0		
34 Španija (2002-2004,2006-2008,2010-2011,2014-2015)	44	1.5	76.5		
35 Azerbejdžan (2010)	2	.1	76.6		
36 Izrael (2002-2008, 2010, 2012, 2014-2015)	31	1.1	77.7		
37 Indija (2001, 2004-2008, 2015)	20	.7	78.4		
38 Indonezija (2004, 2008, 2012, 2014-2015)	9	.3	78.7		

39	Iran (2006, 2008, 2012)	6	.2	78.9		
40	Japan (2001-2011; 2014, 2015)	68	2.4	81.3		
41	Jordan (2008)	1	.0	81.4		
42	Kina (2001-2006, 2008-2012, 2008-2012, 2014-2015)	37	1.3	82.7		
43	Južna Koreja (2002, 2004-2008, 2015)	20	.7	83.4		
44	Kuvajt (2007, 2009, 2014)	4	.1	83.5		
45	Republika Liban (2009, 2012, 2014)	3	.1	83.6		
46	Mjanmanska unija (2007-2008)	4	.1	83.7		
47	Sultanat Oman (2015)	1	.0	83.8		
48	Palestina (2008)	1	.0	83.8		
49	Sirijska Arapska Republika (2008)	1	.0	83.9		
50	Ujedinjeni Arapski Emirati (2014-2015)	3	.1	84.0		
51	DNR Alžir (2008-2010, 2012-2015)	16	.6	84.5		
52	Republika Bocvana (2011)	1	.0	84.6		
53	Arapska Republika Egipat (2007-2015)	34	1.2	85.8		
54	NDR Etiopija (2007-2008, 2010-2012, 2014)	7	.2	86.0		
55	Južnoafrička Republika (2007, 2010-2012, 2014)	6	.2	86.2		
56	Republika Kenija (2007-2012)	6	.2	86.4		
57	Demokratska Republika Kongo (2011-2012)	2	.1	86.5		
58	Libijska Arapska Džamahirija (2007)	1	.0	86.5		
59	Kraljevina Maroko (2007, 2009, 2011, 2013-2015)	8	.3	86.8		
60	Federativna Republika Nigerija (2012-2013)	2	.1	86.9		
61	Republika Tunis (2008-2011; 2014)	10	.4	87.2		
62	Sjedinjene Američke Države (2004-2009, 2014-2015)	98	3.4	90.7		
63	Kanada (2001-2010, 2012, 2014-2015)	99	3.5	94.2		
64	Argentina (2002-2003, 2008-2012, 2014-2015)	23	.8	95.0		
65	Bolivija (2010)	1	.0	95.0		
66	Brazil (2002, 2004-2007, 2009-2010, 2012, 2014, 2016)	17	.6	95.6		
67	Kolumbija (2006)	1	.0	95.6		
68	Kuba (2001, 2003, 2007-2013)	16	.6	96.2		
69	Meksiko (2001-2015)	47	1.7	97.9		
70	Paragvaj (2009, 2015)	2	.1	97.9		
71	Peru (2005, 2007)	2	.1	98.0		
72	Urugvaj (2010, 2014, 2015)	5	.2	98.2		
73	Čile (2008)	1	.0	98.2		
74	Australija (2004-2011, 2013-2015)	49	1.7	99.9		
75	Novi Zeland (2009-2010)	2	.1	100.0		
	Ukupno	2843	100.0			

1.1.2. Hronologija ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije sa svetom po godinama realizacije

Kao što je istaknuto, u ovom delu rada je analizirana saradnja Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture u vremenskom periodu od 2001. do 2015. godine. Hronološki pregled zastupljenosti kulturnih aktivnosti koji je prikazan u tabeli 3, ukazuje na obim i frekvenciju kulturnih aktivnosti Srbije u inostranstvu. U tom vremenskom periodu najveći broj kulturnih aktivnosti u inostranstvu je ostvaren 2007. godine (11,3%), a zatim sledi 2009. (9,4%); 2008. (9,3%); 2015. (9%) i 2014. (8,7%) godina. Prema rezultatima istraživanja, najmanji broj aktivnosti ostvaren je 2001. (1,4%) i 2002. godine (3,6%). Iako je ukupan broj kulturnih aktivnosti rastao i dostigao svoj maksimum 2007. godine (11,3%), uočava se pad ovih aktivnosti u periodu od 2008, odnosno 2009. godine, pa sve do 2013. godine kada ukupan broj aktivnosti dostiže svoj drugi minimum (104).

Tabela 3. Obim saradnje Republike Srbije sa svetom u kulturi po godinama

	Godina realizacije	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
1	2001. godina	39	1.4	1.4
2	2002. godina	101	3.6	4.9
3	2003. godina	127	4.5	9.4
4	2004. godina	171	6.0	15.4

5	2005. godina	191	6.7	22.1
6	2006. godina	215	7.6	29.7
7	2007. godina	322	11.3	41.0
8	2008. godina	265	9.3	50.3
9	2009. godina	266	9.4	59.7
10	2010. godina	227	8.0	67.7
11	2011. godina	124	4.4	72.0
12	2012. godina	188	6.6	78.6
13	2013. godina	104	3.7	82.3
14	2014. godina	247	8.7	91.0
15	2015. godina	256	9.0	100.0
	Ukupno	2843	100.0	

1.2. Oblici kulturne saradnje Republike Srbije sa svetom

Prilikom istraživanja oblika kulturne saradnje Republike Srbije sa svetom u periodu od 2001. do 2015. godine, primenjena je tipologizacije kulturnih programa prema Dragičević Šešić i Stojkoviću, „adaptirana prema oblicima difuzije kulture i projekata u kulturi” (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 189-220).

Kada je reč o modelima projekata u kulturi, prema mišljenju M. Dragičević Šešić i B. Stojkovića, „projekti se mogu realizovati unutar institucija, organizacija, neformalnih grupa umetnika i individualno. Međutim, i kada su individualno organizovani, određeni tipovi projekata zahtevaju institucionalnu podršku, dok se neki mogu realizovati samo u socijalnom okruženju, uz pomoć nevladinih organizacija i različitih udruženja građana” (Ibid: 189). Razmatrajući osnovne oblike projekata u kulturi, ov³⁷tori su odredili šest njihovih osnovnih vrsta: 1) izložba; 2) koncert; 3) predstava; 4) tribina (predavanje, književno veče i promocija); 5) događaj, spektakl, priredba (kontakt program); 6) tečajevi i 7) filmska i video produkcija. Među kompleksne oblike projekata u kulturi oni ubrajaju: 1) manifestacije (festivali, smotre i sajmovi); 2) proslave (manifestacije ili svečane priredbe); 3) akcije; 4) radionice i 5) animacione forme. Treća grupa oblika projekata u kulturi pod nazivom mas-medijски projekti u kulturi, obuhvata sledeće vrste projekata: 1) radio emisije; 2) TV emisije i 3) rubrike i tekstove u štampi (foto-prilozi i sl.). Osim standardnih masovnih medija ovoj grupi projekata u kulturi pripadaju još i novi oblici difuzije kulture: internet, kompjuterske baze podataka, kablovska i satelitska televizija (Ibid: 190). Shodno tome, u ovom delu istraživanja definisano je pet grupa osnovnih oblika kulturnih programa, a u okviru tih grupa određeni su osnovni tipovi i vrste kulturnih aktivnosti, i to: 1) izložbe; 2) scenski programi; 3) filmske manifestacije; 4) književne manifestacije i 5) prigodne manifestacije u inostranstvu.

Prigodne manifestacije u inostranstvu obuhvataju različit broj pojedinačnih kulturnih aktivnosti, pa se ukupan broj aktivnosti u oblasti kulture Republike Srbije u inostranstvu povećava u odnosu na svih pet tipova kulturnih delatnosti. Uzimajući u obzir ovu činjenicu, ukupan broj kulturnih aktivnosti Republike Srbije se povećava sa 2843 na 3078 kulturnih aktivnosti koje će biti razmatrane u daljem toku rada. Prema rezultatima ovog istraživanja, najzastupljeniji oblici međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture su: scenski programi (29,31%), zatim slede izložbe (23,26%); filmske manifestacije (21,83%) i književne manifestacije (17,80%), a najmanju procentualnu zastupljenost imaju prigodne manifestacije (7,80%) (tabela 4, grafikon 1).

Tabela 4. Oblici saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture

	Vrsta aktivnosti	Broj aktivnosti	Procenat aktivnosti
1.	Izložbe	716	23,26%
2.	Scenski programi	902	29,31%
3.	Filmske manifestacije	672	21,83%
4.	Književne manifestacije	548	17,80%
5.	Prigodne manifestacije	240	7,80%
	Ukupno	3078	100%

Grafikon 1. Oblici saradnje Republike Srbije sa nostranstvom u oblasti kulture

U sličnom istraživanju „Kulturnih aktivnosti Srbije u Evropi i svetu od 2000. - 2010.“ Lj. Rogač je identifikovala „šest grupa osnovnih oblika kulturnih programa, kao i njihovih tipova, a to su: I Izložbe: umetničke, kulturološko-dokumentarne, propagandno-animacione; II Scenski programi: predstava, koncert; III Filmski programi; IV Književni programi; V Manifestacije i VI Konferencije. Protokolarni programi” (Rogač, 2011a: 336). Na pomenutom uzorku kulturnih programa, Lj. Rogač je utvrdila da su „najdominantnije forme predstavljanja Republike Srbije u Evropi i svetu u okviru međunarodnih kulturnih odnosa”, sledeće: izložba (27%), zatim koncerti (14%), pozorište i scenski programi (13%), filmski programi (13%), književni programi (12%), protokoli i konferencije (12%), manifestacije 5%, a u najmanjem obimu su zastupljene folklorne predstave (Rogač, 2011a : 339).

Za deo ovih manifestacija, a naročito kada je reč o „Programu Kreativna Evropa”, u skladu sa Dogovorom o participaciji Republike Srbije u ovom programu, prema podacima M. Đorđevića i N. Mihaljinac, iznetim u članku Raspodela Ministarstva kulture i medija RS fondovima za međunarodnu i evropsku saradnju, Ministarstvo kulture i informisanja je pokrivalo troškove participacije za prve dve godine u iznosu do 160.000 evra godišnje. Prvi konkurs je bio 2014, i tada je podržano 28 (od prijavljenih 53) projekta, i to u iznosu 14.527.253.15 dinara. Sledeće, 2015. godine, od 48 prijava, podržano je 37 u iznosu od 17.209.435.14 dinara (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 352-353).

1.2.1. IZLOŽBE

Obim izložbi, kao važnog oblika saradnje Republike Srbije sa stranim zemljama u oblasti kulture, prikazan je u tabeli 5. i na grafikonu 2. Iz tabele i grafikona je vidljivo da je u razmatranom periodu ukupno realizovano 716 izložbi (od 3078 kulturna programa) koje su razvrstane u četiri vrste: umetničke, kulturološko-dokumentacione i propagandno-animacione izložbe, kao i festivali i takmičenja umetničkih izložbi.

Tabela 5. Izložbe kao vrsta saradnje R. Srbije sa svetom u oblasti kulture

	Vrsta aktivnosti	Broj aktivnosti	Procenat aktivnosti
1.	Umetničke izložbe	525	73,32%
2.	Kulturološko-dokumentacione izložbe	94	13,13%
3.	Propagandno-animacione izložbe	41	5,73%
4.	Festivali i takmičenja umetničkih izložbi	56	7,82%
	Ukupno	716	100%

Grafikon 2. Izložbe kao vrsta saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture

Zastupljenost izložbi, prema vrstama i tipovima kulturnih programa, prikazana je u tabeli 6. Ovaj oblik difuzije kulture, obuhvata četiri vrste kulturnih programa, i to: umetničke (73,32%), kulturološko-dokumentacione (13,13%), propagandno-animacione (5,73%) i festivali i takmičenja umetničkih izložbi (7,82%).

Tabela 6. Oblici saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture

	Vrsta aktivnosti (ukupan broj aktivnosti = 3078)	Br. akt. Proc.
aktiv.		
1.	IZLOŽBE 716 23,26	
1.	Umetničke izložbe 525 73,32	
1.1.	Izložbe likovne i primenjene umetnosti 425 80,95	
1.1.1.	Likovne izložbe 318 74,82	
1.1.1.1.	Samostalne likovne izložbe 129 40,57	
1.1.1.2.	Zajedničke likovne izložbe 23 7,23	
1.1.1.3.	Kolektivne likovne izložbe 55 17,30	
1.1.1.4.	Retrospektivne izložbe 23 7,23	
1.1.1.5.	Likovne kolonije 6 1,89	
1.1.1.6.	Izložbe akvarela 15 4,72	
1.1.1.7.	Izložbe grafika 36 11,32	
1.1.1.8.	Izložbe skulptura 20 6,29	
1.1.1.10.	Izložba arhitekture 11 3,46	
1.1.2.	Izložbe primenjene umetnosti 107 25,18	
1.1.2.1.	Izložbe dizajna 3 2,80	
1.1.2.2.	Izložbe gravira 2 1,87	

1.1.2.3. Izložbe kaligrafskih radova	2	1,87		
1.1.2.4. Izložbe keramike	3	2,80		
1.1.2.5. Izložbe nakita	4	3,74		
1.1.2.6. Izložbe fotografije	55	51,41		
1.1.2.7. Izložbe karikature	17	15,89		
1.1.2.8. Izložbe stripa	3	2,80		
1.1.2.9. Izložbe tekstilne industrije	4	3,74		
1.1.2.10. Izložbe srpskih narod. nošnji i narod. radinosti			10	9,35
1.1.2.11. Izložbe kolaža	1	0,93		
1.1.2.12. Izložba scenografije i pozorišne arhitek.			3	2,80
1.2. Programske i tematske izložbe	9	1,71		
1.2.1. Izložbe međunarodnog karaktera			6	66,66
1.2.2. Izložbe srpske umetnosti	3	33,33		
1.3. Zajedničke izložbe i razmene izložbi	9	1,71		
1.3.1. Zajedničke izložbe	7	77,77		
1.3.2. Razmene izložbi	2	22,22		
1.4. Učešće na svetskim izložbama savremene umetnosti			4	0,76
1.5. Izložbe naivnog slikarstva	49	9,33		
1.6. Izložbe o kulturnoj baštini	29	5,52		
1.6.1. Izložbe kulturnog nasleđa R. Srbije	2	6,90		
1.6.2. Izložbe ikona i fresaka	17	58,62		
1.6.3. Izložbe srpskih manastira	10	34,48		
2. Kulturološko-dokumentacione izložbe	94	13,13		
2.1. Muzeološko-studijske izložbe	5	5,32		
2.2. Socio-kulturne izložbe	6	6,38		
2.4. Monografske izložbe o znač. ličnostima iz Srbije	18	19,15		
2.4. Kulturološko-istorijske izložbe	65	69,15		
3. Propagandno-animacione izložbe	41	5,73		
3.1. Izložbe o kulturnom turizmu	13	31,71		
3.2. Izložbe o arheološkom turizmu	11	26,83		
3.3. Privredne izložbe i sajmovi	7	17,07		
3.4. Izložbe o turističkim potencijalima R. Srbije	6	14,63		
3.5. Etno izložbe	4	9,76		
4. Festivali i takmičenja umetničkih izložbi	56	7,82		
4.1. Festivali i nagrade za likovnu i primenj. umetnost			11	19,64
4.1.1. Festivali i nagrade za likovnu umetnost	0			
4.1.2. Festivali i nagrade za primenjenu umetnost			11	19,64
4.1.2.1. Festivali za keramiku	1	9,09		
4.1.2.2. Festivali i nagrade za fotografiju	1	9,09		
4.1.2.3. Festivali i nagrade za karikaturu	6	54,54		
4.1.2.4. Festivali stripa	2	18,18		
4.1.2.5. Festiv. narodnih nošnji i narodne radinosti	1	9,09		
4.2. Takmičenja i nagrade za likovnu i primenj. umetnost			45	80,36
4.2.1. Takmičenja i nagrade za likovnu umetnost	30	66,66		
4.2.1.1. Takmičenja i nagrade za likovnu umetnost	1	3,33		
4.2.1.2. Izložbe, bijenala i nagrade za dečje lik. stvaral.			23	76,67
4.2.1.3. Međunarodna bijenala i nagrade za grafiku	5	16,67		
4.2.1.4. Takmičenja u skulpturama	1	3,33		
4.2.2. Takmičenja i nagrade za primenjenu umetnost	15	33,33		
4.2.2.1. Međunarodna bijenala i nagrade dizajnerima	1	6,67		
4.2.2.2. Međunarod. kvadrilenala i nagrade za scenski dizajn	2	13,34		
4.2.2.3. Međunar. takmič. i nagrade za dizajn kovanog novca	2	13,34		
4.2.2.4. Međunarodni bijenale i nagrade za keramiku	1	6,67		
4.2.2.5. Međunarodno bijenale plakata	1	6,67		
4.2.2.6. Međunar. bijenala, izložbe i takmič. za karikaturu	4	26,67		
4.2.2.7. Međunarodna izložba i nagrade za strip	1	6,67		
4.2.2.8. Međ. kvadrilenale scenog. i pozorišne arhitekture	3	20,00		

Kada je u pitanju raspodela finansijskih sredstava Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije za izložbe u inostranstvu, izdvojćemo sredstva koja su uložena za prezentaciju Republike Srbije na međunarodnom bijenalu u Veneciji u periodu 2010-2015. godine. Ministarstvo je 2011. godine za izložbu „Svetlo i tama simbola” Raše Teodosijevića dodelilo 12.000.000 dinara; 2013. godine (izložba „Ništa između nas”) - 10.000.000 dinara i 2015. godine (izložba „Ujedinjeni mrtvi narodi” Ivana Grubanov), dato je 20.000.000 dinara. Za bijenale arhitekture 2010. godine i izložbu grupe „Škart”, MK je izdvojilo 11.000.000 dinara, 2012. godine za izložbu „Jedan sto” – 10.000.000, dok je 2014. godine za izložbu „14-14” dodelilo 15.000.000 dinara (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 356).

1.2.1.1. Umetničke izložbe (vizuelne umetnosti)

Kada je reč o umetničkim izložbama, izložbe likovne i primenjene umetnosti (1.1.) kao tipovi kulturnih programa su najbrojnije - 80,95%, pri čemu je učešće likovnih izložbi u ovom tipu programa najveće - 74,52%. Takođe, analizom likovnih izložbi uočava se da samostalne, zajedničke i kolektivne likovne izložbe čine oko dve trećine ukupnih likovnih izložbi (65,1%) na kojima su, uglavnom, izložena dela manje afirmisanih umetnika. Razlog manjeg broja izložbi velikih umetnika je konstantan problem njihovog finansiranja i osiguranja umetničkih dela. Uz Balkan, kao „meta-značenje za Srbiju”, feminizam, politika sećanja, umetnost istočne Evrope, socijalne teme (globalno), socijalne teme (regionalno), evropske integracije, savremena umetnost kao žanr, predavanja umetnika, identitet i interkulturni dijalog su dominantni narativi u praksi savremene umetnosti predstavljene u inostranstvu u periodu 1990-2013., kako navodi M. Savić (Savić, 2017 : 233,232). Posle 2000. godine, prakse savremene umetnosti su imale veliku međunarodnu prisutnost i izložbe su bile uglavnom bile retrospektivnog karaktera (Ibid: 236).

Prilikom analize samostalnih likovnih izložbi, uočava se da je u razmatranom periodu akademski slikar Vladimir Veličković imao čak 15 samostalnih likovnih izložbi u BiH, Bugarskoj, Grčkoj, Italiji, Portugalu, Sloveniji, Francuskoj, Hrvatskoj, Kanadi i Kubi. Zapaženo učešće na samostalnim likovnim izložbama u inostranstvu imao je i istaknuti savremeni slikar Miloš Šobajić, sa pet izložbi u SR Nemačkoj, Rumuniji, Rusiji i Slovačkoj. U ovoj grupi izložbi se nalazi reprezentativna izložba našeg istaknutog slikara Miće Popovića („Portreti i prizori”), kao i samostalna likovna izložba savremenog srpskog slikara Čileta Marinkovića (Kotor, Crna Gora). Zajedničke likovne izložbe, na kojima je učestvovalo dva do tri slikara, obuhvata 7,23% ukupnih likovnih izložbi. U grupi kolektivnih izložbi, najznačajnije mesto zauzima izložba slika „Bogatstvo vizuelne realnosti”, koja je održana u Slovenj Gradecu (Slovenija) i na kojoj su izložena vrhunska dela srpskih slikara iz zbirke Muzeja savremene umetnosti „Cepter” (Vladimir Veličković, Mića Popović, Dado Đurić, Petar Omčikus), a u sklopu manifestacije „Maribor Evropska prestonica kulture” (Slovenija).

Retrospektivne izložbe obuhvataju 7,23% ukupnih izložbi likovnih umetnosti u inostranstvu i one su bile posvećene našim najpoznatijim slikarima: Milanu Konjoviću (1898-1993), Savi Šumanoviću (1896-1942), Stojanu Aralici (1883-1980), Jovanu Bijeliću (1884-1964), Petru Lubardi (1907-1974), Ismetu Mujezinoviću (1907-1984), Viktoru Vasareliju (1906-1997), Nadeždi Petrović (1873-1915), Mileni Pavlović Barili (1909-1945) i Olji Ivanjicki (1931-2009). Manje od 2% ukupnih likovnih izložbi čine likovne kolonije organizovane u inostranstvu, a 4,72% čine izložbe akvarela. Izložbu akvarela su imali slikari: Jovan Mandić, Spasoje Papić („Srpski pravoslavni manastiri”), Sofija Omčikus, Milorad Maravić, Đorđe Petrović, Feđa Soretić (posvećene manastiru Hilandar) i Georgi Josifov. Na 9. međunarodnom bijenalu akvarela, koji je organizovao Nacionalni muzej u gradu Meksiku, učestvovali su: Ivana Bjelica, Miloš Sibinović, Simonida Radonjić, Zoran Jovanović-Dobrotin, Ljiljana Stojanović i Leposava Stojanović-Sibinović (Meksiko). Takođe, nekoliko grupa slikara je učestvovalo na više izložbi u okviru 9. međunarodnog bijenala akvarela (Meksiko).

Izložbe grafika obuhvataju 11,32% svih izložbi slikarstva, a najveći broj izložbi ove vrste su imali Veljko Mihajlović i Velizar Krstić. Izložbe skulptura čine 6,29% ovih izložbi, a njihovi autori su bili akademski vajari Nikola Ilić, Dimitrije Ilijev, Đorđe Čpajk, Nikola Janković, Marko Vukša, Milutin Ranković, Rajka Popivoda, S. Cvetković, Željka Mijović, Zoran Maleš, Vesna Pantelić, M. Stanisavljević, V. Marinković, Milomir Jevtić („U potrazi za

metodom") i Uroš Ušćebrk. U ovu grupu izložbi spadaju izložbe radova vajara Mrđana Bajića na prestižnom Međunarodnom bijenalu u Kairu (Egipat) i izložba akademskog skulptora Ljubomira Šćepanovića na Internacionalnom bijenalu skulpture, u gradu Tupiza (Bolivija).

Izložbe primenjene umetnosti obuhvataju 24,82% izložbi likovnih i primenjenih umetnosti. Ispod 4% izložbi zabeleženo je kod izložbi dizajna (2,86%), gravira (1,90%), kaligrafskih radova (1,90%), keramike (2,86%), nakita (3,81%), stripa (2,86%), tekstilne industrije (3,81%), kolaža od presovanog cveća (0,95%) i scenografije i pozorišne arhitekture (2,86%). Najveći procenat izložbi iz oblasti primenjene umetnosti imale su izložbe fotografija (51,43%), a zatim karikature (15,24%) i srpskih narodnih nošnji i narodne radinosti (9,52%).

Izložbe fotografija bile su posvećene sledećim temama: „Manastir Rača pokraj Drine“, „Koreni duše“, „Manastiri na KiM, srpske crkve i manastiri koji su pod zaštitom UNESCO“, „Rumunske crkve u srpskom Banatu“, „Srbija: nesavršena i nezavršena priča“, „Nove slike Beograda 2000-2010“, „Primenjena nostalgija“, pravoslavni hramovi i manastiri, freske i spomenici pravoslavne kulture na KiM, „Sveta Gora i Hilandar“, „Obećana zemlja“, fotografije o problemima i životnim uslovima izbeglih i raseljenih lica sa KiM, „Tanjug – pogled u zenicu istorije“, „Srpsko kulturno nasleđe“, „Izvor“, „Srbija i Crna Gora“, „Srpski manastiri“, „Slike o Srbiji“, „Predeo kao sudbina“... Njihovi autori su bili fotografi: Zoja Čoko, Tijana Mamula, Veljko Mihajlović, Dragoljub Zamurović, Darko Dozet, Slaviša Savić, Aleksandar Kelić, Stanislav Milojković, Marko Lovrić, M. Benka, Zoran Đorđević, Mileta Prodanović, Tomislav Peternek, Dragan Bosnić, Nebojša Babić, V. Verguten, Dragan Teodorović-Zeka, Petar Francman, Dragan Kujundžić, Aleksandar Kujućev, Branko Brajnds, Kiro Emerstlija, Dragan Dragin i Goran Dojčinović. Među navedenim fotografima, najveći broj izložbi je imao Dragoljub Zamurović.

Među ovim izložbama, organizovane su zajedničke izložbe fotografija naših i inostranih autora: 1) izložba fotografija „Primenjena nostalgija u Beogradu i Pragu“ (fotografije Beograda i Praga), radovi fotografa Jana Sibika iz Češke i Imrea Saboa iz Srbije (Češka); 2) izložba fotografija „Primenjena nostalgija“, koju čini 29 fotografija Beograda i Madrida, našeg fotografa Dragana Kujundžića i Španjolke Karlote Eskribano u sali „Expometro“ u Madridu (Španija). U Japanu, u tokijskoj galeriji „Up Field“ realizovana je izložba fotografija japanskog umetnika Haruo Matsuyae pod nazivom „Portraits of Serbia“.

Programske i tematske izložbe (1.2) čine 1,72% od ukupnog broja izložbi i obuhvataju dve vrste izložbi - izložbe međunarodnog karaktera (6) i izložbe srpske umetnosti (3). Među izložbe međunarodnog karaktera spadaju: 1) izložba „Impresionisti“ (123 eksponata iz kolekcije Narodnog muzeja u Beogradu) u gradu Komo (Italija); 2) likovna izložba: „Od Karpaća do Kanaleta“ (italijansko umetničko blago iz Narodnog muzeja u Beogradu) (Italija); 3) izložba „Balkan, antička civilizacija između Dunava i Jadrana“ (250 eksponata iz arheološke zbirke Narodnog muzeja u Beogradu) (Italija); 4) izložba „XIV vek na Jadranu. Paolo Venecijano i slikarstvo između Istoka i Zapada u Riminiju“, Narodnog muzeja iz Beograda (Italija); 5) izložba „Renoar i slike žena u francuskom impresionizmu“ Narodnog muzeja iz Beograda, u Kulturnom centru u Kremsu (Austrija) i 6) izložba „Poslanici humanizma“, u Umetničkom muzeju u Tampereu, koju čine eksponati iz kolekcije italijanske umetnosti iz Narodnog muzeja u Beogradu (Finska). Drugu vrstu ovih izložbi, „izložbe srpske umetnosti“ čine: 1) izložba „Vek srpske umetnosti 1850-1950“, iz zbirke Narodnog muzeja u Beogradu, u Nacionalnom muzeju umetnosti u Bukureštu (Rumunija); 2) izložba „O normalnosti – umetnost u Srbiji 1989-2001“, u Muzeju moderne umetnosti u Klagenfurtu (Austrija), u okviru saradnje ovog austrijskog muzeja i Muzeja savremene umetnosti u Beogradu i 3) izložba Muzeja savremene umetnosti „O normalnosti. Umetnost u Srbiji 1989-2001“, u Katcen Art centru (SAD).

Zajedničke izložbe i razmene izložbi (1.3) participiraju sa 1,72% u segmentu umetničkih izložbi. Zajedničke izložbe obuhvataju sedam izložbi: 1) izložba „4. i krv“ mladih srpskih i grčkih umetnika (24 likovna umetnika sa 50 likovnih dela) u galeriji „Booze Cooperativa“ (Grčka), pod pokroviteljstvom Fakulteta likovnih umetnosti u Atini i Fakulteta likovnih umetnosti u Beogradu i uz podršku Ambasade R. Srbije u Atini; 2) izložba sedmoro naših umetnika u Kulturnom centru grada Tamperea, na osnovu saradnje

naših umetnika sa mladim umetnicima iz Finske, u okviru projekta „Mixed Worlds” (Finska); 3) izložba „Jugoslovensko slikarstvo 1970-2002”, iz fonda Likovne kolonije „Sićevo”, u Udruženju likovnih umetnika Bugarske (ULUB), u okviru Evroregiona Niš-Sofija-Skopje (Bugarska); 4) izložba „Niš-Sofija-Skopje” pod nazivom „Grafike iz tri balkanska grada” (Bugarska); 5) foto-dokumentarna izložba „Vizantija – kapija između Istoka i Zapada”, u rumunskom kulturnom centru u Londonu, za koju je eksponate dalo 16 zemalja, uključujući i SCG (Velika Britanija); 6) izložba „Bogatsvo i različitost: izložba balkanskih ikona” (70 ikona), u anglikanskoj crkvi „Svi sveti” u Londonu (Velika Britanija) i 7) izložba pravoslavnih ikona srpskih i kiparskih autora, u Mojmirovcima (Slovačka).

Kad je u pitanju razmena izložbi, u razmatranom periodu zabeležene su dve ovakve vrste izložbi: 1) izložba - S. Pamučkijeva u Beogradu i Raše Teodosijevića u Sofiji i 2) izložba slika Violete Milovanović-Beke u sali Ministarstva prosvete i turizma Bugarske i izložba bugarskog slikara Nikole Maneva, u Paviljonu „Cvijeta Zuzorić” u Beogradu.

Predstavljanje na svetskim izložbama savremene umetnosti (1.4) podrazumeva četiri Likovna bijenala u Veneciji, i to: 1) izložba naše umetnice Tanje Ostojić na 49. Likovnom bijenalu u Veneciji, na poziv glavnog selektora Bijenala (Italija); 2) izložba instalacija umetnice Milice Tomić, kao projekat Muzeja savremene umetnosti iz Beograda, u okviru 50. Likovnog bijenala u Veneciji (Italija); 3) međunarodna izložba moderne umetnosti Muzeja savremene umetnosti iz Beograda, u okviru 50. Likovnog bijenala u Veneciji (Italija) i 4) izložba radova Mrđana Bajića na 52. Likovnom bijenalu u Veneciji (Italija). Komesari postavke radova na Likovnom bijenalu u Veneciji bili su Branislav Dimitrijević, direktor Centra za savremenu umetnost iz Beograda i naš istaknuti slikar Vladimir Veličković (na 52. Likovnom bijenalu u Veneciji, 2007. godine).

Izložbe naivnog slikarstva (1.5) su zastupljene sa skoro 10% od ukupnog broja umetničkih izložbi. Ovo je značajan segment međunarodne kulturne saradnje u likovnoj delatnosti, po mišljenju Lj. Rogač, jer se ovim izložbama naša zemlja „promoviše kao multikulturalno društvo” (Rogač, 2011a: 341). Ovaj tip umetnosti je zastupljen sa reprezentativnim slikarima starije i mlađe generacije. Među najistaknutijim slikarima naive izlagani su radovi: Save Stojkova (1925-2014), Martina Jonaša (1924-1996), Zuzane Halupove (1925-2001) i Save Sekulića (1902-1989). Najveći broj izložbi priredila je Galerija „Babka” iz Kovačice (12), zatim Galerija naivne umetnosti iz Kovačice (11), a na trećem mestu - Galerija naivne i marginalne umetnosti iz Jagodine (9). Manji broj izložbi srpskog naivnog slikarstva organizovan je izvan navedenih institucija. Ovom vrstom izložbi, imajući u vidu mesto njihovog održavanja, osim umetničke, šalje se i snažna politička poruka, a to su: 1) humanitarna izložba slika Save Stojkova, u prostoru koji je deo kompleksa OUN u Beču (Austrija); 2) izložba „Slovačko naivno slikarstvo u Srbiji”, prikazana je u zgradi UN, prilikom otvaranja zasedanja GS OUN 2009. godine (SAD); 3) izložba galerije „Babka” iz Kovačice, „Naivno slikarstvo u Srbiji”, u zgradi Berlaymont Komisije Evropske unije (Belgija) i 4) izložba „Naivno slikarstvo, narodna i tradicionalna umetnost nacionalnih manjina i etničkih grupa iz Srbije”, u organizaciji etno-centra Babka, u prostorijama Evropskog parlamenta u Briselu (Belgija). Ovim aktivnostima, svakako, treba dodati inicijativu Vlade Republike Srbije iz 2012. godine, da slovačko naivno slikarstvo u Srbiji bude uvršteno u listu nematerijalne baštine UNESCO.

Izložbe o kulturnoj baštini (1.6) obuhvataju 5,52% od ukupnog broja umetničkih izložbi i one se odnose na: 1) izložbe kulturnog nasleđa Republike Srbije (2); 2) izložbe ikona i fresaka (17) i na 3) izložbe srpskih manastira. Kada je reč o izložbama kulturnog nasleđa Republike Srbije, međunarodnoj javnosti su predstavljene dve izložbe na ovu temu - izložba Ane Petrović Šiljković na kojoj je predstavljeno kulturno nasleđe Republike Srbije kroz video prezentaciju i muziku, a u okviru manifestacije „Passport to DC”, u Ambasadi Republike Srbije u Vašingtonu (SAD) i izložba „Srpsko kulturno nasleđe srednjeg veka”, istoričara Vesne Petković, u Generalnom konzulatu Republike Srbije u Njujorku (SAD). Znatno veći broj izložbi ovog tipa je bio posvećen ikonama i freskama koje su prikazane u izvornom obliku ili njihove kopije, kao i ikone koje su nastale kao rezultat likovnog stvaralaštva. Treću grupu 4. ovog tipa izložbi čine izložbe srpskih manastira na Kosovu i Metohiji, manastira i crkvi Srbije koji se nalaze na UNESCO listi svetske baštine, kao i Hilandara.

1.2.1.2. Kulturološko-dokumentarne izložbe

Kulturološko-dokumentarne izložbe (13,13%) imaju za cilj „izučavanje i predstavljanje određene pojave zbog informisanja, obrazovanja, popularisanja i animiranja najšire javnosti” (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 193). Ova vrsta izložbi obuhvata četiri tipa izložbi, i to: muzeološko-studijske izložbe (5,32%); 2) socio-kulturne izložbe (6,38%), 3) kulturološko-istorijske izložbe (69,15%) i 4) monografske izložbe o značajnim ličnostima iz Srbije (19,15%).

Muzeološko-studijske izložbe (2.1) obuhvataju 5,32% kulturno-dokumentarnih izložbi koje su najviše bile posvećene vizantijskom nasleđu, i to: 1) foto-dokumentarna izložba „Vizantija – kapija između Istoka i Zapada” u Rumunskom kulturnom centru u Londonu; 2) izložba „Vizantija – raskoš i svakodnevni život”, u Umetničkoj izložbenoj galeriji u Bonu, gde je izloženo 60 eksponata sa lokaliteta Caričin grad, iz zbirke Narodnog muzeja u Leskovcu (Nemačka); 3) izložba „Balkan - antička civilizacija između Dunava i Jadrana”, koju čini preko 250 arheoloških predmeta iz kolekcije Narodnog muzeja iz Beograda (iz perioda od VIII veka pre n.e. do početka II veka n.e.), u Nacionalnom muzeju u Adriji (Italija); 4) izložba o „Konstantinu Velikom” (eksponati iz Narodnog muzeja u Beogradu i muzeja u Zaječaru, Nišu, Požarevcu i Negotinu) u Riminiju (Italija); 5) izložba kopija vizantijskih fresaka „Images and their Power in Byzantium” – prikazane su replike fresaka iz Fonda Vanderbilt univerziteta, koje je oslikala Zdenka Živković, na Prince George’s Community College u Merilendu (SAD).

Socio-kulturne izložbe (2.2) participiraju sa 6,38% od ukupnog broja kulturno-dokumentarnih izložbi: 1) izložba „Srbija – kultura između Istoka i Zapada” i 2) izložba „Dva Radoslava, dva vremena”. Ove izložbe „mogu se smatrati projektima od nacionalnog značaja u tome što tretiraju prevashodno istoriju Srbije kao najdelikatniju odrednicu identiteta u pravcu njenog boljeg razumevanja i prevazilaženja predrasuda” (Rogač, 2011a : 342).

Izložba „Srbija – kultura između Istoka i Zapada”, koja je prikazana u organizaciji Matice Srpske i pod pokroviteljstvom predsednika Srbije i Austrije, bavi se srpskim kulturnim nasleđem od vizantijskog razdoblja, preko turskog, pa do uticaja zapadnoevropske kulture. Ova izložba je prikazana u Muzeju Katedrale Svetog Stefana u Beču povodom obeležavanja 150 godina od osnivanja Srpske crkvene opštine Sveti Sava u Beču (Austrija).

Druga izložba, „Dva Radoslava, dva vremena” Narodne biblioteke Srbije, autora Sretena Ugričića, prikazuje dve različite forme književnih dela dva nepoznata autora, koji, svaki na svoj način, prikazuju prilike u Srbiji, u dva različita istorijska perioda – srednjevekovni i period prve polovine HH veka. Ova izložba je postavljena i više zemalja: u Narodnoj biblioteci Bugarske (Bugarska); u Kijevu i Lavovu, u okviru manifestacije „Dani kulture R. Srbije u Ukrajini” (Ukrajina); u formi stripa u Kulturnom centru u Parizu (Francuska); u Odeljenju za Evropu, u Kongresnoj biblioteci, u Vašingtonu (SAD) i u Univerzitetskom centru u Otavi (Kanada).

Monografske izložbe o značajnim ličnostima iz Republike Srbije (2.3) čine 19,15% od ukupnog broja umetničkih izložbi u inostranstvu. Na osnovu ispitivanog uzorka kulturnih manifestacija u inostranstvu, monografske izložbe su bile posvećene naučniku Nikoli Tesli (npr. izložba o Nikoli Tesli u Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Paris, povodom 12. oktobra, Dana nauke u Francuskoj); književnicima Ivi Andriću (npr. izložba „Andrić pisac i/ili diplomata” u zgradi UN u Ženevi, u organizaciji Ministarstva kulture Srbije, Švajcarska); Danilu Kišu (npr. izložba „Danilo Kiš 1989-2009” Biblioteke grada Beograda, u Kulturnom centru Republike Srbije u Parizu, Francuska); Borislavu Pekiću (npr. izložba „Borislav Pekić 1930-1992”, a zatim projekcija snimaka predstava „Zlatno runo” i „Korešpodencija”, u saradnji sa Bibliotekom grada Beograda, u knjižari Matice Srpske u Podgorici, Crna Gora); Jovanu Dučiću (npr. izložba „Jovan Dučić u diplomatiji” u Srpskoj gimnaziji „Dositej Obradović” u Temišvaru, Rumunija); Jovanu Jovanoviću Zmaju (npr. izložba „Jovan Jovanović Zmaj” na Institutu za slavistiku Univerziteta u Beču, u saradnji sa našom Ambasadom i Bibliotekom grada Beograda, Austrija), kao i kompozitorima Josipu Slavenskom i Davorinu Jenku.

Kulturološko-istorijske izložbe (2.4) su značajne sa stanovišta predstavljanja kulturnog i istorijskog nasleđa Republike Srbije u inostranstvu (69,15%). Među ovim izložbama, po svom značaju, izdvaja se izložba „Svetlost mira”, u Palati UN u Ženevi, gde

je prikazano preko 130 umetničkih dela (slika i skulptura). Izložbu je organizovala Stalna misija Republike Srbije i Udruženje likovnih umetnika „Uroš Predić“, a otvorila je Maja Gojković, predsednica Skupštine Republike Srbije (Švajcarska). Takođe, značajan doprinos upoznavanju istorijskih činjenica o Republici Srbiji, između ostalih, imale su sledeće izložbe: 1) „Burni austrijsko-srpski odnosi između 1836-1914“; 2) „Vojvodstvo Srbije i Tamiški banat (1849-1861)“; 3) „Srbija i Srbi u Prvom svetskom ratu“; 4) „Od Sarajeva do Versaja“; 5) „Jelena Velika Kraljica“; 6) „Milunka Savić, žensko lice velikog rata“; 7) „Fotografije za mir: Beograd i Sarajevo“; 8) „Umetnost mira, kulturno nasleđe i dijalog za postkonfliktnu normalizaciju“; 9) „Banjički logor-logoraši“; 10) „Propaganda rata u Vojvodini 1941-1945“; 11) „Oslobođenje Beograda – 70 godina posle“; 12) „Srpsko društvo u periodu 1991-2001“; 13) „Recte Illuminas - svetiljke iz Singidunuma, odnosno današnjeg Beograda iz rimskog doba“ u Gorenjskom muzeju u Kranju i Pokrajinskom muzeju u Celju (Slovenija); 14) „Vekovi u Beogradu“; 15) „Solunski front u objektivu ratnog slikara i fotografa Dragoljuba Pavlovića“; 16) „Francusko-srpsko prijateljstvo“; 17) „Francusko-srpski odnosi u HIH i HH veku“; 18) „Odnosi Srbije i Francuske u HH veku: Narodne banke Srbije i Banque de France tokom Prvog svetskog rata“; 19) izložba Istorijskog arhiva Beograda o verskim objektima u Beogradu; 20) „Kapetani reka i mora - Srbija i Boka Kotorska (80 artefakata iz fonda Muzeja nauke i tehnike iz Beograda)“; 21) „Srbi na severu Afrike tokom Prvog svetskog rata“; 21) „Alžirsko-jugoslovenski odnosi“; 22) „Srbi u Severnoj Africi 1915-1919“ i 23) „125 godina diplomatskih odnosa Srbije i SAD“, autora Zorice Janković, iz Istorijskog muzeja Srbije.

Predstavljanju srpske kulturne baštine i savremenog stvaralaštva, značajno su doprinele sledeće izložbe u inostranstvu: 1) „Umetnost iz Srbije i Vojvodine od 1914. do 2014. - Slutnja, krv i nada“, 2) „Duša Srbije“, autora Darka Dozeta (45 fotografija o životu stanovništva u enklavama na KiM); 3) „Prigušena egzistencija: Savremena umetnička scena Srbije“; 4) Izložba kapitalnih radova vrhunskih umetnika bivše SFRJ „Pejzaži iz zbirke Josipa Broza Tita“; 5) „Arhitektonsko blago srednjovekovne Kraljevine Srbije“; 6) „Srpska književnost u Prvom svetskom ratu“; 7) „Srpska arhitektura na prelasku milenijuma“; 8) „Rumunske crkve u srpskom banatu“; 9) „Književnici u filateliji i kartofiliji“; 10) „Pamtiće se“, izložba posvećena Desanki Maksimović; 11) izložba posvećena srušenim kosovskim manastirima; 12) „Nikolaj Krasnov i Srbija“, o eminentnom arhitekti carske Rusije i Kraljevine Jugoslavije, koji je dao izuzetan doprinos razvoju ruske, srpske i svetske arhitekture; 13) „Neotkrivena kultura - Istočna Srbija“; 14) „Nakit i zlatovez Kosova i Metohije“; 15) „Kultura i tradicija Vlaha“; 16) izložba fotografija „Primenjena nostalgija“; 17) „Slike davno zaboravljenih predaka - Slovaka iz Vojvodine“, autora Miroslava Benke; 18) „Život u glini“, autora Bisenije Petrović i Miloša Spasića; 19) „Putujuća izložba o dobrim ljudima“ Jevrejske opštine Zemun; 20) „Iz kulturnog nasleđa Vojvodine“; 21) „Mi, oni, svi“, Reks muzeja iz Beograda (nominovana da predstavlja Kulturni centar R. Srbije na manifestaciji „Noć muzeja“ u Francuskoj); 22) „Srbija – svetlo tlo evropske kulture“; 23) „Pariz-Beograd. Od Monmartra do Monparnasa“ (188 umetničkih dela iz kolekcije Narodnog muzeja u Beogradu); 24) „Vek srpskog filma 1 i 2“ - promocija jednog od najstarijih ostvarenja Arhiva Jugoslovenske kinoteke; 25) „Raspeto Kosovo“; 26) „Praška škola i slikari slovenskog juga“; 27) „Srbija 2014: ka boljem svetu“; 28) „Umetnost Kosova“; 29) „Nepoznata priča savremene umetnosti“; 30) „Savremena srpska umetnost“; 31) „Svadbe u Srbiji krajem HIH i početkom HH veka“ i 32) izložba fotografija „Slike o Srbiji“.

1.2.1.3. Propagandno-animacione izložbe

Ovaj tip izložbi obuhvata svega 5,73% izložbi u ukupnom uzorku realizovanih izložbi. Kad su u pitanju pojedine vrste izložbi ovog tipa, izložbe o kulturnom turizmu obuhvataju najveći procenat ovih izložbi (34,15%), zatim slede izložbe o arheološkom turizmu (26,83%), privredne izložbe i sajmovi (17,07), izložbe o turističkim potencijalima (12,20%), dok najmanje učešće imaju etno-izložbe pirotskih ćilima (9,76%).

Izložbe o kulturnom turizmu (3.1) participiraju sa 31,71% od ukupnog broja propagandno-animacionih izložbi. One su najčešće bile realizovane, uz učešće Ambasada Republike Srbije, na manifestacijama „Kultura Balkana“ (Poljska) i „Banjska ponuda i kulturni spomenici Srbije“ (Švajcarska); turističkim sajmovima (Italija, Kuvajt, Japan, Meksiko i Novi Zeland), izložbama o turističkim potencijalima Republike Srbije pod

nazivom „Lepote Srbije” (Rumunija); prezentaciji srpskog folklora i srpskih pozorišta (Slovačka); prezentaciji kulture Kovačice, kao središta naivne umetnosti u Srbiji, pod nazivom „Kovačica, meka svetske naive” (Slovačka); kao i učešće na sajmovima prijateljskih kultura (Meksiko) i na multikulturalnim festivalima (Australija).

Izložbe o arheološkom turizmu (3.2) predstavljaju dve izložbe: „Putevi rimskih imperatora u Srbiji – Viminacijum” (9) i „Tvrđave na Dunavu” (2). Izložba „Putevi rimskih imperatora u Srbiji – Viminacijum” je, uz različite modifikacije naslova i sadržaja, gostovala na Mediteranskoj berzi arheološkog turizma u Italiji, zatim, u istoj državi, u kompleksu Vitorijano, u Budimpešti (Mađarska), u prostoru stalne misije Republike Srbije pri UN u Njujorku, u izložbenoj sali Ministarstva kulture grada Buenos Airesa (Argentina), pod nazivom „Itinerarium Romanum Serbiae”, u Skupštini Federalnog distrikta u Braziliji (Brazil), u Kulturnom centru „El Cabildo” u Asunsionu (Paragvaj), u Muzeju istorije umetnosti u Montevideu (Urugvaj). Ova izložba je pod naslovom „Transromanika” („Itinerarium Romanum Serbiae – Cultural Route of the Roman Emperors, Trans Romanica”), gde prikazuje povezivanje rimskih gradova sa teritorije Nemačke i Srbije, radi oživljavanja rimskih puteva i komunikacija, održana na Sajmu kulturnog turizma, u Kelnu. Projekat „Tvrđave na Dunavu” obuhvata dve izložbe: izložbu fotografija „Put kulture - tvrđave na Dunavu u Srbiji”, koja je prikazana u Briselu, Ulmu i Ingolštatu, kao i izložbu „Tvrđave i ostaci utvrđenih gradova u Srbiji”, koja je postavljena u Kulturnom centru R. Srbije u Parizu.

Na privrednim izložbama i sajmovima (3.3) održavani su ekonomski-privredni i kulturni forumi, privredno-umetničke izložbe i diplomatski sajam. Povodom 20 godina demokratije u Južnoafričkoj Republici, 2014. godine, MSP JAR i grad Pretorija organizovali su diplomatski sajam. Ambasada Republike Srbije predstavila je prirodne lepote, kulturno-istorijske, sportske i kulinarske znamenitosti Republike Srbije, a našoj ambasadi je uručena prigodna nagrada (Južnoafrička Republika).

Kada je reč o izložbama o turističkim potencijalima Republike Srbije (3.4), one obuhvataju 12,20% ukupnih propagandno-animacionih izložbi. Jednu od ove vrste izložbi, organizovala je Ambasada Republike Srbije iz Otave. Srbija je, kao jedina evropska zemlja, u 2009. godini, učestvovala na manifestaciji „Watercan”, na kojoj se predstavljaju kultura, umetnost, kulinarstvo i turističke destinacije pojedinih zemalja.

Sadržaj etno-izložbi (3.5) je pretežno podrazumevao predstavljanje pirotskih ćilima, i to: u Atini, u našoj Ambasadi (Grčka), u Muzeju u Kemiju, u okviru manifestacije „Srbija u Laponiji” (Finska), kao i u okviru manifestacije „Dani Srbije u Kini” (Kina).

1.2.1.4. Festivali i takmičenja umetničkih izložbi

Festivali i takmičenja umetničkih izložbi čine 7,82% od ukupnog broja umetničkih izložbi, gde razlikujemo dve vrste manifestacija: festivale i nagrade za likovnu i primenjenu umetnost u obimu od 19,64% i takmičenja i nagrade za likovnu i primenjenu umetnost u obimu od 80,36%.

Kada je reč o festivalima i nagradama za likovnu i primenjenu umetnost (4.1), Ljubica Jocić je srpska umetnica koja je osvojila nagradu na festivalima za keramiku, Aleksandra Leković je osvojila prvu nagradu za fotografiju, dok je Toša Borković osvojio drugu i treću nagradu za karikaturu. Osim toga, naši umetnici su učestvovali na dva festivala stripa i na jednom festivalu srpskih narodnih nošnji i narodne radinosti.

Takmičenja i nagrade za likovnu i primenjenu umetnost (4.2) participiraju sa 80,36%, u kategoriji festivala i takmičenja umetničkih izložbi. Prva vrsta ovih takmičenja, odnosno takmičenja i nagrade za likovnu umetnost (4.2.1) čine 66,66% ovih aktivnosti u okviru takmičenja likovne i primenjene umetnosti. Likovni umetnici su na ovim manifestacijama osvojili nekoliko nagrada. Na II međunarodnom takmičenju u ex libris-u, u organizaciji Hadžetepe univerziteta iz Ankare i Međunarodnog udruženja ex libris-a, specijalnu nagradu „Şukru Erturk” osvojila je Katarina Zarić sa Likovne akademije u Beogradu (Turska). Na međunarodnim bijenalima grafike, nekoliko naših umetnika je osvojilo nagrade, i to: 1) Velizar Krstić i Suzana Vučković, dobitnici su prve posebne nagrade (Makedonija); 2) nagradu Ministarstva kulture Republike Poljske osvojila je Milica Vergot (Poljska); 3) Andrija Živanović, Endre Keleteš, Robert Dudaš, Kosta Stanojlović i Pavle Kostić osvojili su priznanja (Poljska); 4) Aleksandra Kovačević osvojila je nagradu, a Monika Hajnal i Steva Jasin dobili su posebna priznanja (Poljska); 5) prvu nagradu je

osvojio Ivan Miladinović (Turska). Na međunarodnom takmičenju skulptura dodeljena je nagrada našem vajaru Goranu Čpajku sa Fakulteta primenjenih umetnosti, za skulpturu „Gate of Time” (Japan).

Na takmičenjima i nagradama za primenjenu umetnost (4.2.2), u okviru međunarodnih bijenala i nagrada dizajnerima, nagrada za vizuelni dizajn programa „Kultura 2007” pripala je dvojici studenata Arhitektonskog fakulteta u Beogradu (Italija). Na Praškom kvadrilenalu scenskog dizajna, umetnici iz Srbije osvojili su zlatnu medalju (Češka). Na Međunarodnom takmičenju dizajna kovanog novca u Japanu, nagrađena je takmičarka iz Srbije Aleksandra Stokić za rad na temu: „Međunarodna godina astronomije 2009” (Japan), a na Međunarodnom takmičenju dizajna kovanog novca, u studentskoj kategoriji, 2012. godine nagradu je osvojila Đurđica Horvat (Japan). U okviru Međunarodnog bijenala keramike u Aveiru, prvu nagradu je osvojila Jasmina Pejčić (Portugal). Na međunarodnim bijenalima, izložbama i takmičenjima za karikaturu, naš karikaturista Vladimir Stankovski dobitnik je prve nagrade festivala „Zlatni šešir”, za karikaturu „Scratch Screetch”, u Knoke-Hajstu (Belgija). U okviru međunarodnog bijenala humora i umetnosti u Tolentinu, nagrade su osvojili karikaturisti Goran Milenković i Miodrag Veličković (Italija). Na 29. međunarodnom takmičenju u karikaturi najvećeg dnevnog lista «Yomiuri Shimbun», našim učesnicima Arsenu Laliću i Urošu Maksimoviću dodeljene su specijalne nagrade u juniorskoj kategoriji (Japan). Karikaturista Milenko Kosanović osvojio je drugo mesto na Međunarodnoj izložbi karikature u Kini. Na 11. praškom kvadrilenalu scenografije i pozorišne arhitekture učestvovao je Centar za scensku umetnost i tehnologiju, JUSTAT iz Beograda sa projektom „Teatar, politika, grad”, koji je obuhvatao tri izložbe: 1) „Nacionalna postavka” autora B. Pavića, 2) „Pozorišna arhitektura i tehnologija”, autorke Z. Savčić i 3) „Postavka studentskih radova”, autora R. Dinulovića i B. Pavića (Češka).

1.2.2. SCENSKI PROGRAMI

Scenski programi, kao najznačajniji segment kulturnih aktivnosti Republike Srbije u svetu (29,31% svih aktivnosti), razmatran je preko tri tipa kulturnih programa, a to su: predstave u inostranstvu, koncerti u inostranstvu i festivali i takmičenja scenskih programa u inostranstvu. Procentualna zastupljenost ovih programa u ukupnom uzorku scenskih predstava prikazana je u tabeli 7. i na grafikonu 3.

Tabela 7. Scenski programi kao vrsta saradnje RS sa svetom u oblasti kulture

	Vrsta aktivnosti	Broj aktivnosti	Procenat aktivnosti
1.	Predstave u inostranstvu	207	22,95%
2.	Koncerti u inostranstvu	432	47,89%
3.	Festivali i takmičenja scenskih programa	263	29,16%
	Ukupno	902	100%

Grafikon 3. Vrste scenskih programa u inostranstvu

Prema prikazanim rezultatima, najveći procenat scenskih programa pripada koncertima u inostranstvu (47,89%), zatim slede predstave u inostranstvu (22,95%), dok 29,16% ove vrste programa pripada festivalima i takmičenjima na kojima su naši umetnici učestvovali u inostranstvu. Tipologizacija scenskih programa prikazana je u tabeli 8.

Tabela 8. Tipologizacija scenskih programa

II	SCENSKI PROGRAMI (ukupan broj aktivnosti = 3078)	902	29,30
	1. Predstave u inostranstvu	207	22,95
	1.1. Pozorišna predstava	153	73,91
	1.1.1. Gostovanje pozorišta iz R. Srbije u inostranstvu	95	62,09
	1.1.2. Premijerno izvođenje pozorišnih predstava	25	16,34
	1.1.3. Izvođenje monodrama u inostranstvu	7	4,58
	1.1.4. Pozorišno čitanje drame	3	1,96
	1.1.5. Samostalno učešće glumaca, reditelja i prof. glume	23	15,03
	1.2. Muzička i plesna predstava	32	15,46
	1.2.1. Operska predstava	20	62,5
	1.2.2. Baletska predstava i savremeni ples	12	37,5
	1.3. Folklorna predstava	22	10,63

2. Koncerti u inostranstvu	432	47,89		
2.1. Koncerti klasične muzike	194	44,91		
2.1.1. Solistički koncerti	92	47,42		
2.1.2. Zajednički koncerti	50	25,77		
2.1.3. Kolektivni koncerti	9	4,64		
2.1.4. Konceri orkestara i ansambala klasične muzike	30	15,46		
2.1.5. Koncerti muzičkih škola iz R. Srbije	7	3,62		
2.1.6. Učešće kompozitora i dirigenata kao gosta na konc.	6	3,09		
2.2. Horski koncerti	71	16,44		
2.2.1. Koncerti akademskih horova	21	29,58		
2.2.2. Koncerti kamernih horova	5	7,04		
2.2.3. Koncerti meš., muš., žen., oml., dečjih i horova KUD	19	26,76		
2.2.4. Koncerti crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike	25	35,21		
2.2.5. Zajednički koncerti ansambala i horova	1	1,41		
2.3. Koncerti kulturno-umetničkih društava	9	2,08		
2.4. Koncerti popularne muzike	27	6,25		
2.5. Koncerti etno-muzike	21	4,86		
2.6. Koncerti rane muzike	9	2,08		
2.7. Koncerti tradicionalne muzike	3	0,69		
2.8. Koncerti džez, rok, bluz i tehno-muzike	22	5,10		
2.9. Učešće srpskih umetnika, horova, folklornih grupa i pozorišta iz dijaspora na manifestacijama u inostr.	76	17,59		
2.9.1. Izložbe, konc. klasične muzike i književne manifest.	35	46,05		
2.9.2. Koncerti i festivali horova, folk grupa i pozorišta	41	53,95		
3. Festivali i tamičenja scenskih programa u inostran.	263	29,16		
3.1. Festivali scenskih programa u inostranstvu	233	88,59		
3.1.1. Pozorišni festivali i nagrade	71	30,47		
3.1.1.1. Učešće na pozorišnim festivalima	48	67,61		
3.1.1.2. Nagrade na pozorišnim festivalima	13	18,31		
3.1.1.3. Izvođenje monodrama i nagrade na festivalima	10	14,08		
3.1.2. Muzički festivali i nagrade	24	10,30		
3.1.2.1. Učešće na muzičkim festivalima	14	58,33		
3.1.2.2. Nagrade na muzičkim festivalima	7	29,17		
3.1.2.3. Učešće kompozitora na muzičkim festivalima	3	12,5		
3.1.3. Baletske i plesne predstave na festivalima i nagrade	3	1,29		
3.1.4. Festivali i nagrade horskih predstava	40	17,17		
3.1.4.1. Festivali kamernih horova	6	15,00		
3.1.4.2. Festivali akademskih horova	12	30,00		
3.1.4.3. Festivali mešovityh, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a:	8	20,00		
3.1.4.4. Festivali crkvenih horova, duhovne i sakral.muzike	5	12,50		
3.1.4.5. Nagrade za horove na festivalima	9	22,50		
3.1.5. Festivali orkestara i ansambala klasične muzike	4	1,72		
3.1.6. Festivali srednjovekovne, barokne i renesan.muzike	3	1,29		
3.1.7. Festivali tradicionalne muzike	3	1,29		
3.1.8. Festivali nove muzike	1	0,43		
3.1.9. Festivali džez i rok muzike	8	3,43		
3.1.9.1. Festivali džez muzike	7	87,50		
3.1.9.2. Učešće rok grupa na festivalima	1	12,50		
3.1.10. Festivali popularne muzike	9	3,86		
3.1.11. Festivali etno-muzike	13	5,58		
3.1.12. Festivali i takmičenja kulturno-umetničkih društ.	54	22,18		
3.1.12.1. Učešće folklornih ansambala na festivalima	50	92,59		
3.1.12.2. Festivali i nagrade za folklor	4	7,41		
3.2. Međunarodna takmičenja scenskih programa i nagr.	30	11,41		
3.2.1. Međunarodna muzička takmičenja i nagrade	22	73,33		
3.2.1.1. Učešće na muzičkim takmičenjima	15	68,19		

3.2.1.2. Nagrade na muzičkim takmičenjima	7	31,81
3.2.2. Međunarodna takmičenja i nagrade za balet i ples	5	16,66
3.2.3. Međunarodna takmičenja i nagrade za horove	1	3,33
3.2.3.1. Takmičenja mešovitih, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD		
1	3,33	
3.2.4. Međunarodna takmičenja i nagrade za folklor	2	6,66

Prema podacima M. Đorđevića i N. Mihaljinac, projekti međunarodnog karaktera u izvođačkim umetnostima imaju učešće od 39,49% ili 44,33% ukupnog budžeta Ministarstva kulture i informisanja. U periodu od 2010. do 2015. godine izdvojena su sledeća finansijska sredstva: 2010. godine - 61 projekat (32.740.000 dinara), od toga 18 (29,51%) projekata međunarodnog karaktera (8.665.000 ili 26,47%); 2011. godine - 50 projekata (38.210.000 dinara), od toga 22 (44%) projekata međunarodnog karaktera (21.150.000 ili 60,59%); 2012. godine - 100 projekata (68.730.000 dinara), od toga 39 (39,%) projekata međunarodnog karaktera (19.150.000 ili 27,86%); 2013. godine - 53 projekta (47.398.000 dinara), od toga 29 (54,72%) projekata međunarodnog karaktera (25.748.000 ili 54,32%); 2014. godine - 96 projekata (62.493.000 dinara), od toga 40 (41,67%) projekata međunarodnog karaktera (33.740.000 ili 53,99%) i 2015. godine - 111 projekata (62.963.000 dinara), od toga 38 (33,93%) projekata međunarodnog karaktera (28.083.000 ili 44,6%) (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 345). I u ovom segmentu se najviše izdvaja za festivale, u prvom redu za Bitef, zatim festivale u Užicu i u Subotici (Ibid: 346). Kada su scenski programi u pitanju, iako Srbija ima snažnu međunarodnu dimenziju, kontinuitet, održivost i koncepte festivala koji se održavaju u Srbiji, „osnovna slabost u ovoj sferi delatnosti je finansijska neizvesnost koja utiče na način planiranja programa” za gostovanja u inostranstvu, kao i „nedovoljna upućenost u partnerstva i učešća u projektima Evropske Unije” (Dimitrijević: 308, 309).

1.2.2.1. Predstave u inostranstvu

Predstave u inostranstvu, u ovom radu, podeljene su na tri tipa manifestacija : 1) pozorišna predstava (73,91%), 2) muzička i plesna predstava (15,46%) i 3) folklorna predstava (10,63%).

Među pozorišnim predstavama (1.1) kao obliku saradnje, preko 60% pripada gostovanjima pozorišta iz Republike Srbije u inostranstvu (62,09%). Drugo mesto po obimu saradnje zauzima premijerno izvođenje pozorišnih predstava (16,34%), a treće mesto – samostalno učešće glumaca, reditelja i profesora dramskih umetnosti (15,03%). Ispod 5% učešća ovog tipa pripada izvođenjima monodrama u inostranstvu (4,58%) i pozorišnom čitanju dramskog teksta (1,96%).

Kada je reč o gostovanju pozorišta iz Republike Srbije u inostranstvu (1.1.1), analizom ovih aktivnosti je utvrđeno koja su pozorišta i u kojim državama gostovala. U grupi beogradskih pozorišta gostovanje su ostvarili: 1) Narodno pozorište iz Beograda (Norveška, Švedska, Slovenija, Ukrajina, Hrvatska i Kanada); 2) Jugoslovensko dramsko pozorište (Austrija, SR Nemačka, Rusija, Hrvatska, Crna Gora, Češka, Španija i Kanada); 3) Beogradsko dramsko pozorište (Rumunija, Rusija, Norveška, Slovenija i Hrvatska); 4) Pozorište „Atelje 212” (Slovačka, Švedska, Slovenija, Hrvatska i Kanada); 5) „Zvezdara teatar” (Italija, Švajcarska i Kanada) 6) Pozorište „Slavija” (Rusija, Hrvatska i Australija) i 7) Pozorište na Terazijama (SAD i Kanada).

Među profesionalnim i amaterskim pozorištima iz AP Vojvodine i regiona Srbije, ovu aktivnost su ostvarili: 1) Srpsko narodno pozorište iz Novog Sada (Rumunija, Slovačka, Slovenija i Hrvatska); 2) Somborsko narodno pozorište (Rusija); 3) Narodno pozorište iz Subotice (Hrvatska); 4) Pozorište „Toša Jovanović” iz Zrenjanina (Rumunija i Hrvatska); 5) Narodno pozorište iz Kikinde (Hrvatska); 6) Slovačko vojvođansko pozorište iz Bačkog Petrovca (Slovačka); 7) Narodno pozorište iz Užica (BiH, Rusija i Kanada); 8) Narodno pozorište iz Kruševca (Hrvatska); 9) Amatersko pozorište „Janko Veselinović” iz Bogatića (Hrvatska).

Značajno učešće u ovim aktivnostima ostvarila su i omladinska i dečja pozorišta iz Republike Srbije, kao zajedničke predstave naših pozorišta sa stranim pozorištima.

Premijerno izvođenje pozorišnih predstava u inostranstvu (1.1.2) je najviše izvođeno po delima Dušana Kovačevića i Biljane Srbljanović, a izvođena su i dela Ljubomira Simovića. Od reditelja koji su premijerno režirali pozorišne predstave, u Izveštaju MSP se pominju Alisa Stojanović i Đorđe Marjanović. Na festivalu savremene

dramaturgije „Ukršteni pogledi“, u Grenoblu, učestvovala su Biljana Srbljanović i Milena Marković (Francuska).

Osim pozorišnih predstava, naši umetnici su gostovali u inostranstvu sa monodramama (7) koje nisu imale takmičarski karakter, a koje su izvele glumice Nataša Marjanović, Aleksandra Nikolić, Vesna Čipčić, Ljiljana Stjepanović i pozorišna grupa „Maska“ iz Šapca. Pozorišno čitanje drame u stranim pozorištima je izvedeno za tri teksta: 1) „Šine“ autorke Milene Marković (Japan), 2) „Profesionalac“, Dušana Kovačevića (Japan) i 3) „Porodične priče“ Biljane Srbljanović (Češka).

Značajna pozorišna aktivnost u inostranstvu ostvarena je i kroz samostalno učešće glumaca (1.1.3) - Vladimira Aleksića, Damira Todorovića, Rade Đurićin, Ane Sofrenović, Svetlane Bojković, Ljubivoja Tadića, Milice Spasojević, Petra Kralja, Milana Gutovića, Ružice Sokić, Ivana Bekrajeva, Petra Božovića, Ljiljane Blagojević, Kaline Kovačević, Mihaila Maksimovića, Aleksandre Manasijević, Marine Dimitrijević i dr.; profesora glume, reditelja i scenarista (Emir Kusturica, Goran Marković, Srđan Koljević)...

Muzičke i plesne predstave (1.2) participiraju sa 15,46% u ukupnom uzorku predstava. Njih čine: operske predstave, sa blizu dve trećine učešća u ovom tipu kulturnih aktivnosti - 62,5% i baletske predstave i savremeni ples koje čine nešto više od jedne trećine ovih aktivnosti - 37,5%.

Kada je reč o podršci u oblasti muzike, Ministarstvo kulture je u periodu od 2010. do 2015. godine ovu oblast podržalo sledećim finansijskim sredstvima: 2010. godine – od 65 projekata (23.660.000 dinara), 31 ili 47,69% međunarodnog karaktera u iznosu 12.620.000 ili 53,34% ukupnog budžeta; 2011. godine – od 102 projekta (37.273.000 dinara), 35 ili 34,31% međunarodnog karaktera u iznosu 16.475.000 ili 44,2% ukupnog budžeta; 2012. godine – od 52 projekta (31.591.000 dinara), 15 ili 28,85% međunarodnog karaktera u iznosu 11.771.000 ili 37,26% ukupnog budžeta; 2013. godine – od 45 projekata (36.605.000 dinara), 22 ili 48,89% međunarodnog karaktera u iznosu 23.850.000 ili 66,98% ukupnog budžeta; 2014. godine – od 69 projekata (40.262.000 dinara), 25 ili 36,23% međunarodnog karaktera u iznosu 21.010.000 ili 51,31% ukupnog budžeta; 2015. godine – od 59 projekata (30.000.000 dinara), 29 ili 49,15% međunarodnog karaktera u iznosu 22.650.000 ili 75,5% ukupnog budžeta. Projekti međunarodne saradnje u ovom petogodišnjem periodu čine 40% od ukupnih muzičkih projekata koji su dobili podršku na konkursima, a to je 54, 65% ukupnog budžeta (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 348).

Među najznačajnijim operskim predstavama (1.2.1) koje su naši umetnici izvodili u inostranstvu su: 1) Verdijeva „Aida“ kojom je dirigovao Dejan Savić -solisti Jadranka Jovanović, Jasmina Trumbetaš-Petrović, Sanja Anastasijević, Nenad Jakovljević i Ivan Tomašev (Austrija) 2) „Leteći Holanđanin“ Riharda Vagnera (Rumunija) 3) opera sa baletom „Orfej u paklu“ (Rumunija) i 4) „Viva la Mama“ (Rumunija). Ova dela su izvodili ansambli Opere Narodnog pozorišta iz Beograda, Opere iz Novog Sada i Opere i teatra „Madlenianum“ iz Beograda. U razmatranom periodu izvedeno je čak pet premijera operskih predstava, i to: 1) „Vreme cigana“ Emira Kusturice u Parizu (Francuska); 2) „Evgenije Onjegin“ (P. I. Čajkovskog) – dirigovao Srboljub Dinić, a vodeći mecosoprani su bile Nataša Jović i Jelena Bodražić (Švajcarska); 3) Mocartova opera „Otmica iz Saraja“, u režiji Dejana Miladinovića (SAD); 4) Opera „Nahod Simon“ Isidore Žebeljan (SR Nemačka); 5) Operska kompozicija Ane Sokolović „Love Songs“ (Kanada) i 6) Premijera dečje opere „Slavuj“ rediteljke Beke Savić, u Kelnskoj operi (SR Nemačka).

Značajan samostalni nastup u stranim operskim predstavama imali su: 1) prvakinja beogradske Opere Sofija Pižurica u operi „Boemi“ u Oslu (Norveška); 2) prvak Opere Narodnog pozorišta iz Beograda, Ivan Tomašev u Državnoj operi u Pragu (Češka); 3) Dragana del Monako kao Karmen i kao Amneris u operi „Aida“, u Nacionalnoj operi u Kairu (Egipat); 4) Dragana Radaković, takođe u kairskoj Operi (Egipat) i 5) mecosopran, Milijana Nikolić, u više uloga u sidnejskoj i tokijskoj Operi (Australija i Japan).

Kad su i pitanju baletske i plesne predstave (1.2.2), najveći broj ovih predstava izveo je Balet Narodnog pozorišta iz Beograda („Odisej“, „Romeo i Julija“, „Ko to tamo peva“), Balet Srpskog narodnog pozorišta iz Novog Sada („Krcko Oraščić“) i baletska grupa Opere i teatra „Madlenianum“ („Praznik Ljubavi“). Beogradsko dramsko pozorište je nastupilo sa monobaletom „Džozefin“ Aje Jung, koja je uradila i predstavu „Zeke“, a baletska grupa „Cas Public“ izvela je balet „Okrutne svite“, autorke Ane Sokolović. Ove

predstave su izvedene na Kipru, u Makedoniji, Rumuniji, Kini, Egiptu, SAD, Kanadi, Meksiku i Kolumbiji.

Folklorne predstave (1.3) čine 10,63% od ukupnog broja predstava izvedenih u svetu. U inostranstvu su nastupala afirmisana kulturno-umetnička društva i folklorni ansambli, kao što su: „Kolo“, „Branko Krstanović“, „Abrašević“, „Lola“ i dr. Oni su gostovali u Austriji, Rumuniji, SR Nemačkoj, Slovačkoj, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Rusiji, Kini, Japanu, Ujedinjenim Arapskim Emiratima, SAD i Meksiku.

1.2.2.2. Koncerti u inostranstvu

Koncerti u inostranstvu obuhvataju skoro polovinu razmatranih scenskih nastupa (47,89%). Ovaj tip kulturnih aktivnosti obuhvata: 1) koncerte klasične muzike (44,91%); 2) horske koncerte (16,44%); 3) koncerte kulturno-umetničkih društava (2,08%), 4) koncerte popularne muzike (6,71%); 5) koncerte etno-muzike (4,40%), 6) koncerte rane muzike (2,08%); 7) koncerte tradicionalne muzike (0,69%); 8) koncerte džez, rok, bluz i tehno-muzike (5,10%), kao i 9) učešće srpskih umetnika, horova, folklornih grupa i pozorišta iz dijaspora na manifestacijama u inostranstvu (17,59%).

U okviru koncerata kao oblika kulturnih delatnosti Republike Srbije u svetu, koncerti klasične muzike (2.1) obuhvataju 44,91%, od čega solistički koncerti čine 47,42% aktivnosti. Zajedničkim koncertima pripada 25,77%, a kolektivnim 4,64% od ukupnog broja koncerata klasične muzike. Koncerti orkestrara i ansambala klasične muzike čine 15,46%, dok preostala dva razmatrana oblika učestvuju sa manje od 4% ovih aktivnosti (koncerti muzičkih škola iz Republike Srbije – 3,62% i učešće kompozitora i dirigenta kao gosta na koncertima – 3,09%).

Kao što je istaknuto, solistički koncerti (2.1.1) obuhvataju 47,42% koncerata klasične muzike. Najveći broj solističkih koncerata (11) održali su pevači etno-muzike, Braća Teofilović, u Velikoj Britaniji, Rumuniji, Hrvatskoj, Crnoj Gori, SAD i Kanadi. Pet koncerata održala je prvakinja Opere Narodnog pozorišta u Beogradu, Jadranka Jovanović, u Švajcarskoj, Alžiru, Bugarskoj i Rusiji; tri koncerta - prvakinja opere Narodnog pozorišta u Beogradu, Suzana Šuvaković-Savić, u Grčkoj, Norveškoj i Švedskoj; po jedan koncert - operni umetnici Hana Batinić, Jasna Tucaković, Jelena Vlahović, Dragana Jugović del Monako, Ana Rupčić, Ivan Tomašev i Olivera Miljković (u Austriji, Rumuniji, Danskoj, Norveškoj, Češkoj i Japanu).

Četiri koncerta održali su pijanistkinja Nataša Mitrović - u Japanu i SAD (Kenedi centar u Vašingtonu) i pijanista Aleksandar Serdar - u Grčkoj, Portugalu, Francuskoj i Peru. Dva koncerta održali su pijanista Vladimir Milošević - u Češkoj i Australiji; pijanistkinja Sara Marjanović - u Francuskoj i Španiji; pijanistkinje Mirjana Rajić i Mina Miletić - u SAD; pijanista Nenad Ivović - u Egiptu (u Aleksandrijskoj i Kairskoj operi); pijanistkinja Nada Kolundžija u Rumuniji i SAD. Takođe, solističke koncerte imali su pijanisti: Aleksandar Madžar, Rita Kinka, Ivana Alković, Lenka Petrović, sestre Bizjak, Kosana Radojević, Jasmina Kulaglič, Vladimir Stojnić, Stefan Petrović, Sanja Romić, Milan Miladinović, Dimitrije Vasiljević i Mile Teovanović - u Austriji, Rumuniji, Švedskoj, Egiptu, Francuskoj, Holandiji, Hrvatskoj, Izraelu, SAD i Kanadi.

Četiri koncerta održao je gitarista Uroš Dojčinović - u Ukrajini, Brazilu, Meksiku i Paragvaju, a dva koncerta gitaristkinja Sabrina Vlaškalić - u Finskoj i Švedskoj. Tri koncerta održali su violinista Jovan Kolundžija, uz pratnju Nade Kolundžije, u BiH, Grčkoj i Sloveniji; violinistkinja Ana Milosavljević - u SAD i čembalistkinja Smiljka Isaković (Island, Slovačka i BiH); dok po jedan koncert - violinisti Stefan Milenković, Ilija Marinković, Margareta Benkova, Marijana Šipka, Dragana Radosavljević i M. Mihajlović (u Kanadi, Holandiji, Španiji, BiH, Brazilu i Argentini); violončelistkinja Ksenija Janković - u Francuskoj; violončelista Zoran Stepić u Grčkoj; flautistkinja Anđela Bratić u Bugarskoj; harmonikaš Petar Marić u SAD i Miloš Milivojević na Islandu.

Jedna četvrtina koncerata pripada grupi zajedničkih koncerata (2.1.2) klasične muzike (25,77%). Ove koncerte održali su prvaci Beogradske opere, dueti, tria i grupe muzičara.

Brojne zajedničke koncerte i nastupe u inostranstvu održali su srpski umetnici: Jadranka Jovanović i glumac Rade Miljanić (Albanija); Suzana Šuvaković Savić, Dragana Del Monako, Dejan Maksimović i Aleksandar Stamatović, uz klavirsku pratnju Ivana Jovanovića (Grčka); Aneta Ilić uz pratnju Dejana Sinadinovića (Italija); sopran Suzana

Šuvaković-Savić i bariton Vladimir Andrić, u pratnji pijaniste V. Jovanovića (Danska); Željka Zdjelar i Dragoljub Bajić (dva koncerta u Danskoj); Sanja Kerkez, Ivan Tomašev, uz klavirsku pratnju Ivana Jovanovića (tri koncerta u Danskoj); mecosopran Nataša Jović-Trivić i bas-bariton Nebojša Babić, uz klavirsku pratnju Ivana Jovanovića (Danska); Dragana Jugović del Monako i Dejan Maksimović (Danska); solistkinja Opere Narodnog pozorišta iz Beograda, Sofija Pižurica, i norveški tenor Henrik Engelsen (Norveška); Jelena Vlahović, Jasmina Trumbetaš-Petrović i pijanistkinja Zorka Milivojević (Norveška); Ansambl Aksentijević i prvaci Beogradske opere (Francuska); mecosopran Irena Zarić i češki mešoviti hor „Carmina vocum” (Češka); operske arije i dueti solista Opere Narodnog pozorišta iz Beograda i prvaka Opere Hrvatskog narodnog kazališta iz Osijeka (Hrvatska); Verica Grmuša (sopran) i Dragan Marković (violina), u Kuvajtu; operska umetnica Katarina Jovanović i pijanistkinja Milena Petrović (Egipat). Ovoj grupi koncerata pripadaju i koncert naših mladih muzičara sa Muzičkog konzervatorijuma u Kristiansandu, u Norveškoj (mecosopran Ivana Milosinović, bariton Stevica Krajinović i pijanista Miloš Veljković), kao i koncerti umetničkog ansambla Ministarstva odbrane „Stanislav Binički” na tureneji estradnog umetnika Roberta Pešuta (Švajcarska).

Osim koncerata prvaka beogradske opere, brojne koncerte su održali muzički dueti, tria i grupe muzičara. Prvu grupu koncerata predstavljaju klavirska dua, i to: 1) Ivana Talijan i Izabel Mendeš (Portugal); 2) Lana Rodić i Marijana Savović (Francuska); 3) Ivan Mele i Margita Drakulović-Meleš (Švajcarska) i 4) A. Pavlović i S. Lončar (SAD). Drugu grupu ove vrste koncerata su izvodili dueti violonista i pijanista: 1) violinista Ljubomir Mihajlović i pijanistkinja Ivana Talijan (Portugal); 2) violinista Jovan Kolundžija sa ukrajinskom pijanistkinjom (Ukrajina); 3) violinistkinja Ana Marković i pijanista Ivan Tripković (Francuska) i 4) violinista Nemanja Stanković i pijanistkinja Jovanka Višekruna-Janković (Francuska). Treću grupu koncerata čine dueti violončelista i pijanista: 1) koncert čelistkinje Ksenije Janković i pijaniste Aleksandra Serdara (Švedska); 2) koncert pijanistkinje Jasmine Kulaglič i violončeliste Adriena Fras-Sombea (Francuska); 3) koncert pijaniste Petra Ilića i violončeliste Predraga Mihajlovića (Francuska). Četvrtu grupu predstavljaju dueti violinista i violončelista: 1) koncert violinistkinje Zorice Stanojević i violončelistkinje Mine Zakić (Francuska); 2) koncert violinistkinje Nade Hofman i violončeliste Srdana Sretenovića (Francuska); 3) koncert violončeliste D. Đorđevića i pijaniste Vladimira Miloševića (Hrvatska). Petu grupu koncerata čine dueti drugih instrumenata: 1) koncert gudačkog dua M. Ristića i I. Grahovca (Italija); 2) koncert dueta Vojislava Ivanovića – gitara i Nebojše Jašarevića – violina (Grčka) i 3) koncert gitarskog tandema Stefanovski - Tadić (Kanada).

U grupi zajedničkih koncerata su tri veoma značajna koncerta naših muzičara sa stranim orkestrima: 1) koncert pijaniste Vladimira Miloševića sa johanesburškom filharmonijom (Južnoafrička Republika); 2) koncert violiniste Ilije Marinkovića i dirigenta Dejana Savića sa Simfonijskim orkestrom brazilske države Parana u gradu Kuričibi (Brazil); 3) koncert pijaniste Aleksandra Serdara sa gudačkim kvartetom „Sebastijan” iz Zagreba u dvorani Vatroslav Lisinski (Hrvatska).

Među zajedničkim koncertima se nalaze i koncerti klasične muzike dua i trija: 1) „Trio animo” (Češka); 2) „Seraroma” (Švajcarska); 3) „Trio alfa” sa muzičarem Vladom Markovićem (Švajcarska); 4) Duvački trio Beogradske filharmonije, u okviru Dana Srbije (Indija) i 5) Duo Danila Kulišića i Nađe Dornik u Karnegi Holu u Njujorku (SAD).

Kolektivni koncerti (2.1.3) čine tek 4,64% svih koncerata klasične muzike. Ove koncerte su održale različite grupe operskih umetnika, instrumentalista, KUD-ova, ansambala i orkestara. Prvu grupu ovih koncerata čine nastupi operskih pevača i različitih instrumentalista: 1) koncert „Muzički krug”, soprana Olivera Tošić-Merkurio i Mile Vilotijević, mecosoprana Irene Zarić, baritona Džamila Redžepija, pijanista Natalije Gaši, Svetlane Knezović i Andrea Maurija, violinistkinje Maje Jokanović, violončeliste Relje Lukića i gitariste Đulija Tampalinija (Italija); 2) koncert operske umetnice Jadranke Jovanović, KUD „Abrašević” i ansambl „Skale”, uz učešće glumice Jelene Žigon (Austrija); 3) koncert operskih arija i dueta solista Opere Narodnog pozorišta iz Beograda i prvaka Opere Hrvatskog narodnog kazališta iz Osijeka (Hrvatska); 4) koncert pod nazivom „Pesme i arije koje su osvojile svet”, primadone beogradske Opere, Suzane Šuvaković-

Savić, i soliste RTS-a, Slavka Nikolića, uz pratnju Miodraga Čolakovića i Petra Golubovića (Crna Gora).

Drugu grupu koncerata su izvodili različiti instrumentalisti, ansambli i orkestri: 1) koncert pijaniste Stefana Čirića, Braće Teofilović i grupe „Teodulija” (Velika Britanija); 2) koncert pijanistkinje Maje Momčilović-Džordan sa našim i britanskim muzičarima (Velika Britanija); 3) violinista Jovan Kolundžija, orkestar Bobana i Marka Markovića nastupili su na 5. muzičkom festivalu „Malar”, u Vesterosu (Švedska); 4) koncert Vojnog orkestra SCG iz Niša (Austrija).

Koncerti orkestara i ansambala klasične muzike (2.1.4) obuhvataju 15,46% koncerata klasične muzike i nalaze se na trećem mestu po zastupljenosti u okviru koncerata klasične muzike. Najveći broj koncerata ove vrste izvela je Beogradska filharmonija (16), u BiH, Italiji, Hrvatskoj, Sloveniji, SAD i Švedskoj, pri čemu je samo u Švedskoj izvela sedam koncerata, u okviru programa muzičke saradnje „Muzičke veze 2005-2007”. Drugi po zastupljenosti su bili „Gudači Svetog Đorđa” koji su izveli osam koncerata u Makedoniji, SR Nemačkoj, Slovačkoj, Švedskoj i Hrvatskoj.

Simfonijski orkestar i hor RTB izveo je Verdijev Rekvijem u gradu Pjeve di Soligo (Italija), a Simfonijski orkestar Fakulteta muzičke umetnosti u Beogradu održao je koncert u zdanju Slovenačke filharmonije u Ljubljani (Slovenija). Ostale koncerte ove vrste izveli su sledeći ansambli: 1) Ansambli FMU iz Beograda, „Camerata Serbica” (SR Nemačka); 2) Gudački orkestar AKUD „Lola” iz Beograda (SR Nemačka); 3) Beogradski madrigalisti (Rumunija); 4) Gudački kvartet „Glinka” (Rusija); 5) ansambl klasične gitare „Balkanske žice” (Rusija); 6) ansambl „Donne di Belgrado” (Danska); 7) profesionalni ansambl „Camerata Serbica” (Austrija); 8) kvinteti „Eklis” i „Balkan kafe” (Francuska); 9) Barokni ansambl „Boticelli” (Francuska); 10) duvački kvintet Beogradske filharmonije i duet Đorđević - Egerić (Francuska); 11) Gudački kvartet Beogradske filharmonije sa klarinetistom Ognjenom Popovićem (Ujedinjeni Arapski Emirati) i 12) Niški trio „Anima” (mecosopran, flautiskinja i pijanistkinja) održao je četiri koncerta kamerne muzike pod nazivom „Duša Srbije” u Italiji.

Koncerti muzičkih škola iz Srbije u inostranstvu (2.1.5), koji obuhvataju svega 3,62% koncerata klasične muzike, obeleženi su učešćem škole „Josip Slavenski” iz Beograda u Italiji i Hrvatskoj, škole „Petar Konjović” iz Beograda u Češkoj, „Kornelije Stanković” iz Trstenika u Švajcarskoj, te muzičke škole „Vojislav Vukčević” iz Beograda u Južnoj Koreji.

Koncerti kompozitora i dirigenata kao gosta u inostranstvu (2.1.6), čine svega 3,09% ukupnih aktivnosti ove vrste. Kada je reč o kompozitorima, dve kompozitorke su predstavljale našu zemlju u inostranstvu: Isidora Žebeljan, u projektu „Il Femminile”, posvećenom odnosu savremenog muzičkog stvaralaštva i žene u okviru savremene muzike, u Milanu (Italija), i Ana Sokolović, u National Art Centre u Kanadi, koja je 2007. godine proglašena kompozitorom godine u Kanadi, a 2008. godine dobila prestižnu nagradu „Socan” za koncertnu muziku (Kanada). U ovoj grupi aktivnosti, svakako, treba pomenuti koncert pod nazivom „Soul of Percussion”, u izvođenju japanske muzičke grupe „Phoniks Reflection”, posvećen kompozicijama našeg muzičara-perkusioniste Nebojše Jovana Živkovića (Japan).

U inostranstvu su nastupila dva naša dirigenta – Bojan Sudić i Milena Injac. Na poziv Filharmonijskog orkestra Univerziteta UNAM, Bojan Sudić dirigovao je na dva koncerta u sali Kulturnog centra ovog najvećeg meksičkog Univerziteta u Meksiko Siti (Meksiko), a Milena Injac, dirigent i profesor na Fakultetu umetnosti u Nišu, nastupila je kao gost na koncertu Nacionalnog Simfonijskog orkestra mladih, u dvorani „Hose Argias”, u Montevideu (Urugvaj).

Horski koncerti (2.2.) čine 16,44% od ukupnog broja koncerata razmatranog uzorka koncerata u inostranstvu. Njih čine: koncerti akademskih horova (29,58%); koncerti kamernih horova (7,04%); koncerti mešovitih, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a (26,76%), koncerti crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike (35,21%) i zajednički koncerti ansambala i horova (1,41%).

Kada je reč o koncertima akademskih horova (2.2.1), najveći broj koncerata ove vrste održao je Akademski hor „Collegium Musicum”, pod rukovodstvom Darinke Matić Marović i Dragana Jovanovića (18), pri čemu je čak pet koncerata održao u gradovima

Švedske, u okviru programa muzičke saradnje pod nazivom „Muzičke veze 2005-2007”. Ostale koncerte održao je u Italiji, Makedoniji, Francuskoj, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Kini, Omanu i Meksiku.

Akademski hor „Obilić” iz Beograda, zajedno sa Omladinskim simfonijskim orkestrom iz Rima, nastupio je prvo u Beogradu, a potom još dva puta u Rimu (Italija). Ovaj hor je još dva puta nastupao u Crnoj Gori - jedanput u okviru obeležavanja Dana državnosti Crne Gore (13. jula) i 200-godišnjice rođenja P. P. Njegoša. Akademski hor „Lola” iz Beograda nastupao je u okviru manifestacije „Dani srpske kulture” u Temišvaru (Rumunija), kao i u Dortmundu (SR Nemačka). Zabeleženo je i gostovanje Akademskog hora iz Niša u Moskvi (Rusija).

Koncerti kamernih horova (2.2.2) čine 7,04% ukupnog uzorka horskih koncerata. To su nastupi hora „Braća Baruh” iz Beograda na manifestaciji „Bejahad” u Opatiji (Hrvatska); gostovanje Madrigalskog hora Beogradskog FMU u Kardici (Grčka); Kamernog hora „Cantantes” u Lisabonu (Portugal) i Beogradskog kamernog hora na Moskovskom muzičkom uskršnjem festivalu (Rusija).

Koncerti mešovityh, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a (2.2.3), obuhvataju više od jedne četvrtine ukupnog uzorka nastupa horova (26,76%). U inostranstvu su nastupali sledeći horovi: 1) Hor „Ivo Lola Ribar” (Italija); 2) Đački hor osnovne škole „Stevan Sremac” iz Sente (Mađarska); 3) Hor „Kornelije Stanković” iz Kikinde (Rumunija i Norveška); 4) Ženski hor „Barili” iz Požarevca (Rumunija); 5) Hor „Kosovski božuri” i Ivana Žigon na otvaranju Međunarodnog filmskog festivala „Zlatni vitez” u Pjatigorsku, Kislodovsku, Stavropolju i Moskvi (Rusija); 6) Hor „Učitelj Tasa” iz Niša (Slovačka); 7) Hor „Mokranjac” (Hrvatska); 8) Novosadski hor (Hrvatska); 9) Hor muzičke škole „Mokranjac” iz Beograda (Japan); 10) Dečki hor Muzičke škole „Mokranjac” (Kina); 11) Hor „Branko Radičević” (SAD); 12) Zajednički koncert Gradskog hora „Neven” iz Bača i slovačkog hora „Zvony” iz Selenče (Hrvatska) i 13) Zajednički koncert ženskog hora „Barili” iz Požarevca sa horom „Budapest Beivaros-Lipotvaros” u Budimpešti (Mađarska).

Koncerti crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike (2.2.4) obuhvataju 35,21% od ukupnog broja izvedenih koncerata. Među njima izdvajamo: 1) četiri koncerta duhovne muzike Divne Ljubojević i hora „Melodi” u Austriji, Ukrajini, Francuskoj i Crnoj Gori; 2) tri koncerta Prvog beogradskog pevačkog društva u Belorusiji, Rusiji i Izraelu; 3) tri koncerta duhovne muzike Pavla Aksentijevića u Makedoniji, Rumuniji i Francuskoj i 4) tri koncerta Niškog mešovityog crkvenog hora „Branko” u Italiji, Turskoj i Kanadi. Kad su pitanju crkveni horovi, u analiziranom uzorku utvrđeno je da su održane tri manifestacije u Rumuniji i Crnoj Gori u kojima je učestvovalo više crkvenih pravoslavnih horova, a među njima i crkveni horovi iz naše zemlje.

Osim toga, u inostranstvu su gostovali i drugi horovi duhovne i sakralne muzike: 1) Hor „Sveti Đorđe” iz Saborne crkve u Novom Sadu (Švedska); 2) Hor „Beogradski madrigalisti” (Hrvatska); 3) Pančevačko srpsko crkveno pevačko društvo (Crna Gora); 4) Hor „Kir Stefan Srbin” iz Smedereva (Češka); 5) Hor „Hadži Ruvim” iz Valjeva (Češka); 6) Mešoviti hor Sveti Arhiđakon Stefan iz Kraljeva i Krupnja (Češka); 7) Hor „Hevidum” (Švajcarska); 8) Crkveni hor „Mojsije Petrović” (Španija) i 9) Hor manastira Kovilj u Karnegi Holu u Njujorku (SAD).

Zajedničke koncerte ansambala i horova (2.2.5) održali su Beogradska filharmonija, akademski hor „Collegium Musicum”, ansambl stare muzike „Renesans”, hor „Ivo Lola Ribar” i pozorišni ansambl „Zvezdara teatar” u Italiji.

Kad su u pitanju koncerti kulturno-umetničkih društava u inostranstvu (2.3), ovu vrstu koncerata su održali: Ansambl „Kolo”; KUD „Branko Krsmanović”, KUD „Kopaonik” iz Leposavića i KUD „Abrašević”.

Ansambl „Kolo” iz Beograda gostovao je u Hrvatskoj, Crnoj Gori i Japanu. Na poziv Zajednice Srba iz Rijeke, ansambl „Kolo” održao je koncerte u Hrvatskom kulturnom domu u Rijeci, a u okviru „Dana srpske kulture u Istri” (Hrvatska). „Kolo” je imalo koncert u Kotoru, povodom obeležavanja 175-godišnjice grada i postojanja Srpskog pjevačkog društva „Jedinstvo” iz Kotora (Crna Gora). U okviru turneje po Japanu, ansambl je održao tridesetak koncerata i 13 radionica srpskih tradicionalnih igara.

KUD „Branko Krsmanović” održao je dva koncerta u Hrvatskoj - koncert pesama i igara iz Srbije u Rijeci (u organizaciji Zajednice Srba Rijeka, grada Rijeke i Primorsko-goranske županije) i koncert u okviru Opatijskog kulturnog ljeta (Hrvatska). KUD „Kopaonik” iz Leposavića održao je sedam koncerata u Tunisu i nekoliko koncerata u srpskim zajednicama u Australiji. KUD „Abrašević” gostovao je u Sidneju (Australija).

Koncerti popularne muzike (2.4) obuhvataju 6,25% od ukupno izvedenih koncerata u inostranstvu u razmatranom uzorku. Za stranu publiku mogu se izdvojiti koncerti Emira Kusturice i Gorana Bregovića koji su, u periodu od 2001-2015. godine, po podacima iz Izveštaja MSP, održani po 13 puta. Emir Kusturica i The No Smoking Orchestra imali su nastupe u Italiji, Poljskoj, Portugalu, Japanu, Kanadi, Argentini, Meksiku i Australiji. Prilikom održavanja koncerta u Buenos Airesu, reditelj Emir Kusturica je postao počasni građanin Buenos Airesa. Goran Bregović sa Orkestrom za svadbe i sahrane održao je koncerte u Bugarskoj, Grčkoj, Rusiji, Norveškoj, Ukrajini, Holandiji, Argentini i Brazilu. U Buenos Airesu mu je uručena nagrada za najbolji muzički spektakl, koju već 10 godina dodeljuje Udruženje pozorišnih kritičara Argentine. Pomenute koncerte posećuje mnogobrojna strana publika, dok je, mahom za naše ljude, muzičar Đorđe Balašević nastupao u slovenačkom pozorištu u Trstu (Italija). Veće sa Zdravkom Čolićem je održano u Kulturnom centru Republike Srbije u Parizu, gde je takođe publiku činila srpska populacija (Francuska).

Koncerti etno-muzike (2.5) čine 4,86% ukupnih koncertnih aktivnosti u inostranstvu, a to su: 1) koncerti Bobana i Marka Markovića u Gracu, Salzburgu (Austrija), Luvenu i Briselu (Belgija); 2) devet koncerata Biljane Krstić i grupe „Bistrik” u Banja Luci (BiH), Temišvaru (Rumunija), Kijevu, Lavovu (Ukrajina), Vukovaru (Hrvatska), Crnoj Gori, Bernu (Švajcarska), Džakarti (Indonezija), Vašingtonu (SAD) i Sao Paulu (Brazil); 3) koncerti Sanje Ilić i grupe „Balkanika” u Nju Delhiju (Indija) i u Kanadi; 4) koncerti umetnika na fruli, Bore Dugića, u Torontu (Kanada) i u nekoliko gradova Švajcarske i u Ambasadi Republike Srbije (Švajcarska); 5) koncerti etno-grupe „Belo platno” u Skadru (Albanija); 6) koncerti tamburaškog orkestra „Ravnica” (Francuska), kao i 7) trubačkog orkestra Stojana i Slaviše Krstića, u Lamiji, Kalamati i u Ambasadi Republike Srbije u Atini (Grčka).

Koncerti rane muzike (2.6) obuhvataju 2,08% ukupnih koncertnih aktivnosti u inostranstvu, odnosno devet koncerata grupe „Renesans”, u četiri države. U Grčkoj je ovaj ansambl održao koncert na manifestaciji „Patra – evropske prestonice kulture 2006”, nastupao je u Italiji, u Istri (Hrvatska) - u okviru manifestacije „Dani srpske kulture”, i u Švedskoj - šest koncerata, u okviru programa muzičke saradnje pod nazivom „Muzičke veze 2005-2007.”

Koncerti tradicionalne muzike (2.7) čine samo 0,69% koncertnih aktivnosti. Svi koncerti ove vrste u razmatranom periodu održani su u Francuskoj: 1) koncert tradicionalne muzike grupe „Moba”; 2) koncert grupe „Izvor” iz Vranja, u okviru manifestacije „Nedelja Srbije u Belforu” i 3) koncert romske muzike, u Kulturnom centru Republike Srbije u Parizu.

Koncerti džez, rok, bluz i tehno-muzike (2.8) obuhvataju 5,10% koncertnih aktivnosti. Najviše je održano koncerata džez-muzike (14 koncerata ili 63,64%), pri čemu se mogu izdvojiti sledeći koncerti: 1) koncert „Džez orkestra RTS” u Operi u Temišvaru (Rumunija); 2) autorski koncert džez-pijaniste T. Stojiljkovića, u programu Kulturnog centra u Parizu (Francuska); 3) etno-džez koncert pijaniste Miloša Petrovića, „Istorija Vizantije”, u okviru manifestacije „Dani srpske kulture”, u Zagrebu, (Hrvatska); 4) koncert Mihaila Miše Blama, u okviru manifestacije „Mesec poštovanja džeza u Crnoj Gori” (Crna Gora); 5) Koncerti „Džez orkestra RTS”, na „Herceg Novomskim aprilskim svečanostima”, u Herceg Novom (Crna Gora); 6) niz koncerata Milivoje Petrovića u okviru japanske turneje „World Jazz Fusion” (Japan); 7) koncerti džez-kvinteta Raleta Mičića, iz albuma džez muzike „Srbija”, u najuglednijem džez klubu u Vašingtonu – „Blues Alley” (SAD); 8) koncert džez pijaniste Vladana Mijatovića, u Karnegi Holu u Njujorku (SAD) i 9) nastup gitariste Ivana Jovića na Prvom prolećnom koncertu džez i bluz muzike, u Otavi (Kanada).

Učešće srpskih umetnika, horova, folklornih grupa i pozorišta iz dijaspore na manifestacijama u inostranstvu (2.9) obuhvata 76 programa ili 17,59% scenskih programa. Izložbe, koncerti klasične muzike i književne manifestacije čine 46,05%

aktivnosti, dok su druge vrste koncerata i festivali horova, folklornih grupa i pozorišnih predstava zastupljeni sa 53,95% učešća.

1.2.2.3. Festivali i takmičenja scenskih programa u inostranstvu

Festivali i takmičenja scenskih programa u inostranstvu obuhvataju 263 kulturne aktivnosti, odnosno 29,16% scenskih programa, od toga festivali scenskih programa u inostranstvu čak 88,59% aktivnosti, dok međunarodna takmičenja scenskih programa i nagrade čine 11,41% manifestacija.

Festivali scenskih programa u inostranstvu (3.1) obuhvataju: 1) pozorišne festivale i nagrade (30,47%); 2) muzičke festivale i nagrade (10,30%); 3) baletske i plesne festivale i nagrade (1,29%); 4) festivale i nagrade horskih predstava (17,17%); 5) festivale orkestara i ansambala klasične muzike (1,72%); 6) festivale srednjovekovne, barokne i renesansne muzike (1,29%); 7) festivale tradicionalne muzike (1,29%); 8) festivale nove muzike (0,43%); 9) festivale džez i rok muzike (3,43%); 10) festivale popularne muzike (3,86%); 11) festivale etno-muzike (5,58%) i 12) festivale i takmičenja kulturno-umetničkih društava (22,18%).

Pozorišni festivali i nagrade (3.1.1) podrazumevaju učešće na pozorišnim festivalima (67,61%), nagrade na pozorišnim festivalima (18,31%) i izvođenje monodrama i nagrade za monodrame (14,08%).

Na pozorišnim festivalima u inostranstvu učestvovala su sledeća pozorišta: 1) Slovačko pozorište „VHV“ iz Stare Pazove (Mađarska); 2) Jugoslovensko dramsko pozorište (SR Nemačka); 3) Srpsko narodno pozorište iz Novog Sada (Rumunija); 4) pozorište „Toš 62 ovanović“ iz Zrenjanina (Rumunija); 5) „Dah teatar“ iz Beograda (Norveška); 6) Srpsko narodno pozorište iz Novog Sada i Jugoslovensko dramsko pozorište (Slovačka); 7) Srpsko narodno pozorište iz Novog Sada i Pozorište iz Zrenjanina (Slovačka); 8) Narodno pozorište iz Beograda (Turska); 9) Pozorište „Slavija“ (UK 62 na); 10) Pozorište „Puž“ (Ukrajina); 11) Narodno pozorište iz Beograda (Ukrajina); 12) Malo pozorište „Duško Radović“ iz Beograda (Hrvatska); 13) Narodno pozorište iz Beograda, Jugoslovensko dramsko pozorište i Beogradsko dramsko pozorište (Hrvatska); 14) Pozorište „Atelje 212“ (Hrvatska); 15) Pozorište „Boško Buha“ (Hrvatska); 16) „Zvezdara teatar“ (Hrvatska); 17) Jugoslovensko dramsko pozorište iz Beograda (Hrvatska); 18) Narodno pozorište iz Subotice (Hrvatska); 19) Pozorište na Terazijama (Hrvatska); 20) Pozorište „Branislav Nušić“ iz Šida (Hrvatska); 21) Pozorište „Zoran Radmilović“ iz Zaječara i Knjaževsko-srpski teatar iz Kragujevca (Hrvatska); 22) Narodno pozorište iz Užica (Hrvatska); 23) Dečje lutkarsko pozorište iz Novog Sada (Hrvatska); 24) Pozorište Timočke krajine „Zoran Radmilović“ iz Zaječara (Hrvatska); 25) „Zvezdara teatar“ i Srpsko narodno pozorište iz Novog Sada (Crna Gora); 26) Pozorište „Puž“ i Pozorište „Boško Buha“ (Crna Gora); 27) Pozorište lutaka iz Niša (Crna Gora); 28) „Atelje 212“ (Češka); 29) Srpsko narodno pozorište iz Novog Sada (Češka); 30) Malo pozorište „Duško Radović“ iz Beograda (Japan); 31) Ansambl Pozorišta za decu iz Kragujevca (Kina); 32) Jugoslovensko dramsko pozorište (Kina); 33) pozorišna trupa „Balkan Novi Pokret“ (Alžir); 34) Slovačko vojvođansko pozorište (Egipat); 35) Bitef teatar iz Beograda (Egipat); 36) Pozorišna grupa „Balkan Novi Pokret“ (Egipat); 37) Centar za pozorišna istraživanja „Dah teatar“ iz Beograda (Kuba) i 38) Pozorište lutaka „Pinokio“ (Kuba).

Na pozorišnim festivalima osvojene su brojne nagrade. Jedna od tih nagrada je pripala Biljani Srbijanović, kojoj je uručena evropska nagrada za novu formu stvaralaštva i, tom prilikom, postavljena je njena drama „Skakavac“ u Solunu (Grčka). Ministar kulture RS, N. Bradić, dobitnik je specijalne nagrade za pozorišnu umetnost turskog Lajons kluba za 2009. godinu (Turska). Slobodanu Markoviću, direktoru Međunarodnog festivala pozorišta za mlade u Subotici, dodeljena je Pengova nagrada za poseban doprinos slovenačkoj lutkarskoj umetnosti, u Narodnom muzeju Slovenije u Ljubljani (Slovenija).

Muzički festivali i nagrade (3.1.2) obuhvataju 10,30% ukupnog broja svih festivala, a čine ih: učešće na muzičkim festivalima (58,33%); nagrade na muzičkim festivalima (29,17%) i učešće kompozitora na muzičkim festivalima (12,50%).

Naši umetnici učestvovali su na 13 međunarodnih muzičkih festivala u inostranstvu, a to su: 1) Međunarodni festival mladih muzičara u Rimu (Italija); 2) Internacionalni festival klasične gitare u Vroclavu (Poljska); 3) Muzički festival „Đorđe

Enesku" (2003) u Temišvaru (Rumunija); 4) Festival „Duboko grlo" (Rusija); 5) Međunarodni muzički festival mladih u Bratislavi (Slovačka); 6) Drugi međunarodni festival gitare u Splitu (Hrvatska); 7) Prvi međunarodni festival „Harmonika fest" na Cetinju (Crna Gora); 8) Sedmi i Osmi međunarodni letnji festival klasične gitare u Herceg Novom (Crna Gora); 9) Deseti međunarodni festival omladinskih horova i orkestara u Pragu (Češka); 10) Peti šangajski međunarodni festival umetnosti (Kina); 11) Pekinški međunarodni festival flaute (Kina); 12) Omladinski muzički festival u Namiadi (Južna Koreja) i 13) Festival Medine (Tunis).

Na 5. festivalu solo-pevanja „Bruna Špiler" održanom u Herceg Novom, učestvovala su Darinka Matić-Marović, kao član žirija, i primadona Radmila Smiljanić, kao umetnički direktor festivala (Crna Gora). Na Međunarodnom festivalu mladih muzičara u Rimu, u sastavu Svetskog orkestra mladih, nastupali su violinistkinja Martina Miler i studenti Fakulteta muzičke umetnosti u Beogradu. Profesor fakulteta FMU, Ljubiša Jovanović, sa svojim studentima, otvorio je prestižni Pekinški međunarodni festival flaute (Kina). Trio gitara „Balkanske žice" učestvovao je na Internacionalnom festivalu klasične gitare u Vroclavu (Poljska); dve mlade pijanistkinje iz SCG na Muzičkom festivalu „Đorđe Enesku" (2003) u Temišvaru (Rumunija); Braća Teofilović na festivalu „Duboko grlo", sa starim pesmama Južne Srbije, Kosova i Metohije (Rusija); učenici muzičke škole „Josip Slavenski" iz Beograda na 2. međunarodnom festivalu gitare u Splitu (Hrvatska); Petar Mandić na 1. međunarodnom festivalu „Harmonika fest" na Cetinju (Crna Gora); „Amicus trio" iz Beograda na sedmom, a „No borders orchestra" na osmom Guitar Summer Festu u Herceg Novom (Crna Gora); ansambl „Marsija" na 5. šangajskom međunarodnom festivalu umetnosti (Kina); muzičari iz SCG na omladinskom muzičkom festivalu u Namiadi (Južna Koreja); srpski gitarista Nenad Gain, nastupao sa grupom „Brahim Maslouf" na festivalu Medine (Tunis). Na ovim festivalima, naši umetnici su osvojili i više nagrada.

Kada je reč o učešću naših kompozitora na stranim muzičkim festivalima, u razmatranom periodu, utvrđeno je njihovo prisustvo na tri manifestacije: 1) premijerno je izvedena kompozicija „Mama Dunav" kompozitorke Dragane Jovanović, u interpretaciji hora iz Budimpešte i muzičara iz Beograda, na „Dunavskom festivalu" u Ulmu (SR Nemačka); 2) gostovanje kompozitora Ivana Jeftića u Pekinškoj filharmoniji (Kina) i 3) koncert kompozitorke Ane Sokolović, u okviru Montrealskog festivala savremene muzike (Kanada).

Baletske i plesne predstave na festivalima i nagrade (3.1.3) čine 1,29% uzorka festivala. Na poziv Komesarijata Međunarodnog festivala modernog plesa (pod ingerencijom Ministarstva kulture Alžira), solistkinja baleta Narodnog pozorišta u Beogradu, Smiljana Stokić, 2014. godine učestvovala je u radu internacionalnog žirija manifestacije (Alžir).

Baletske i plesne grupe iz Srbije učestvovala su na različitim festivalima u svetu: 1) Opera i teatar „Madlenianum" na festivalu „Umetnički susreti u Pekingu", u organizaciji Ministarstva kulture NR Kine, izvela je dve predstave baleta „Orfej u podzemlju" (Kina); 2) Baletska grupa „Perpetuum Dance Company" iz Beograda učestvovala je na Međunarodnom festivalu u Ramali (Palestina); 3) Centar za umetnost pokreta „Madlenium" iz Beograda učestvovao je na Međunarodnom festivalu pantomime i savremenog plesa u Puebli i osvojio nagradu za najbolju koreografiju (Meksiko); 4) Na 10. festivalu „Iberoamericano" u Bogoti, baletski ansambl Narodnog pozorišta iz Beograda je, sa izuzetnim uspehom, nastupio sa predstavom „Ko to tamo peva" (Kolumbija).

Festivali i nagrade horskih predstava (3.1.4) obuhvataju 17,17% uzorka muzičkih festivala. U ovu kategoriju spadaju: festivali kamernih horova (15%); festivali akademskih horova (30%); festivali mešovitih, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a (20%); festivali crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike (12,50%) i nagrade za horeve na festivalima (22,50%).

Akademski horevi iz Srbije imali su 12 nastupa na festivalima, kako je zabeleženo u Izveštaju MSP. Akademski hor „Collegium Musicum", sa dirigentom Darinkom Matić-Marović, učestvovao je na 9. međunarodnom festivalu akademskih horova „Universitas Cantat 2009", koji je održan u Poznanju (Poljska), kao i nekoliko puta na svetskom festivalu horova, u gradu Puebli (Meksiko). Hor „Obilić" AKUD „Branko Krsmanović" (pod rukovodstvom Darinke Matić-Marović i Dejana Milivojevića) takođe je učestvovao na svetskom festivalu horova u Puebli (Meksiko), a nastupao je i na letnjem festivalu

„Purgatorije 2012”, u Tivtu (Crna Gora). Akademski hor „Liceum” iz Kragujevca gostovao je na Međunarodnom festivalu horova u Banskjoj Bistrici (Slovačka), kao i na 11. međunarodnom horskom festivalu, u gradu Puebli (Meksiko), a hor „Collegium Cantorum” beleži učešće na Svetskoj olimpijadi horova u Pusanu (Južna Koreja).

Mešoviti, muški, ženski, omladinski, dečji i horovi KUD-a su učestvovali na sedam festivala, i to: 1) hor Dečjeg kulturnog centra iz Beograda na Festivalu horova „Čirilo i Metodije” u Moskvi (Rusija); 2) gradski dečji hor „Zvezdice” iz Leskovca na 3. muzičkom festivalu mladih u Bratislavi (Slovačka); 3) hor učenika O.Š. „Lazar Savatić” iz Zemuna na Međunarodnom festivalu horova u Pragu – 2014 (Češka); 4) mešoviti hor „Šumatovac” iz Arandelovca na Međunarodnom festivalu akademskih horova u Pardubicama – 2014 (Češka); 5) horovi Gimnazije „J.J. Zmaj” iz Novog Sada i O.Š. „Učitelj Tasa” iz Niša na 13. međunarodnom festivalu mladih horova i orkestara „Young 2015. Prague” u Pragu – 2015 (Češka); 6) mešoviti hora KUD „Abrašević” i kamerni hor „Kantantes” iz Beograda na 53. međunarodnom festivalu habanera i polifone muzike u Torevjehi (Španija); 7) Omladinski hor „Carpe Diem” iz Novog Sada na Festivalu „International Voices of Children” u Vašingtonu (SAD).

Kada je reč o festivalima duhovne muzike, izdvajaju se četiri nastupa: 1) učešće hora „Collegium Musicum” na Međunarodnom festivalu crkvene muzike „Hajnovka 2003” (Poljska); 2) na međunarodnom festivalu duhovne muzike u Hajnovki, učestvovali su i hor Pevačkog društva „Branko” i dečji hor „Branko” (Poljska); 3) učešće hora „Sveti Stefan Dečanski” iz Novog Sada na Prvom božićnom festivalu duhovne muzike u Moskvi (Rusija) i 4) gostovanje Beogradskog kamernog hora na Međunarodnom muzičkom festivalu duhovne muzike u Brnu - 2014 (Češka). Na pomenutim festivalima naši horovi su osvojili nekoliko nagrada.

Festivali orkestara i ansambala klasične muzike (3.1.5) obuhvataju 1,72% ukupnog broja nastupa orkestara i ansambala iz Srbije na festivalima u inostranstvu: 1) gudački orkestar „Dušan Skovran” učestvovao je na Međunarodnom festivalu „Muzička nedelja” u Sofiji (Bugarska); 2) Beogradska filharmonije imala koncert na Ljubljanskom letnjem festivalu (Slovenija); 3) Simfonijski orkestar i Hor RTS otvorili „Biblični festival” u Ljubljani (Slovenija) i 4) Okestar „Pro Classica” učestvovao festivalu u Ankari (Turska).

Festivali srednjevekovne, barokne i renesansne muzike (3.1.6) podrazumevaju aktivnosti (1,29%) dva ansambla za ranu muziku iz Beograda - „Renesans”, koji je nastupao je u Narodnom pozorištu u Sarajevu, na završnoj večeri festivala „Sarajevska zima 2007” (BiH) i ansambl „Jocatuores”, koji je učestvovao na Međunarodnom festivalu srednjevekovne muzike, u San Ćiminjanu i na Festivalu barokne i renesansne muzike, u Firenci (Italija);

Festivali tradicionalne muzike obuhvataju (3.1.7) tri nastupa: 1) učešće ansambla „Daniluška” iz Beograda na Međunarodnom festivalu u Sirakuzi (Italija); 2) koncert grupe „Bel Kanto” iz Beograda, na letnjem festivalu u Bratislavi (Slovačka) i 3) koncert ansambla „Arhai” iz Beograda, na Međunarodnom festivalu „Sarajevo zima” (BiH).

Festival nove muzike (3.1.8) podrazumeva jedno učešće „Ansambla za novu muziku” iz Beograda na festivalu „Music Harvest” u Odeneseu (Danska).

Festivali džez i rok muzike (3.1.9) predstavljaju 3,43% festivalskih aktivnosti: 1) Narodni orkestar Nataše Miljković iz Vršca učestvovao je na Džez festivalu u Temišvaru (Rumunija); 2) Bend Vasil Hadžimanova održao je koncert u okviru džez festivala u Bratislavi (Slovačka); 3) Miloš Petrović i grupa „Vroom” nastupili su na festivalu džez kulturnih centara stranih zemalja „Jazzy Colours” (Francuska) i 4) „Bi 16 end” iz Novog Sada na svečanom otvaranju „Petrovac džez festivala 2012” nastupio je pod pokroviteljstvom Generalnog konzulata Republike Srbije u Herceg Novom (Crna Gora); 5) orkestar „Beloti”, osvojio je nagradu na Međunarodnom džez festivalu u Tirani (Albanija). Kad je u pitanju rok muzika, na međunarodnom festivalu „Play” u Temišvaru, u muzičkom programu nastupila je grupa „Vizant” iz Kikinde (Rumunija).

Festivali popularne muzike (3.1.10) čine 3,86% ukupnog broja festivala na kojima su učestvovali umetnici iz Srbije. Ovaj segment predstavljen je nastupima Emira Kusturice i The No Smoking Orchestra na Svetskom muzičkom festivalu u Oslu (Norveška), na festivalu Bejtedin (Liban) i na letnjem festivalu u Kartageni (Tunis); kao i nastupima Gorana Bregovića i Orkestra za svadbe i sahrane na muzičkom festivalu „Balkan Traffic” u

Briselu (Belgija), na Siget festivalu (Mađarska), na „Dunavskom festivalu” u Ulmu (SR Nemačka), na Helsinškom letnjem festivalu (Finska) i na Festivalu „Crossing border” u Amsterdamu (Holandija).

Kada je reč o festivalima etno-muzike (3.1.11), koji predstavljaju 5,58% nastupa naših umetnika na svim festivalima, treba izdvojiti: 1) učešće Bobana i Marka Markovića na „Balkan Trafik” festivalu u Briselu (Belgija), na festivalima u Den Bošu i Zvoleu (Holandija), na Svetskom muzičkom festivalu u Čikagu (SAD); 2) učešće Sanje Ilića i orkestra „Balkanika” na internacionalnom muzičkom festivalu MUZA u Asiziju (Italija), na festivalu u Šangaju (Kina), na međunarodnom festivalu u gradu Konstantinu (Alžir) i na međunarodnom festivalu „Servantino” u gradu Gvanahuato (Meksiko); 3) učešće umetnika na fruli Bore Dugića i ansambla „Kolo” na „Balkan Trafik” festivalu u Briselu (Belgija); 4) učešće etno pevačke grupe iz Grocke na 28. Festivalu „Sarajevo zima” (BiH); 5) učešće Trubačkog orkestra Dejana Lazarevića na „Balkan Trafik” festivalu u Briselu (Belgija) i 6) nastup Trubačkog orkestra Stojana i Slaviše Krstića kojim je otvoren Muzički festival na ostrvu Evia (Grčka). Takođe, treba pomenuti i nastupe tamburaških orkestara iz Srbije (Beograda, Pančeva i Kikinde) i Rumunije na Međunarodnom tamburaškom festivalu „Tamburica banatske ravnice” i na Međunarodnom tamburaškom festivalu u Velikom Semiklušu (Rumunija).

Festivali kulturno-umetničkih društava (3.1.12) čine 22,18% od ukupnog broja festivala na kojima su učestvovali umetnici iz Srbije u periodu od 2001-2015. godine. Učešće naših KUD-ova zabeleženo je na 46 festivala u inostranstvu.

Na festivalima KUD-ova u inostranstvu učestvovala su sledeća kulturno-umetnička društva: 1) KUD „Gradimir” iz Beograda (Italija); 2) KUD „Branko Marković” iz Surduka i AKD „Sonja Marinković” iz Novog Sada (Italija); 3) KUD „Sveti Sava” iz Šida (Italija); 4) KUD „Abrašević” iz Beograda (Italija); 5) KUD „Novi Beograd” (SR Nemačka); 6) KUD „Svetožar Marković” iz Umke (Poljska); 7) KUD „Lale” iz Zrenjanina (Poljska); 8) Ansambl „Nikola Tesla” (Poljska); 9) KUD „Opanak” (Poljska); 10) KUD „Karadžić” iz Loznice (Portugal); 11) KUD „Šumadija” (Portugal); 12) Folklorni ansambl „Dukat” iz Stare Pazove (Rumunija); 13) Folklorni ansambl „Đido” iz Bogatića (Rusija); 14) KUD „Abrašević” iz Valjeva (Slovačka); 15) Folklorni ansambl „Silbašanin” iz Silbaša (Slovačka); 16) KUD „Čukarica” (Slovačka); 17) Folklorna grupa „Branko Krsmanović” iz Beograda (Slovačka); 18) KUD „Šamot” iz Arandelovca (Slovačka); 19) KUD „Mladost” iz Nove Pazove (Turska); 20) Dečja grupa folklornog ansambla KUD „Abrašević” (Turska); 21) KUD „Abrašević” (Holandija); 22) KUD „Srem” (Holandija); 23) KUD Visoke turističke škole iz Novog Beograda i „Šidski Trubači” (Hrvatska); 24) KUD „Svetožar Marković” iz Umke (Češka); 27) Folklorna grupa „Radost” (Češka); 28) Folklorno društvo „Sloboda” (Španija); 29) KUD „Lola” iz Beograda (Španija); 30) Dečiji folklorni ansambl KUD „Abrašević” iz Beograda (Indonezija); 31) KUD „Kopaonik” iz Leposavića (Jordan); 32) KUD „Đoka Pavlović” iz Beograda (Kina); 33) Ansambl narodnih pesama i igara „Kolo” (Kuvajt); 34) AKUD „Dukat” iz Stare Pazove (Alžir); 35) KUD „Boleč” (Alžir); 36) AKUD „Kolo” (Egipat); 37) AKUD „Branko Krsmanović” iz Beograda (Egipat); 38) Folklorno umetničko društvo „Dimitrije Tucović” iz Beograda (Maroko); 39) Dečji KUD „Dimitrije Tucović” iz Beograda (Maroko); 40) KUD „Lola” iz Beograda (Tunis); 41) Folklorni ansambl „Stanko Paunović” iz Pančeva i „Maksim Marković” iz Kosjerića (Tunis); 42) Folklorna grupa KUD „Sveti Sava” iz Beograda (SAD); 43) KUD „Krsmanović” (Kanada); 44) KUD „Mladost” iz Nove Pazove (Brazil); 45) Folklorna grupa „Talijska” iz Beograda (Meksiko); 46) KUD „Prva iskra” iz Bariča (Meksiko); 47) Folklorni ansambl „Collegium folclorum Serbia” (Australija).

Osim toga, zabeleženo je učešće devet folklornih društava iz Srbije na Međunarodnom festivalu folkloru u Pragu (Češka), kao i učešće naših KUD-ova na festivalima folkloru u više gradova Izraela. Takođe, na Letnjem festivalu u Tunisu učestvovala su tri folklorna ansambla iz Srbije, koji su imali po šest gostovanja u raznim gradovima Tunisa. U vezi sa učešćem naših KUD-ova na stranim festivalima, treba napomenuti da je nastupom AKUD „Kolo” svečano otvoren Međunarodni festival folkloru i muzike u Kairu i Aleksandriji (Egipat), a nastupom AKUD „Branko Krsmanović” iz Beograda svečano je otvoren Kairski letnji festival. Potom je ovaj ansambl još dva puta nastupio na otvorenoj sceni Kairske opere, i u Aleksandriji (Egipat). Na pojedinim festivalima, neki KUD-ovi su dobili posebna priznanja i nagrade.

Međunarodna takmičenja scenskih programa i nagrade (3.2) predstavljaju 11,41% kulturnih aktivnosti u inostranstvu, koje čine: 1) međunarodna muzička takmičenja i nagrade (73,33%); 2) međunarodna takmičenja i nagrade za balet i ples (16,66%); 3) međunarodna takmičenja i nagrade za horove (3,33%) i 4) međunarodna takmičenja i nagrade za folklor (6,66%).

Učešće naših umetnika na međunarodnim muzičkim takmičenjima (3.2.1) razmotriće se kroz nastupe na međunarodnom pevačkom takmičenju, međunarodnom takmičenju mladih pijanista, međunarodnom takmičenju violine, harmonike i gitare i međunarodnom takmičenju muzičkih škola.

Na međunarodnim takmičenjima vokalnih solista učestvovala su operne umetnice: sopran Smilja Ružić, na 13. međunarodnom pevačkom takmičenju „Ferudo Talavini” u Gracu (Austrija); Jelena Vlahović i Jasmina Trumbetaš, na Međunarodnom takmičenju vokalnih umetnika u Jerusalimu (Izrael) i Snežana Savić, na 2. međunarodnom takmičenju vokalnih solista u Pekingu (Kina).

Na Međunarodnom takmičenju mladih pijanista Valsesia Musica u italijanskom gradu Varalo, učestvovala je pijanistkinja iz Beograda, Anastazija Poplazić (Italija); na Međunarodnom takmičenju pijanista u Etlingenu (SR Nemačka) i na Međunarodnom takmičenju pijanista u SAD, nastupala je Sara Vujadinović. Naši pijanisti učestvovali su i na Međunarodnom takmičenju pijanista, u spomen na Franca Lista, u Pečuju (Mađarska), na 11. međunarodnom takmičenju „Artur Rubinštajn” (Izrael) i na takmičenju pijanista u Šangaju (Kina).

Violinisti iz Srbije učestvovali su na 10. međunarodnom konkursu mladih violinista „K. Lipinski - H. Vjenjavski” i na 10. međunarodnom konkursu mladih violinista „Ofensiva 2006”, u Vroclavu (Poljska). Na takmičenju „Acordes Caja Madrid”, nastupio je trio srpskih harmonikaša (Španija), dok su gitaristi iz Srbije učestvovali na 16. međunarodnom takmičenju gitara „Princeza Kristina” u Madridu (Španija).

Muzičke škole iz Republike Srbije učestvovala su na nekoliko takmičenja u Italiji, i to: škola „Kornelije Stanković” iz Prokuplja na Međunarodnom klavirskom takmičenju „Roma 2004”, „Davorin Jenko” iz Beograda na Međunarodnom takmičenju mladih muzičkih talenata u Viterbu, grupa „Joculatores” škole „Josip Slavenski” iz Beograda na manifestaciji u San Ćiminjanu i sedmoro mladih muzičara na Takmičenju mladih violinista u Brentoniku (Italija); na 6. (2008.), 8. (2010.) i 10. (2012.) evroregionalnom takmičenju – festivalu „Alma Cornea Ionescu” (2010) u Temišvaru, učestvovala su muzičke škole iz regiona Dunav-Kriš-Moriš-Tisa, a među njima i škole „Jovan Bandur” iz Pančeva, „Josif Marinković” iz Zrenjanina i „Mokranjac” iz Beograda (Rumunija).

Na ovim takmičenjima, naši umetnici su osvojili nekoliko nagrada. Profesor FMU, Ljubiša Jovanović, bio je član žirija na Međunarodnom takmičenju „Valentino Buki” u Rimu (Italija), a dirigent I. Marković član žirija na 23. Međunarodnom festivalu umetnosti „Slovenski bazar” (2014), u Vitebsku (Belorusija).

Međunarodna takmičenja i nagrade za balet i ples (3.2.2) učestvuju sa 16,66% u ukupnom broju takmičenja i nagrada. Na tri manifestacije osvojene su nagrade za baletsku i plesnu koreografiju i izvođenje, dok su naši umetnici učestvovali na ukupno pet manifestacija ove vrste. Učenici Baletske škole „Luj Davičo” iz Beograda osvojili su nekoliko nagrada na Međunarodnom takmičenju baletskih škola u „Dance Grand Prix Italia 2005” u Čezeni (Italija), kao i zlatnu medalju u kategoriji narodne igre na Međunarodnom dečjem festivalu igre u Berlinu (SR Nemačka). Zabeleženo je i učešće naših baletskih umetnika na Međunarodnom takmičenju baleta i koreografije u Moskvi (Rusija), kao i na međunarodnom takmičenju profesionalnih baletskih umetnika u zagrebačkom Hrvatskom narodnom kazalištu, gde su nastupile tri balerine – O. Đukić, L. Radovanov i M. Ogrizović (Hrvatska).

Osim na muzičkim festivalima, naši horovi učestvovali su i na muzičkim takmičenjima, gde su osvajali nagrade (3.2.3). Shodno tome, može se izdvojiti Devojački hor gimnazije „20 oktobar” iz Bačke Palanke, koji je osvojio srebrnu medalju na takmičenju horova „Franc Šubert”, u Beču (Austrija).

Naši folklorni ansambli osvojili su brojne nagrade na međunarodnim takmičenjima kulturno-umetničkih društava (3.2.4). Tako, na primer, na međunarodnom takmičenju u poljskom gradu Bidgošću, KUD-u „Dimitrije Tucović” iz Beograda dodeljeno je specijalno

priznanje žirija (Poljska), a na Međunarodnom takmičenju folklora u Bursi, AKUD „Ivo Lola Ribar” osvojio je prvo mesto (Turska).

Na kraju dela posvećenom analizi međunarodne saradnje u oblasti muzike, posebno izdvajamo nekoliko produkcija visokog kvaliteta, a to su: „turneja beogradske filharmonije u SAD; projekat Quantum Music Muzikološkog instituta SANU; projekt TEMUS”; kao i „projekat Pika-Točka-Tačka - uspostavljanje izgubljenih veza najboljih filharmonijskih orkestara iz Zagreba, Beograda i Ljubljane, tri regiona koji nisu bili u kontaktu više od dve decenije, podržan od strane Stejt Departmenta i ambasada SAD u zemljama učesnicama” (Paladin, 2017: 314) Na osnovu analize ove sfere srpske umetnosti, čija je prednost nepostojanje jezičkih barijera i za koju, jasno, ne treba prevođenje, može se zaključiti: „glavna snaga u muzici u kontekstu međunarodne saradnje je – autentična, tradicionalna muzika (etno i folklor), ali bi u inostranstvu trebalo da bude predstavljena kroz korišćenje savremenog muzičkog jezika i žanra, kao što su kompozicije Isidore Žebeljan, etno-džez, etno i elektronska muzika” (Ibid: 313).

1.2.3. FILMSKE MANIFESTACIJE U INOSTRANSTVU

Zasebnu vrstu programa iz oblasti kulture s kojima se Republika Srbija predstavlja u inostranstvu čine filmske manifestacije sa 21,83% od ukupnog uzorka svih kulturnih aktivnosti. Oko 40% ovih programa čine međunarodni filmski festivali (41,22%), zatim slede revije i projekcije filmova srpske produkcije (38,39%) i nagrade na filmskim festivalima (15,92%), dok su u najmanjem procentu zastupljeni regionalni filmski festivali - 4,46% (tabela 9. i grafikon 4).

Tabela 9. Filmske manifestacije kao vrsta saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture

	Vrste filmskih manifestacija	Broj aktivnosti	Procenat aktivnosti
1.	Međunarodni filmski festivali	277	41,22%
2.	Regionalne filmske manifestacije	30	4,46%
3.	Revije i projekcije filmova srpske produkcije	258	38,39%
4.	Nagrade na filmskim festivalima	107	15,92%
4.1.	Nagrade filmskim stvar. za životno delo	11	10,28%
4.2.	Nagrade na festivalima	96	89,72%
	Ukupno	672	100%

Grafikon 4. Filmske manifestacije kao vrsta saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture

Ministarstvo kulture, kroz konkurse za finansiranje ili kofinansiranje savremenog stvaralaštva, dalo je podršku i projektima međunarodnog karaktera iz oblasti kinematografije. 2010. godine MK je podržalo 20 projekata u ukupnoj vrednosti 15.155.000 dinara - od toga je 12 projekata ili 60% bilo međunarodnog karaktera, a MK im je dodelilo 8.175.000 dinara ili 53,94% ukupnog budžeta; 2011. godine MK je podržalo 24 projekata u ukupnoj vrednosti 15.905.000 dinara - od toga je 15 projekata ili 62,5% bilo međunarodnog karaktera, a MK im je dodelilo 8.725.000 dinara ili 54,86% ukupnog budžeta; 2012. godine MK je podržalo 36 projekata u ukupnoj vrednosti 16.300.000 dinara - od toga je 18 projekata ili 50% bilo međunarodnog karaktera, a MK im je dodelilo 9.150.000 dinara ili 56,13% ukupnog budžeta; 2013. godine MK je podržalo 40 projekata u ukupnoj vrednosti 10.350.000 dinara - od toga je 22 projekta ili 57,5 % bilo međunarodnog karaktera, a MK im je dodelilo 6.350.000 dinara ili 61,35% ukupnog budžeta; 2014. godine MK je podržalo 55 projekata u ukupnoj vrednosti 48.630.000 dinara - od toga je 37 projekata ili 67,27% bilo međunarodnog karaktera, a MK im je dodelilo 35.200.000 dinara ili 72,38% ukupnog budžeta i 2015. godine MK je podržalo 78 projekata u ukupnoj vrednosti 69.976.400 dinara - od toga je 31 projekat ili 60% bilo međunarodnog karaktera, a MK je dodelilo 8.175.000 dinara ili 53,94% ukupnog budžeta (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 337). U ovom periodu, od ukupnog budžeta, za kinematografiju je izdvojeno 68%, a od toga 53,75% predstavljaju projekti međunarodne saradnje – najviše festivali: Fest, Festival evropskog filma na Paliću, Cinema City - Filmski festival u Novom Sadu, Kratki metar, Sedam veličanstvenih i Kustendorf (Ibid: 338).

1.2.3.1. Međunarodni filmski festivali

U periodu od 2001- 2015. godine, konstatovano je učešće Republike Srbije na 277 (41,22%) međunarodnih filmskih festivala u inostranstvu (tabela 10). Na međunarodnim filmskim festivalima zapaženo je i učešće naših umetnika u radu različitih žirija: reditelj Emir Kusturica predsedavao je žirijem Kanskog festivala 2005. godine (Francuska); glumac Slavko Štimac bio je član žirija na međunarodnom filmskom festivalu „Kairo 2009” (Egipat), a Rastko Ćirić član žirija na Međunarodnom festivalu animiranog filma (Japan).

Tabela 10. Obim učešća Republike Srbije na međunarodnim filmskim festivalima

Vrste međunarodnih filmskih festivala		Frekven-cija	Procenat
Kumulativni procenat			
1.	Festival dugometražnog filma	154	55,60%
2.	Festival dokumentarnog filma	26	9,39%
3.	Festival evropskog filma	25	9,03%
4.	Festival frankofonog filma	24	8,66%
5.	Festival kratkometražnog filma	12	4,33%
6.	Festival dečjeg, omladin. i porodičnog filma	6	2,17%
7.	Festival sportskog filma	5	1,80%
8.	Festival animiranog filma	4	1,44%
9.	Festival političkog filma	3	1,08%
10.	Festival angažovanog filma	2	0,72%
11.	Festival studentskog filma	2	0,72%
12.	Festival eksperimentalnog filma	2	0,72%
13.	Festival kratk.filma o životnoj sredini	2	0,72%
14.	Ostali filmski festivali	10	3,62%
Ukupno		277	100%

Najzastupljeniji oblik međunarodnih filmskih manifestacija jesu festivali dugometražnog filma koji obuhvataju više od polovine ukupnih aktivnosti ove vrste (55,60%), dok ostali festivali imaju učešće srpske filmske produkcije sa manje od 10 odsto - na drugom mestu su festivali dokumentarnih filmova (9,39%), na trećem mestu – festivali evropskog filma (9,03%), na četvrtom – festival frankofonskog filma (8,66%) i na petom – festivali kratkometražnog filma (4,33%). U obimu od 1,08% do 2,17% učešća su zastupljeni festivali dečjeg, omladinskog i porodičnog filma; festivali sportskog filma i festivali animiranog filma. Među najnižim nivoom učešća (0,72%) se nalaze festivali angažovanog filma, festivali studentskog filma, festivali eksperimentalnog filma i festivali kratkog filma o životnoj sredini. Preostalih 3,62% učešća imaju međunarodni filmski festivali na kojima su naši filmovi prikazani po jedanput .

1.2.3.2. Regionalne filmske manifestacije

Najveću zastupljenost u regionalnim filmskim manifestacijama, u ukupnom uzorku, imaju učešća srpskih filmova na festivalu balkanskog filma (23,33%), na eko-film festivalu („Eko-etno”) i na festivalu podunavskih zemalja „Vukovar film festival” (10%). Podjednaku zastupljenost od 6,66% imaju tri vrste festivala (festival filma balkanskih zemalja; filmski festival zemalja jugoistočne Evrope i festival „Novi balkanski film”). Najveću ukupnu zastupljenost u uzorku (30,02%) imaju filmski festivali na kojima su srpske sineaste sa svojim filmovima učestvovala samo jedanput (tabela 11) .

Tabela 11. Učešće Republike Srbije na regionalnim filmskim manifestacijama

Regionalne filmske manifestacije		Frek-vencija	Procenat	Kumula-tivni
procenat				
1	Festival balkanskog filma	7	23,33%	23,33%
2	Eko-film festival „Eko-etno”	5	16,67%	40%
3	Festival pod. zemalja „Vukovar film festival”	3	10%	50%
4	Festival filma balkanskih zemalja	2	6,66%	56,66%
5	Filmski festival zemalja jugoistočne Evrope	2	6,66%	63,32%
6	Festival „Novi balkanski film”	2	6,66%	69,98%
7.	Ostali balkanske filmske manifestacije	9	30,02%	100%

Ukupna suma 30 100% 100%

1.2.3.3. Revije i projekcije filmova srpske produkcije

Revije i projekcije filmova srpske produkcije obuhvataju 250 manifestacija, što čini 8,79% celokupnog uzorka kulturnih aktivnosti Republike Srbije u svetu. U tabeli 12. prikazane su vrste filmskih revija i projekcija srpske produkcije sa njihovom učestalošću od dva do 87 gostovanja naših umetnika, što čini 92,8% ovih aktivnosti. Prema prikazanim rezultatima, preko jedne trećine svih aktivnosti čine dugometražni filmovi (34,8%), zatim dokumentarni filmovi (15,2%) i festivali srpskog filma (13,6%). Ova tri oblika predstavljanja čine skoro dve trećine svih filmskih aktivnosti ove vrste (63,6%). Dani srpskog filma i retrospektiva filmova obuhvataju po 5,6% aktivnosti; revija srpskog filma - 4%; nedelja srpskog filma - 2,4%, dok filmovi srpskih reditelja - 1,6%.

Tabela 12. Vrste projekcija srpske filmske produkcije

Vrste projekcija		Frekvencija		Procent		Kumulativni procenat		
srpske filmske produkcije								
1	Dugometražni film	87	34.8%	34.8%				
2	Dokumentarni film	38	15.2%	50%				
3	Festival srpskog filma	34	13.6%	63.6%				
4	Dani srpskog filma (Dani srpske kinematografije)	14	5.6%	74.8%	14	5.6%	69.2%	
5	Retrospektiva filmova	14	5.6%	74.8%				
6	Revija/Ciklus/Smotra srpskog filma	10	4.0%	82.8%				
7	Nedelja srpskog filma	6	2.4%	85.2%				
8	Filmovi srpskih reditelja	4	1.6%	86.8%				
9	Veće srpskog filma	3	1.2%	88%				
10	Kratkometražni film	3	1.2%	89.2%				
11	Festival srpskog dokumentarnog filma	3	1.2%	89.4%	3	1.2%	89.4%	
12	Smotra savremenog srpskog filma	3	1.2%	89.6%				
13	Nedelja kinematografije SCG (Smotra filma SCG)	3	1.2%	89.8%	3	1.2%	89.8%	
14	Festival novog srpskog filma	3	1.2%	90%				
15	Koprodukcije	3	1.2%	91.2%				
16	Dečji film	2	.8%	92%				
17	Retrospektiva jugoslovenskog filma	2	.8%	92.8%				
18	Ostale revije srpskog filma	18	7.2%	100%				
Ukupno		250	100%	100%				

4

Revije i projekcije filmova srpske produkcije, po mišljenju Lj. Rogač, „mogu se razvrstati u manifestacije posvećene novom srpskom filmu, koje su i najbrojnije, i revije posvećene ranom srpskom filmu” (Rogač, 2011a: 345). U svom radu pod nazivom Audiovizuelni sektor - međunarodna saradnja kao potreba, N. Negojević ističe da „bez međunarodne saradnje ne bi bilo razvoja filmske industrije, ne bi bilo pristupa novim i većim tržištima, kao ni novim fondovima. Međutim, „veliki problem predstavlja produkcija dokumentarnih filmova” i „nepostojanje odgovornosti u svim delovima lanca filmske umetnosti” (Negojević, 2017: 285-288).

1.2.3.4. Nagrade na filmskim festivalima

Nagrade na filmskim manifestacijama čine 15,92% aktivnosti u ukupnom uzorku filmskih manifestacija, a dele se na nagrade filmskim stvaraocima za njihov višegodišnji rad (10,28%) i nagrade za određene filmske produkcije (89,72%).

Nagrade za filmske stvaraoce dodeljuju se i kao nagrade za životno delo (3.4.1). Ove nagrade su dodeljene rediteljima Emiru Kusturici i Goranu Paskaljeviću, kao i glumcima Ljubiši Samardžiću, Lazaru Ristovskom i Mikiju Manojloviću.

Reditelj Emir Kusturica je, između ostalih, dobio sledeća priznanja: najvišu kinematografsku nagradu Belorusije za očuvanje i razvoj tradicije i duhovnosti u filmskoj umetnosti (Belorusija); nagradu Zlatni vitez za životno delo (na 26. izdanju istoimenog međunarodnog filmskog festivala u Sevastopolju; nagradu za doprinos evropskom filmu na Međunarodnom moskovskom filmskom festivalu (Rusija); nagradu Međunarodnog

fonda jedinstva pravoslavnih naroda (Rusija) i „Zlatnu zvezdu” na međunarodnom filmskom festivalu u Marakešu (Maroko).

Reditelju Goranu Paskaljeviću uručena je nagrada za životno delo i doprinos svetskom filmu „Zlatni Aleksandar” na 50. međunarodnom filmskom festivalu u Solunu (Grčka). Na festivalu „Zlatni vitez” u Kalugi, Ljubiši Samardžiću dodeljena je nagrada za životno delo, a glumcu Lazaru Ristovskom nagrada „Sergej Bondarčuk”, za izuzetan doprinos razvoju svetske kinematografije, na 19. festivalu „Zlatni vitez” u Moskvi (Rusija). Na Festivalu „Dani filma” u Mostaru, glumcu Mikiju Manojloviću dodeljena je skulptura „Stablo ljubavi”, kao nagrada za životno delo (BiH).

Kada je reč o nagradama filmskim stvaraocima na međunarodnim filmskim festivalima (3.4.2), u razmatranom periodu nagrade je dobilo nekoliko reditelja i glumaca. Reditelj Goran Paskaljević je nagrađen na međunarodnim filmskim festivalima za filmove: „Medeni mesec” - u Albaniji i Španiji; „San zimske noći” u Belorusiji i Poljskoj; „Optimisti” i „Kad svane dan” u Španiji. Reditelj Srđan Golubović je dobio šest nagrada za film „Klopka” - u Bugarskoj, Italiji, SR Nemačkoj, Slovačkoj, Alžiru i Koreji.

Reditelju Emiru Kusturici strani dopisnici u Italiji dodelili su jednu od najprestižnijih nagrada - „Zlatni globus”, za najbolji strani film (filmski festivali u Rimu, Trstu i drugim gradovima Italije). Na Kanskom festivalu ovom reditelju je dodeljena nagrada „Nacionalno obrazovanje” za film „Život je čudo” (Francuska). Na 26. međunarodnom filmskom festivalu u Sevastopolju, Kusturici je uručen „Zlatni vitez” za film „Na mlečnom putu” (Rusija).

Nagrade za film „Profesionalac” Dušana Kovačevića, dodeljene su na međunarodnim filmskim festivalima u Rimu, Milanu, Veneciji i Vijaredu (Italija). Goran Marković osvojio je nagrade u Belorusiji, Rusiji i Ukrajini za film „Turneja”, a u Kanadi - za film „Kordon”. Takođe, četiri nagrade je osvojio film reditelja Marka Kostića „Princ od papira” - u Belorusiji, Rusiji, Španiji i Iranu. Po dve nagrade dodeljene su reditelju Srđanu Karanoviću za film „Besa” (u Albaniji i Rusiji); filmu Olega Novkovića „Beli, beli svet” (Belorusija i Argentina); reditelju Goranu Radovanoviću za film „Enklava”, Draganu Bjelogliču za filmove „Montevideo, bog te video” i „Montevideo, vidimo se” na Krasnodarskom međunarodnom festivalu sportskog filma (Rusija).

Po jednu nagradu na međunarodnim filmskim festivalima osvojilo je preko 20 autora. Glumac Nebojša Glogovac osvojio je nagradu stručnog žirija za najbolju mušku ulogu sa filmovima „Klopka” S. Golubovića i „Konji vrani” Lj. Samardžića na 14. međunarodnom filmskom festivalu „Listopad” u Minsku (Belorusija). Za najbolju dečju ulogu nagrađen je glumac Stefan Lazarević, za ulogu u filmu „Agi i Ema” reditelja M. Petrovića, na Prvom filmskom festivalu za decu i omladinu „Krila 2009”, u Kijevu (Ukrajina). Na festivalu filmskih snimatelja „Kamera oko” u Ostravi, snimatelj Miladin Čolaković dobio glavnu nagradu za film „Beli, beli svet” (Češka).

Kada je reč o dokumentarnim filmovima, srpski filmovi su nagrađeni na Filmskom festivalu u Visbadenu, kao i na 8. filmskom festivalu „Balkan Black Box” (SR Nemačka). Dokumentarni film „Selo bez žena”, reditelja Srđana Šarenca, dobio je glavnu nagradu na 6. Međunarodnom filmskom festivalu debitanta, u gradu Amesfortu (Holandija), a dokumentarni film „Sinema komunista”, rediteljke Mile Turajlić, osvojio je nagradu za najbolji dokumentarni film na 4. međunarodnom festivalu angažovanog filma „FICA” (Alžir).

Na Internacionalnom festivalu kratkometražnog filma „Eko-etno-folk film” u Slatioari, reditelj Julijan Urluesku dobio je treću nagradu za film „Živeti pun život”, a reditelj Zoran Cvetković je osvojio prvu nagradu za etnografski film „Bdenje nad mrtvima” (Rumunija). Na međunarodnom filmskom festivalu o Alpima i okolini, u Diblareu, Grand Prix osvojio je Petar Lalović za svoj film „Spas u penjanju” (Švajcarska).

Na Prvom međunarodnom versko-turističkom filmskom festivalu u Leceu, Kopertinu i Otrantu, „Premio Italia” osvojio je film pok. Zdravka Velimirovića „Darovi domu svetih ratnika”, a nagradu je dobio i film Boška Savkovića „Na početku beše reč - Miroslavljevo Jevanđele” (Italija). Kad je u pitanju turistički film, na 11. međunarodnom festivalu turističkog filma „Tour film 2008” u Poznanju, Turistička organizacija Beograda je osvojila prvo mesto sa filmovima „Beograd - grad kulture” i „Plug and Play” (Poljska), a na

Prvom Zagrebačkom međunarodnom festivalu turističkog filma nagrađen je promotivni film TOS-a „Soulfood” (Hrvatska).

Uzevši u celini, kinen4 iografija Srbije u kontekstu kulturnih aktivnosti u inostranstvu, po mišljenju Lj. Rogač, „ima značaja samo sa aspekta pojedinačnih filmskih ostvarenja, i još više njihovih autora” (Rogač, 2011a : 34). U vezi s tim, treba pomenuti svojevrsan „fenomen Kusturica” koji predstavlja „poseban element ne samo u domenu filmskog stvaralaštva, već i sa aspekta ukupnog kulturnog, pa i političkog delanja ovog stvaraoca” (Ibid: 345). Tako se i „razvoj međunarodne saradnje zasniva prvenstveno na ličnim kontaktima, mada, u nekim slučajevima, takođe, i na članstvu u organizacijama i međunarodnim mrežama/platformama” pa je potrebno „prvo odrediti zakonski, politički i ekonomski okvir za razvoj kreativnih industrija na nacionalnom nivou” (Bojić, 2017: 324).

1.2.4. Književne manifestacije u inostranstvu

Kada je reč o književnoj međunarodnoj saradnji, treba istaći da su aktivnosti u ovom domenu brojne i zapažene (17,80% ukupnih kulturnih aktivnosti). Iako postoje jezičke barijere i potrebe za intenzivnim prevodilačkim angažmanom, srpska književnost i izdavaštvo, ipak, nalaze načine da se predstave inostranoj publici. Naravno, potrebno je učiniti još mnogo više, prvenstveno prevodilačkom delatnošću, dugotrajnom i kontinuiranom prisutnošću na međunarodnim književnim manifestacijama, potrebna je „podrška mobilnosti pisaca i promotera književnosti iz Srbije - veće učešće u evropskim i svetskim književnim događajima – festivalima, književnim rezidencijalnim boravcima, sajmovima knjiga, konferencijama” (Stanković, 2017: 305).

Tipologizacija književnih manifestacija prikazana je u tabeli 13, gde je uočljivo da književni programi u inostranstvu čine čak 92,15% ukupnih kulturnih aktivnosti ove vrste, dok nagrade za književnost i stvaralaštvo obuhvataju samo 7,85% književnih manifestacija. Kad su u pitanju književni programi u inostranstvu, prema podacima iz tabele 13, skoro jednu trećinu tih programa čine promocije knjiga (31,09%), na drugom mestu su književne (literarne) večeri (18,02%), na trećem – prevodi knjiga (13,86%), na četvrtom – međunarodni sajmovi knjiga (12,48%) i na petom mestu – objavljivanje knjiga (6,34%). Ovih pet vrsta programa obuhvata oko 82% aktivnosti. Narednih 11 vrsta književnih programa u inostranstvu čine još 18,21% aktivnosti ove vrste.

Tabela 13. Obim i vrsta književnih manifestacija u inostranstvu

Književne manifestacije u inostranstvu				Frek-ven-cija	Procenat
Kumulativni procenat					
1.	Promocija knjige	157	31,09%	31,09%	
2.	Književno/literarno veče (proza)	91	18,02%	49,11%	
3.	Prevod knjige	70	13,86%	62,97%	
4.	Međunarodni sajam knjiga	63	12,48%	75,45%	
5.	Objavljivanje knjiga	32	6,34%	81,79%	
6.	Poetsko veče	21	4,16%	85,95%	
7.	Ostale književne aktivnosti	15	2,97%	88,92%	
8.	Dvojezična izdanja	12	2,38%	91,30%	
9.	Međunarodni susreti pisaca	9	1,78%	93,08%	
10.	Međunarodni književni festival	8	1,58%	94,66%	
11.	Literarno-muzičko veče (poetsko-muzičko veče)	8	1,58%	96,24%	
12.	Međunarodni festival poezije	6	1,19%	97,43%	
13.	Literarno-dramski, likovni i muzički program	5	0,99%	98,42%	
14.	Kurs srpskog jezika	3	0,59%	99,01%	
15.	Takmičenje u recitovanju	3	0,59%	99,60%	
16.	Tribina o jeziku	2	0,40%	100%	
Književni programi u inostranstvu		505	100%	92,15%	
Nagrade za književnost i prevodilaštvo		43		7,85%	
Ukupan broj književnih manifestacija		548		100%	

Promocija knjige (4.1) je najzastupljenija forma književnih aktivnosti koja obuhvata skoro jednu trećinu programa ove vrste (31,09%). Ove manifestacije u inostranstvu bile su posvećene srpskim piscima i pesnicima: Vasku Popi, Grigoriju Matanoviću, Slobodanu Gavriloviću, Vuku Krnjeviću, Sanji Domazet, Dobrici Ćosiću, Gagi Rosić, Jolandi Hadžić,

Đorđu Gaju, Vasiliju Krestiću, Aleksandru Gajšku, Vuku Draškoviću, Janku Vujašinoviću, Ljubomiru Simoviću, Aleksandru Dikliću, Simi Ćirkoviću, Ljiljani Habjanović-Đurović, Alekseju Arsenjevu, Vladimiru Pištalu, Stanku Ceroviću, Gojku Subotiću, Marku Vidojkoviću, Tamaru Đermanović, Mariji Šajkaš, Miletu Joviću, Zorici Mišić, Nataliji Mihailović, Blagoju Bakoviću (koji je postao član Saveza pisaca Rusije) i drugima. U Moskvi je 2008. godine objavljena „Antologija srpske poezije“, kao i „Srpski almanah“ – zbornik pesama i pripovedaka savremenih srpskih pisaca prevedenih na ruski jezik. Ove antologije su imale svoje promocije u Moskvi, uz prisustvo srpskih književnika G. Ćirjanića, M. Pantića i G. Petrovića.

Književne/literarne večeri (4.2.) u inostranstvu bile su posvećene književnicima i njihovim delima – Ivu Andriću, Danilu Kišu, Vojislavu Iliću, Dobrici Ćosiću, Desanki Maksimović, Davidu Albahariju, Draganu Velikiću, Vidi Ognjenović, Vladislavu Bajcu, Vladimiru Arsenijeviću, Svetlani Velmar Janković, Vesni Golsvorti, Borislavu Radoviću, Milutinu Petroviću, Milu Doru, Dragom Bugarčiću, Živoradu Mitradu Jazavskom, Jovanu Zivlaku i drugima.

Važne pomena su i književne večeri pod nazivom „Srpska književnost i Evropa“ i „Tragični identitet Evrope – književnost iz Srbije“.

Prevod knjige (4.3.) je jedna od najzastupljenijih formi aktivnosti u okviru književnih manifestacija. U razmatranom periodu, prevedene su knjige naših klasika i savremenih autora na različite svetske jezike. Ivo Andrić, Milorad Pavić, Danilo Kiš, Ljiljana Habjanović-Đurović, Vasko Popa, Vladislav Bajac, Miloš Crnjanski, Dragan Velikić, Ljubomir Simović, Vida Ognjenović i Borislav Pekić su pisci čija su dela prevedena na strane jezike. Osim toga, prevedene su antologije pesništva i savremene srpske drame, kao što su: 1) „Savremena srpska drama“ (Ljubomir Simović „Putujuće pozorište Šopalović“, Vida Ognjenović „Jegorov put“, Siniša Kovačević „Virus“, prevod na bugarski jezik); 2) Desanka Maksimović - poezija (prevod na poljski Nikole Vujičića); 3) „Srpski almanah“ – Zbornik pesama i pripovedaka savremenih srpskih pisaca (ruski); 4) „Srpska drama“ - Romčević, Srbijanović, Marković, Bogavac (slovački); 5) Zbornik „Novija srpska drama“ (ukrajinski); 6) V. Arsenijević „Antologija postjugoslovenske proze“ - Ivo Andrić, Milorad Pavić, Mirjana Bobić Mojsilović (češki).

Ambasada RS u Atini organizovala je književno veče posvećeno srpskim izdanjima (u prepevu prevodioca Gage Rosić) tri najznačajnija savremena grčka pesnika: Kiki Dimule, Janisa Kondosa i Janisa Vereverisa. U Generalnom konzulatu Republike Srbije u Hamburgu održano je književno veče posvećeno savremenoj srpskoj poeziji prevedenoj na nemački jezik i objavljenoj u Nemačkoj. Predstavljene su dve antologije srpske lirike na srpskom i na nemačkom jeziku - „Deset deka duše“, koju je priredio i preveo dr Robert Hodl, profesor slavistike na Univerzitetu u Hamburgu i „Ulaznica“, koju je priredio i preveo publicista Dragoslav Dedović. Na književnoj večeri prikazane su dve zbirke pesama u nemačkom prevodu - „Srce u zubima“ Radmile Lazić i „Kad me je reč spasila“ Verice Tričković, objavljene u Lajpcigu. U Kulturnom centru Ambasade Republike Srbije u Kopenhagenu organizovano je predstavljanje Zbornika radova posvećenog danskom profesoru Peru Jakobsenu, jednom od najznačajnijih savremenih evropskih slavista koji je na danski jezik preveo dela mnogih srpskih i drugih južnoslovenskih pisaca. U Društvu srpsko-češkog prijateljstva „Mostovi“ uz učešće A. Gatalice i G. Petrovića i čeških slavista, održano je književno veče posvećeno knjizi „Izgubljen u samoposluzi“ (zbirka pripovedaka, prevodilački rad čeških studenata slavistike), Na konkursima za prevodenje reprezentativnih dela srpske književnosti, u periodu od 2010. do 2015. godine, Ministarstvo kulture dodelilo je sledeća finansijska sredstva: 2010. godine – 46.500 evra za 29 projekata; 2011. godine – 65.900 evra za 36 projekata; 2012. godine – 89.520 evra za 66 projekata; 2013. godine – 37.100 evra za 39 projekata; 2014. godine – 170.940 evra za 64 projekta i 2015. godine – 164.472 evra za 103 projekta međunarodnog karaktera (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 350). Andrić, Albahari, Basara, Velikić, Matijević, Petrović, Bajac, Albahari, Kiš, Crnjanski, Ognjenović i Marković su autori čija su dela prevedena. Najviše je prevoda na slovenske jezike - 103, zatim na germanske – 70, romanske – 4, a potom na grčki, albanski, arapski – 13, letonski, litvanski portugalski, gruzijski... (Ibid: 350-351). U toku 2014. godine, Republika Srbija je pristupila projektu

„Traduki”, čije je sedište u Švajcarskoj, za unapređivanje prevodilačkih projekata u JIE i posredovanje u njima, a takođe i mrežama EACEA i EUNIK.

Ministarstvo kulture i informisanja, učestvuje sajmovima knjiga u inostranstvu, a, takođe, „osim za prevođenje dela, daje podršku našim izdavačima za učešće na međunarodnim sajmovima knjiga“ (4.4) u gradovima kao što su: Lajpcig, Sofija, Solun, Sarajevo, Moskva, Frankfurt, Zagreb, Peking... (Ibid: 351).

1.2.4.1. Nagrade za književnost i prevodilaštvo

Našim književnicima i prevodiocima dodeljene su brojne nagrade u inostranstvu, uključujući priznanja i nagrade najviših inostranih državnika i institucija. Predsednik Republike Bugarske, Georgi Prvanov, odlikovao je srpskog pisca, potpredsednika PEN centra i profesora Univerziteta u Beogradu, Mihaila Pantića, ordenom „Svete braće Kirila i Metodija” za doprinos u popularisanju bugarske kulture u Srbiji i unapređenju veza između bugarskog i srpskog naroda. Istovremeno, odlikovao je istoričara i vizantologa Srdana Parivatrića „Počasnim znakom predsednika Bugarske” (Bugarska).

Evropska unija dodelila je Evropsku nagradu za književnost za 2014. godinu piscu Uglješi Šajtincu za roman „Sasvim skromni darovi” u Briselu (Belgija). Matija Bećković dobitnik je nagrade za životno delo „Književni venac Kozare” na 36. književnim susretima na Kozari, u Prijedoru (BiH). U Svekinskom narodnom kongresu, za doprinos promociji kineske kulture, dodeljena je nagrada srpskom piscu i izdavaču Vladislavu Bajcu, direktoru i glavnom uredniku izdavačke kuće „Geopoetika” (Kina). Povodom dana posvećenih 160-godišnjici rođenja Mihaila Emineskua, u Akademiji nauka Rumunije u Bukureštu, jubilaru medalju Emineskua su dobili Adam Pusloić, Miljurko Vokadinović i Srba Ignjatović (Rumunija). U okviru manifestacije „Dani preobraženja Srba u Rumuniji” i otvaranja Srpskog kulturnog centra „Sveti Sava” u Bazjašu, Miodragu Pavloviću, Draganu Jovanoviću Danilovu, Srbi Ignjatoviću i Radoslavu Zlatanoviću uručene su „Velike bazjaške povelje”.

Na sajmu knjiga „Banjaluka 2008.” srpskim književnim poslenicima dodeljeno je više nagrada: nagrada za izdavački poduhvat godine za knjigu Dejana Medakovića „Sveta Gora - fruškogorska”, za izdavača godine „Službeni glasnik”, za savremenu književnost „Novostima”, NIN-u za knjigu D. Kovačevića „20 srpskih podela” i zlatnu nagradu „Gutenberg” vojnoj štampariji za knjigu „Srpska vojska” (BiH). Na 27. međunarodnom Sajmu knjiga u Moskvi, srpski predstavnici osvojili su nagrade za najbolju knjigu iz istorije i kulture na slovenskim jezicima, za prevođenje slovenske književnosti i za zapaženi rad na izdavanju knjiga iz istorije i kulture (Rusija). Na trećem međunarodnom literarnom konkursu „Lirski glasovi – 2012” u Sofiji, Tamara Lučić-Dinić osvojila je prvo, Dragana Tošić - drugo i Goran Rančić - treće mesto (Bugarska).

Nataši Radojčić je uručena nagrada za književnost „Grinzane Cavour”, u gradu Alba, za roman „Povratak kući” (Italija). Književniku Momi Kaporu fondacija „Makedonija prezent” iz Skoplja dodelila je „Zlatni prsten” za 2005. godinu. Pesnik Ljubivoje Ršumović dobitnik je nagrade „Tabernakul” u Skoplju. Na festivalu balkanske proze u Skoplju, nagradu je osvojio Vladislav Bajac (Makedonija). Pisac Svetislav Basara dobitnik je nagrade za književnost „Stefan Mitrov Ljubiša” za 2010. godinu (Crna Gora).

Na međunarodnom takmičenju u haiku poeziji na engleskom jeziku, u japanskom gradu Hekinan, specijalnu nagradu je osvojila Svetlana Stanković (Japan). Na 10. takmičenju stranih diplomatskih predstavnika, pod nazivom „Japanese Speech Contest”, Aleksandra Kovač, treći sekretar u Ambasadi RS u Tokiju, osvojila je specijalnu nagradu žirija za izbor i prezentaciju teme (Japan). U okviru 4. međunarodnog festivala ilustrovanih knjiga za decu i omladinu „Nambook 2007” na ostrvu Nami, organizovani su „Dani Republike Srbije” (Južna Koreja). Na kongresu esperantista u Havani, srpskom umetniku Saši Pilipoviću dodeljeno je priznanje za predstavu „Remero-Galileo” kragujevačke „Šetler scene” i za umetnički doprinos ovom jeziku (Kuba).

Udruženje prevodilaca Grčke dodelilo je nagradu Mariji Kesini za prevod romana „Vreme čuda” Borislava Pekića (Grčka). Poljsko udruženje „Zaiks” je Ljubici Rosić dodelilo nagradu za celokupan prevodilački rad prevođenja poljske književnosti na srpski jezik (Poljska). Biserka Rajčić, dobitnik je nagrada „Zbignjev Dominjak” za prevođenje poljske poezije na srpski jezik i veliki doprinos širenju poljske kulture, kao i nagrade „Transatlantik”, za doprinos u promociji poljske književnosti za 2009. godinu (Poljska).

Nagrada „Zlatno pero Rusije” za 2010. godinu dodeljena je pesnikinji i prevodiocu Mirjani Bulatović, a na 12. međunarodnom takmičenju književnih stvaralaca i prevodilaca „Zlatno pero Rusije”, nagrađeni su prevodioci Petar Stefanović i Radmilo Ristić (Rusija). Književna nagrada „Laureat svetlosti” dodeljena književnici i prevodiocu Ani Šomlo (Izrael).

1.2.5. Prigodne manifestacije u inostranstvu

U ovom delu rada biće razmatrane prigodne manifestacije u inostranstvu koje su odabrane na osnovu njihovog značaja za predstavljanje nacionalnog i kulturnog identiteta Republike Srbije, kao i promene njenog imidža u svetu. Prema podacima iz Izveštaja MSP, prigodnih manifestacija je bilo ukupno 240 i one čine 7,80% ukupnog uzorka kulturnih delatnosti Republike Srbije u svetu (Tabela 14). Prvu grupu predstavljaju manifestacije srpske kulture u inostranstvu – 167 manifestacija ili 69,58%, a drugu - obeležavanja značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srba i Republike Srbije, koje prema podacima iz tabele 14, čine 73 manifestacije ili 30,42% ukupnih kulturnih aktivnosti.

Tabela 14. Obim i vrsta prigodnih manifestacija u inostranstvu

V	Prigodne manifestacije u inostranstvu	240	7,80%
	1. Manifestacije srpske kulture u inostranstvu	167	69,58%
	2. Obeležavanje značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srba i Republike Srbije	73	30,42%

1.2.5.1. Manifestacije srpske kulture u inostranstvu

Kada je reč o vrstama manifestacija naše kulture u inostranstvu, 43,71% ovih manifestacija čine „Dani kulture Srbije” (tabela 15). Drugu grupu čine manifestacije koje su održane 2-9 puta (15 događaja ili 34,14%). Preostalih 22,15% manifestacija ove vrste čini 37 manifestacija koje su samo jedanput održane u inostranstvu.

Tabela 15. Obim manifestacija srpske kulture u inostranstvu

Manifestacije srpske kulture u inostranstvu		Frek-vencija	Proce-nat
Kumula-tivni procenat			
1	Dani kulture Srbije (Dani srpske kulture)	73	43,71% 43,71%
2	Dani kulture Balkana	9	5,39% 49,10%
3	Dani srpske literature	6	3,59% 52,69%
4	Srpski festiv.:Johanesburg,Otava,Montreal, Sidnej	6	3,59% 56,28%
5	Veće srpske kulture (Srpsko veće)	5	2,99% 59,27%
6	Kultura Vojvodine (Kulturni dani Vojvodine)	4	2,39% 61,66%
7	Kulturna manifestacija pisaca (pesnika)	4	2,39% 64,05%
8	Modna revija srpskih kreatora	3	1,80% 65,85%
9	Nedelja stranih kulturnih centara	3	1,80% 67,65%
10	Nedelja srpske kulture (Srpska nedelja)	3	1,80% 69,45%
11	Mesec srpske kulture	3	1,80% 71,25%
12	Dan državnosti R. Srbije (Nacionalni dani R. Srbije)	3	1,80% 73,05%
13	Fondacija „Petar Kočić Banjaluka-Beograd”	2	1,20% 74,25%
14	Jevrejska kulturna scena „Bejihad”, Opatija, Rijeka	2	1,20% 75,45%
15	Kulturna i duhovna manif. „Brankovi dani”, Vukovar	2	1,20% 76,65%
16	Kulturna manifestacija „Passport to DC” (SAD)	2	1,20% 77,85%
17	Ostale kulturne manifestacije	37	22,15% 100%
	Ukupno	167	100%

Dani kulture Srbije (5.1.1) kao specifičan vid kulturne saradnje, najčešće se vezuju za dijasporu. Održavaju se u državama sa drugih kontinenata, kao što su Kanada i Australija, a od evropskih zemalja u Švajcarskoj, Nemačkoj, Francuskoj i Ruskoj Federaciji, kao i u državama regiona - u Hrvatskoj, Crnoj Gori i Rumuniji. One obuhvataju 43,71% prigodnih manifestacija u inostranstvu.

Na manifestacijama posvećenim Balkanu - Dani kulture Balkana (5.1.2), svoju kulturnu baštinu Srbija je prezentovala sledećim aktivnostima: 1) U sklopu „Balkan Traffic” festivala, održanom 2008. godine u Briselu, gde je Srbiju predstavljao trubački orkestar Dejana Lazarevića, pobednik Sabora u Guči 2007. godine. Prikazan je i dokumentarni film italijanskog autora Alesandra Gorija „Trubačka republika”, posvećen fenomenu trubača u Srbiji. Na istom festivalu 2014. godine, učestvovali su G. Bregović i S. Krstić, a 2015. godine, nastupio je opet Goran Bregović sa „Orkestrom za svadbe i sahrane”; 2)

Tradicionalna kulturna manifestacija „Dani Balkana” održana je u Minhenu 2011. godine. Ova manifestacija obuhvatila je niz kulturnih sadržaja sa prostora Balkana. Posebno mesto zauzela je Andrićeva izložba iz Beograda pod nazivom „Ivo Andrić – pisac i/ili diplomata”. Na 9. manifestaciji „Dani Balkana” održanoj 2015. godine, takođe u Minhenu, prikazan je film A. Petrovića „Skupljači perja”; 3) U okviru manifestacije „Šetnja po Balkanu”, u gradu Agenu, u Alzasu, 2010. godine, Srbija je predstavljena izložbom fotografija, filmom „Dom za vešanje” Emira Kusturice i nastupom srpskog folklornog ansambla iz Strazbura; 4) Austrijski kulturni forum je podržao projekat „Zapadni Balkan u kulturnom fokusu”, koji je realizovan u Velikoj Britaniji, u Londonu, uz učešće naših muzičkih umetnika – grupe „Kal”, hora „Horkeškart” i režisera Ž. Žilnika; 5) U Atini su, oktobra 2007. godine, održani dani kulture Balkana koje je podržala Helenska fondacija za kulturu, a radi podsticanja kulturne saradnje Grčke sa susednim zemljama. Na ovoj manifestaciji nastupio je orkestar Narodnog pozorišta iz Beograda koji je izveo svitu iz „Ohridske legende”, izloženi su artefakti MSU, predstavljeno je tridesetak srpskih proznih autora i održano je pesničko veče na kome su učestvovali akademik Ljubomir Simović i Ivan Gađanski.

1.2.5.2. Obeležavanje značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srba i Republike Srbije
 Obeležavanje značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srba i R. Srbije obuhvata 73 manifestacije ili 30,42% prigodnih manifestacija u inostranstvu. Najviše je bilo manifestacija vezanih za obeležavanje godišnjica I i II svetskog rata, srpskih ustanaka, Karađorđa, ali i jubileja Tesle, naših književnika i diplomatskih odnosa: 1) 175 godina od rođenja M. V. Karađić, izložba u galeriji „Palais Porcia” u Beču (Austrija); 2) Izložba „Jova Jovanović Zmaj” u Beču (Austrija); 3) 130-ta godišnjica rođenja Petra Kočića - simpozijum u Institutu za slavistiku Univerziteta u Beču (Austrija); 4) 220 godina od rođenja V. S. Karađića - literarno-muzičko veče u Beču (Austrija); 5) 150 godina od osnivanja Srpske crkvene opštine Sveti Sava u Beču - izložba „Srbija - kultura između Istoka i Zapada” (Austrija); 6) Dva veka kulturne saradnje Beča i Beograda, u organizaciji Srpskog kulturnog foruma (Austrija); 7) 100 godina od rođenja Desanke Maksimović - književni susret u Temišvaru (Rumunija); 8) „Dučićeve večeri poezije” u Trebinju (BiH); 9) 45. Kočićev zbor u Banja Luci, u okviru kojeg su organizovane 24 kulturne manifestacije (BiH); 10) 50. godina jubilarnih Kočićevih dana u Banja Luci (BiH); 11) 100 godina od rođenja M. Selimovića (BiH); 12) 100-ta godišnjica od rođenja B. Čopića, u Hašanima (BiH); 13) 140 godina od prvog bogoslužjenja u Srpskoj pravoslavnoj crkvi „Sveti Spiridon” u Atini (Grčka); 14) 200-ta godišnjica Prvog srpskog ustanka, - okrugli sto, uz prikazivanje igranog filma o Karađorđu iz 1911. godine – Nikozija (Kipar); 15) 70-togodišnjica rođenja D. Kiša (Mađarska); 16) 91 godina Kumanovske bitke, u organizaciji Ujedinjene srpske zajednice (Makedonija); 17) 160-ta godišnjica rođenja Mihajla Pupina - promovisana knjiga Ž. Šaina „Kambana - Pupinova diplomatija” u Skoplju (Makedonija); 18) 850-togodišnjica Minhena - izložba i knjiga o stranim umetnicima i književnicima koji su živeli i radili u Minhenu. Srbiju u ovom projektu predstavlja čuvena srpska slikarka N. Petrović (Nemačka); 19) 80 godina od rođenja D. Kiša, na 66. međunarodnom sajmu knjiga u Frankfurtu - izdavačka kuća „Hanser” iz Minhena objavila je knjigu „Porodični cirkus” (Nemačka); 20) 100 godina od rođenja Miloša Crnjanskog – prevod na poljski jezik „Romana o Londonu” (Poljska); 21) 200 godina savremene srpske države – reprint knjige poljskog književnika Teodora Tomaša Ježa, posvećene Karađorđu (Poljska); 22) 60 godina filharmonije Banata – učešće kompozitora Zorana Erića (Rumunija); 23) 275 godina od rođenja Dositeja Obradovića, 150 godina od smrti Vuka Karađića i 100 godina od smrti Vasilija Mokranjca - Program „Dositej, Vuk, Mokranjac” održan u Čakovu, u rodnoj kući Dositeja i u Sabornoj crkvi u Temišvaru (Rumunija); 24) 100-godišnjica početka Prvog svetskog rata, obeležena u Temišvaru projekcijama dokumentarnih i igranih filmova (Rumunija); 25) 150 godina od rođenja Nikole Tesle – izložba u Moskvi (Rusija); 26) 24. maj, Dan slovenske pismenosti i kulture, u Ruskoj Federaciji, posvećen sećanju na svete apostole Ćirila i Metodija (Rusija); 27) 65-togodišnjica oslobođenja grada Beograda od fašizma, u Ambasadi Srbije u Moskvi prikazan dokumentarni film „Krv slobode” autora Ž. Čukulića (Rusija); 28) 75 godina od atentata na Kralja Aleksandra I Karađorđevića - izložba arhivskih dokumenata iz fonda Arhiva Jugoslavije, u Moskvi (Rusija); 29) 100 godina od početka Prvog svetskog rata – izložba „Srbija 1914”, u Vojnom muzeju u Stokholmu, realizovana u saradnji Ambasade

Srbije u Kraljevini Švedskoj, Vojnog muzeja u Stokholmu, Istorijskog muzeja i Vojnog muzeja Srbije (Švedska); 30) 100-godišnjica smrti kompozitora D. Jenka – izložba, stručni simpozijum i koncert Kamernog muzičkog društva iz Novog Sada (Slovenija); 31) 750-togodišnjica osnivanja grada Lavova - koncert G. Bregovića (Ukrajina); 32) 150-togodišnjica rođenja S. S. Mokranjca - koncert posvećen Mokranjcu u Kijevu (Ukrajina); 33) 65-togodišnjica pobjede u Drugom svjetskom ratu – učešće srpskih karikaturista na izložbi antiratne karikature u Poltavi (Ukrajina); 34) 100 godina od objavljivanja prvog Andrićevog dela i 50 godina od dobijanja Nobelove nagrade – predstavljena „Bibliografija Ive Andrića 1911-2011“, u Kijevu (Ukrajina); 35) 120 godina od rođenja M. Crnjanskog – istorijsko-književni čas na Filološkom fakultetu Univerziteta T. Ševčenko u Kijevu (Ukrajina); 36) 60 godina JAT-a i 55 godina od prvog leta za Pariz – izložba JAT-a „Aeropot“ (Francuska); 37) 75-togodišnjica od ubistva kralja Aleksandra Karađorđevića – izložba fotografija „Les Martyrs de Marseille“ (Francuska); 38) 200 godina postojanja savremene srpske države, u organizaciji Generalnog konzulata u Vukovaru (otvorena i biblioteka u GK SCG) (Hrvatska); 39) 80-togodišnjica rođenja književnika B. Pekića – izložba Biblioteke grada Beograda i opštine Vračar, u organizaciji SKD „Prosvjeta“ – pododbor Rijeka (Hrvatska); 40) 1700 godina Milanskog edikta, 600 godina od osnivanja crkve Sv. Nikole u manastiru Praskvica i 300 godina od osveštenja crkve Vaznesenja Gospodnjeg u Herceg Novom – izložba „Konstantin“ akademskog slikara V. Mihajlovića u Petrovcu, Budvi i Herceg Novom (Crna Gora); 41) 200 godina od rođenja P. P. Njegoša – svečani koncert duhovne muzike D. Ljubojević i hora „Melodi“ (Crna Gora); 42) 20-togodišnjica smrti D. Kiša – održan Simpozijum na Tokijskom univerzitetu (Japan); 43) 70 godina pobjede nad fašizmom – pozorišna trupa „Balkan novi pokret“ izvela muzičku predstavu „San o Balkanu“ (Alžir); 44) koncert u rezidenciji belgijskog ambasadora u Kairu – kao projekat zajedničkog obeležavanja 100-godišnjice Prvog svetskog rata Ambasade Srbije i Ambasade Belgije u Egiptu (Egipt); 45) 35-togodišnjica smrti poznatog filmskog stvaraoca i slikara Slavka Vorkapića – u Muzeju moderne umetnosti u Njujorku, profesor na Harvardu, Vlada Petrić, održao je predavanje (SAD); 46) 10-togodišnjica srpskog amaterskog pozorišta „Mira Sremčević“ u Čikagu – izvedene komedije „Vlast“ i „Romantične lude“ u Srpsko-američkom muzeju „Sveti Sava“ (SAD); 47) dva veka od Prvog srpskog ustanka i stvaranja srpske moderne države - u Torontu (Kanada); 48) 150-togodišnjica rođenja N. Tesle - premijera komada „Briljantno!“, Nacionalni art centar u Otavi (Kanada); 49) 150-togodišnjica rođenja N. Tesle - srpsko kulturno-umetničko društvo „Oplenac“ održalo je predavanje i resital u Torontu (Kanada); 50) 100 godina od rođenja P. Lubarde, Generalni konzulat Srbije u Torontu (Kanada); 51) 200 godina od rođenja Frederika Šopena – koncert u pijanistkinje M. Teovanović u „Four Seasons Opera House“ u Ontariju (Kanada); 52) 100 godina od početka Prvog svetskog rata - održane izložbe „Srbija 1914“ i „Žensko lice Velikog rata“, u Poslaničkom domu Argentine (Argentina); 53) 15 godina stripa u Argentini – u Muzeju karikature „Diogenes Taborda“ u Buenos Airesu održana izložba Snežane Čomor (Argentina); 54) 70 godina od uspostavljanja diplomatskih odnosa sa Kubom – održana smotra savremenog srpskog filma u bioskopu „Cine 23“ u Havani (Kuba); 55) 60-togodišnjica uspostavljanja diplomatskih odnosa sa Meksikom – izložba fotografija SCG; tri okrugla stola „Sadašnjost i budućnost odnosa Meksika i SCG“; smotra savremenog filma iz SCG; izložba „150 godina od rođenja Nikole Tesle“ (Meksiko); 56) 200 godina od nezavisnosti Meksika i 100 godina od početka meksičke revolucije – dirigent Bojan Sudić, kao gost, nastupio je na dva koncerta u Meksiko Siti (Meksiko); 57) 110 godina od rođenja D. Maksimović – književni susret u organizaciji Generalnog konzulata Srbije u Temišvaru, u saradnji sa Savezom Srba u Rumuniji (Rumunija); 58) 110-ta godišnjica rođenja pesnikinje D. Maksimović - književno veče u Minsku (Belorusija); 59) 160-togodišnjica rođenja Mihaila Emineskua – proslava u Akademiji nauka Rumunije u Bukureštu (Rumunija); 60) 150-togodišnjica preseljenja Matice srpske iz Pešte u Novi Sad – izložba reprodukcije slika i promocija knjige akademika Vasilija Krestića „Srbi u Ugarskoj od 1790-1918“, u sali Vladičanskog dvora u Temišvaru (Rumunija); 61) 100 godina od početka Prvog svetskog rata – prikazani dokumentarni i igrani filmovi na temu Prvog svetskog rata, a među njima i film Srđana Dragojevića „Sveti Georgije ubiva aždahu“ u sali Zapadnog univerziteta u Temišvaru (Rumunija); 62) Dva veka srpske državnosti – projekat „Karađorđe - srpska revolucija“ (Rusija); 63) 150-togodišnjica

rođenja Nikole Tesle - izložba o Tesli (Francuska); 64) 65 godina od osnivanja Srpskog kulturnog društva „Prosvjeta“, uz ansambl „Kolo“ iz Beograda (Hrvatska); 65) 631 godina osnivanja Herceg Novog i krsne slave osnivača grada, Generalni konzulat R. Srbije, u saradnji sa opštinom Herceg Novi, organizovao je u porti manastira „Savina“ koncert „Pesme i arije koje su osvojile svet“ (Crna Gora); 66) GKRS, povodom osnivanja grada, u Herceg-Novom, organizovao koncert duhovne muzike D. Ljubojević i hora „Melodi“ (Crna Gora); 67) 175 godina rada i postojanja Srpskog pjevačkog društva „Jedinstvo“ iz Kotora – održan koncert Nacionalnog ansambla „Kolo“ iz Beograda (Crna Gora); 68) 60-togodišnjica UN - u Palati nacija u Ženevi, održana Međunarodna izložba savremene umetnosti - SCG predstavljali Mihajlo Đoković - Tikalo i Anka Burić (Švajcarska); 69) 400 godina od objavljivanja druge knjige romana Don Kihota - Srbija u projektu „Don Quijote de la Mancha poliglot“ (srpski umetnici učestvovali u ispisivanju poglavlja romana), a centralna manifestacija održana u gradu El Toboso (Španija); 70) 50-togodišnjica jugoslovensko-alžirskih odnosa – u Nacionalnom arhivu Alžira (Alžir); 71) 70-togodišnjica pobjede nad fašizmom - pozorišna grupa „Balkan Novi Pokret“ izvela muzičku predstavu „San o Balkanu“ u rezidenciji Ambasade Srbije (Egipat); 72) Teslino veče u Vašingtonu (SAD); 73) 20 godina diplomatskih odnosa Srbije i JAR - obeleženo predstavom „Poetski kabare Ivo Andrić“ iz Beograda (Južnoafrička Republika). Ove manifestacije su od velikog značaja za predstavljanje istorije, nacionalnog i kulturnog identiteta Srbije, kao i promenu njenog imidža.

Na kraju odeljka o prigodnim manifestacijama, navodimo i nekoliko nagrada za doprinos u oblasti kulture u međunarodnim odnosima, dodeljene sledećim ličnostima: 1) austrijski Orden časti za nauku i umetnost prvog reda, 2009. godine, dodeljen je piscu, novinaru, prevodiocu, dramaturgu i pozorišnom indendantu Ivanu Ivanjiju (Austrija); 2) akademik Gojko Subotić dobio je nagradu Grčke akademije nauka za dugogodišnji doprinos proučavanju vizantijske kulture (Grčka); 3) nagradu „Povelje Rige“ u oblasti kulture i nauke dobio je srpski muzikolog Miloš Velimirović, profesor Univerziteta u Virdžiniji (Grčka); 4) na Trijenalu umetnosti u Lublinu, nagradu Ministarstva kulture Republike Poljske osvojila je Milica Vergot (Poljska); 5) Borki Pavićević, direktoru Centra za kulturnu dekontaminaciju iz Beograda je dodeljena Hirošima nagrada za 2004. godinu u Švedskoj, kao osobi koja svojim radom u oblasti kulture doprinosi dijalogu, razumevanju i miru u konfliktnim područjima (Švedska); 6) igumanu manastira Zočište, ocu Petru Ulemeku, dodeljena je nagrada Fondacije „Svetog brata Alberta“ za herojsku odbranu hrišćanskog nasleđa na KiM (Poljska)...

SAŽETAK OVOG DELA ISTRAŽIVANJA:

U periodu od 2001-2015. godine, Republika Srbija je realizovala ukupno 2843 kulturne manifestacije sa državama na šest kontinetata, pri čemu je najveći broj ovih aktivnosti, razumljivo, realizovan sa Evropom (76,5%), a u znatno manjem procentu sa Azijom (7,4%), Severnom Amerikom (7%) i Srednjom i Južnom Amerikom (4%). Međunarodna kulturna saradnja je ostvarena sa 74 države u svetu (Evropa - 34; Azija - 16; Afrika - 11; Severna Amerika - 2; Srednja i Južna Amerika - 10 i Australija i Okeanija - 2). Prilikom razmatranja međunarodne kulturne saradnje sa pojedinim državama, utvrđeno je da je najveći broj aktivnosti ostvaren sa Francuskom – 198; zatim Hrvatskom - 159; Austrijom – 156; Italijom – 122; Rumunijom – 107; Grčkom - 105 i Ruskom Federacijom - 101. Sa ovim zemljama je ostvarena saradnja u ukupnom obimu od 28 %. Među zemljama sa kojima je ostvarena saradnja u opsegu od 50-100 aktivnosti, nalaze se sledeće države: Kanada – 99 aktivnosti; zatim Sjedinjene Američke Države – 98; Slovačka – 98; SR Nemačka – 92; Poljska – 91; Bosna i Hercegovina – 88; Češka – 75; Bugarska – 69; Japan – 68; Crna Gora – 67; Makedonija – 55 i Portugal – 54 aktivnosti. S ovim državama ostvareno je 33,4% aktivnosti, što sa prethodnom grupom aktivnosti čini ukupno 61,4% realizovanih aktivnosti. Kulturne aktivnosti koje su realizovane u manjem obimu, čine preostalih 38,6% aktivnosti međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture.

Osim broja ostvarenih aktivnosti, dobijeni su podaci koji ukazuju na broj godina ostvarivanja kulturnih aktivnosti sa pojedinim državama. Prema tim podacima, među 19 zemalja sa kojima je Republika Srbija ostvarivala saradnju u obimu preko 50% celokupnih ostvarenih aktivnosti, najduža saradnja (najveći broj godina) je ostvarena sa Ruskom Federacijom – 15, zatim sa Grčkom – 14, a nakon toga sledi veći broj zemalja sa ostvarenih

13 godina saradnje – Austrija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Makedonija, SR Nemačka, Slovačka, Hrvatska, Češka, Japan i Kanada. U grupi zemalja s kojima je ostvarivana saradnja u trajanju od 12 godina nalaze se: Francuska, Poljska i Rumunija. Sa SAD je ostvarivana saradnja u periodu od 11 godina, sa Portugalom - 10 godina i sa Crnom Gorom – 7 godina (od njenog osamostaljenja).

Hronološki pregled zastupljenosti kulturnih programa pokazuje da je u razmatranom vremenskom periodu najveći broj kulturnih aktivnosti u inostranstvu ostvaren 2007. godine - 322 ili 11,3%; zatim sledi 2009. - 266 ili 9,4%; 2008. - 265 ili 9,3%; 2015. - 256 ili 9% i 2014. godina - 247 ili 8,7% programa. Prema rezultatima istraživanja, najmanji broj aktivnosti ostvaren je 2001. - 39 ili 1,4% i 2002. godine - 101 ili 3,6%. Iako je ukupan broj kulturnih aktivnosti rastao i dostigao svoj maksimum 2007. godine – 322 ili 11,3%, uočava se pad ovih aktivnosti u periodu od 2008., odnosno 2009. godine, pa sve do 2013. godine kada ukupan broj aktivnosti dostiže svoj drugi minimum - 104 ili 3,7%.

Definisano je pet grupa osnovnih oblika kulturnih programa, a u okviru tih grupa određeni su osnovni tipovi i vrste kulturnih aktivnosti, i to: 1) izložbe; 2) scenski programi; 3) filmske manifestacije; 4) književne manifestacije i 5) prigodne manifestacije u inostranstvu. Prema rezultatima istraživanja, najzastupljeniji oblici međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture su: scenski programi (29,31%), zatim slede izložbe (23,29%); filmske manifestacije (21,83%) i književne manifestacije (17,80%), a najmanju procentualnu zastupljenost imaju prigodne manifestacije (7,80%). Prigodne manifestacije u inostranstvu obuhvataju različit broj pojedinačnih kulturnih aktivnosti, pa se ukupan broj aktivnosti u oblasti kulture Republike Srbije u inostranstvu povećava u odnosu na svih pet tipova kulturnih delatnosti: izložbe - 716; scenski programi - 902; filmske manifestacije - 672; književne manifestacije - 548 i prigodne manifestacije – 240. Uzimajući u obzir ovu činjenicu, ukupan broj kulturnih aktivnosti Republike Srbije se povećava sa 2843 na 3078 kulturnih aktivnosti koje su razmatrane u radu.

Kada je reč o sadržaju predmetnih kulturnih programa, može se uočiti veliki broj programa posvećenih tradicionalnom kulturnom obrascu – u svim oblastima umetničke prakse. S druge strane, brojni su programi savremene i avangardne kulturne akcije, najčešće vezani za individualne umetničke projekte i gostovanja. Čini se da je neophodno zauzeti zajedničku platformu međunarodne kulturne saradnje, te onda vizantijsko, pravoslavno i srpsko tradicionalno identitetsko načelo predstaviti savremenim umetničkim jezikom (uz korišćenje modernog pristupa i novih tehnologija) i grupnim i individualnim nastupima. Da bi se definisali prioriteti međunarodne kulturne saradnje, potrebno je definisati i glavne odrednice kulturne politike, kao i okvire nacionalnog i kulturnog identiteta. Takođe, neophodna je timska, planska, dugoročna, intersektorska saradnja svih subjekata u oblasti međunarodne saradnje – Ministarstva spoljnih poslova, Ministarstva kulture, Ministarstva prosvete, SANU i Instituta za srpski jezik, institucija kulture, ekonomije i turizma, medija i Javnog medijskog servisa, da nosioci ovako važnog domena delovanja ne bi bili pojedinci i njihovi pojedinačni, a nekad i ad hoc projekti. U okviru Foruma Kreativna Evropa, formirane su „radne grupe eksperata u kulturi sa ciljem da ponude sistemske preporuke za razvoj međunarodne saradnje u sedam oblasti kulture u Srbiji: audio-vizuelnoj produkciji, vizuelnim umetnostima, izvođačkim umetnostima, literaturi i izdavaštvu, kreativnim industrijama, kulturnoj baštini, nauci i teoriji kulture i umetnosti” (Mihaljinac, 2017: 275). Radne grupe su prepoznale „entuzijazam, stručnost i uspostavljanje ličnih profesionalnih veza (ali ne institucionalnih!) kao ključnu snagu za razvoj međunarodne saradnje” – umetnika i kulturnih poslenika u Srbiji, kao i, katkad, pripadnika naše dijaspore. Od prioriteta kulturne politike i međunarodne saradnje, smatramo važnim izdvojiti princip participacije, promociju kulturne i jezičke raznolikosti, podršku interdisciplinarnim projektima i uspostavljanju međusektorske saradnje (kultura i turizam, nauka i obrazovanje, urbanizam, ekonomija, ekologija, socijalna zaštita i druge oblasti). Eksperti su zaključili da „specifična priroda kulturnog i istorijskog nasleđa predstavlja glavnu snagu srpske kulture, sa aspekta međunarodne saradnje (posebno period socijalizma, ali, takođe, i etno-nasleđe)” kao i da „međunarodna saradnja treba da bude prioritet posebnih oblasti, ali i celokupnog kulturnog sistema u Srbiji” (Ibid: 280,281).

Na kraju ovog dela interpretacije rezultata istraživanja, može se zaključiti da je prva posebna hipoteza, definisana kao: H1: Međunarodni kulturni odnosi Srbije sa svetom, zasnovani na autentičnoj interkulturnoj komunikaciji, doprinose unapređenju međunarodnih kulturnih veza i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu, potvrđena.

2. Stavovi naših i inostranih ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije

Jedan od istraživačkih zadataka bio je da se prikupe mišljenja naših ambasadora u inostranstvu i stranih diplomatskih predstavnika akreditovanih u našoj zemlji o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije. U vezi s tim, uvažavajući njihovu funkciju, znanje i iskustvo, ambasadori su zamoljeni da odgovore na određeni broj orijentiranih pitanja vezanih za predmet istraživanja. Ovo ispitivanje je obavljeno postupkom intervjuisanja, uz korišćenje Protokola intervjua, kako za naše ambasadore akreditovane u inostranstvu, tako i za strane ambasadore koji su akreditovani u našoj zemlji.

2.1. Stavovi naših ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu

Kao što je istaknuto, stavovi naših ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu prikupljeni su pomoću posebnog intervjua (Prilog 1). Radi ovog dela istraživanja korišćen je prigodan uzorak od 10 naših diplomata koji imaju značajno iskustvo u diplomatskoj službi, pa se njihovo učešće u istraživanju može okarakterisati svojevrsnim davanjem ekspertskog mišljenja o ispitivanoj pojavi. U istraživanju su učestvovali diplomate koje su bile akreditovane u inostranstvu ili već duže vreme rade u diplomatskoj službi naše zemlje: 1) Aleksandar Radovanović; 2) dr Snežana Janković; 3) Jelica Dimitrijević; 4) Danilo Vučetić; 5) Slavko Kruljević; 6) mr Dušan Spasojević; 7) dr Ognjen Pribićević; 8) dr Zoran Lutovac; 9) Milan Milanović i 10) dr Ljiljana Nikšić.

Protokol intervjua se sastoji od dve celine. U prvoj celini ispitanici su davali neke osnovne podatke o sebi i dužnosti koju obavljaju, i to: 1) dužina staža u diplomatiji; 2) obrazovanje (fakultet) koje su završili; 3) strani jezici koje govore; 4) zemlje u kojima su bili u diplomatskoj misiji i 5) kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama prijema.

Prilikom prikupljanja biografskih podataka naših diplomata, sa stanovišta obavljanja njihove diplomatske službe, utvrđene su sledeće činjenice:

1) Aleksandar Radovanović je u diplomatiji već 27 godina; završio je Fakultet političkih nauka (smer međunarodni odnosi); govori engleski i ruski jezik; u diplomatskoj misiji bio je u Švajcarskoj i Sloveniji.

2) dr Snežana Janković ima 20 godina diplomatskog staža; doktor je filoloških nauka (Univerzitet Senšu, Japan); govori japanski i nemački jezik; dva puta je bila u diplomatskoj misiji u Japanu, a sada je u Švajcarskoj.

3) Jelica Dimitrijević je u diplomatiji 15 godina; Pravni fakultet, međunarodni smer, završila je u Beogradu; govori ruski, nemački i engleski jezik; u diplomatskoj misiji bila je u Rusiji, Austriji i Norveškoj.

4) Danilo Vučetić je najduže u diplomatiji - 44 godine; završio je Fakultet političkih nauka; govori engleski, francuski i portugalski jezik; u diplomatskim misijama bio je u Brazilu, Belgiji, Švajcarskoj, Egiptu, Portugalu, Bugarskoj i, sada, u Turskoj.

5) Slavko Kruljević je u diplomatiji bio 40 godina; završio je Pravni fakultet; govori engleski i francuski jezik; SAD, Holandija, Turska, Njujork (UN) i Finska su bile njegove diplomatske destinacije.

6) mr Dušan Spasojević u diplomatiji je 17 godina; završio je Pravni fakultet u Beogradu i magistrirao na London School of Economics and Political Science; govori engleski, ruski i grčki jezik; u diplomatskoj misiji bio je u Turskoj i, sada u Grčkoj.

7) dr Ognjen Pribićević je bio u u diplomatiji osam godina; doktor je političkih nauka; govori engleski i nemački jezik; bio je ambasador RS u SR Nemačkoj i Velikoj Britaniji.

8) dr Zoran Lutovac je bio šest godina u diplomatskoj misiji u Crnoj Gori; doktor je političkih nauka; govori nemački i engleski jezik;

9) Milan Milanović je u diplomatskoj službi 30 godina; završio je Ekonomski fakultet u Beogradu; govori engleski, francuski i ruski jezik; Švajcarska, Francuska, sada SAD (ambasador Diplomatske misije Republike Srbije u UN) su njegova diplomatska odredišta;

10) dr Ljiljana Nikšić je takođe 30 godina 91 diplomatiji; doktor je Političkih nauka; govori engleski, francuski i nemački; načelnik je Odeljenja za migracionu politiku, dijasporu i socijalne sporazume u Ministarstvu spoljnih poslova (ambasador).

Na pitanje iz prvog dela Protokola: Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama prijema?, srpske diplomate iznose različite stavove iz svoje diplomatske prakse:

„Imidž Srbije su diktirale vodeće zapadne zemlje, u zavisnosti od perioda službovanja, ali su ideje i inicijative ambasada Srbije uvek bile dobro prihvaćene.” (Dr Snežana Janković)

„U Švajcarskoj nezavidan, a u Sloveniji nostalgican.” (ambasador Radovanović)

„U državama mog službovanja imidž Republike Srbije nije bio na zavidnom nivou.

Suprotno mojim očekivanjima, čak i u Rusiji, koja tradicionalno važi za velikog prijatelja srpskog naroda, imidž Srbije nije bio na zavidnom nivou, kao što i informisanost prosečnog Rusa o Srbiji nije bila zadovoljavajuća (npr. koje veroispovesti su Srbi i sl.). U Austriji, još od Prvog svetskog rata, Srbija uživa izuzetno negativan imidž. Osim negativnog publiciteta, posebno nakon ratova devedestih godina prošlog veka, i dalje je percepcija prosečnog Austrijanca o Srbima izrazito loša. U komunikaciji sa Austrijancima, u nekoliko navrata nam je rečeno da su Srbi direktno uzrokovali propast Austro-ugarske monarhije i da su vaspitavani u duhu da ne vole Srbe. U Norveškoj, takođe, primetna je negativna slika o Srbiji, naročito nakon poslednjih ratnih sukoba. Norvežani su posebno osetljivi na srpsko-ruske odnose, što je, u poslednje vreme, veoma prisutno u norveškim medijima.” (Jelica Dimitrijević)

„Imidž bivše SFRJ je nekada bio odličan. Vremenom, kako je zemlja zapadala u unutrašnju krizu, bio je sve slabiji. SRJ je imala veoma loš međunarodni položaj i imidž u svetu u vreme sankcija, izolacije, sukoba na Kosovu i bombardovanja. Posle 2000. godine položaj se postepeno, ali sporo, popravljao. Danas je znatno bolji, ali tragovi 90-tih godina još uvek se osećaju.” (ambasador Danilo Vučetić)

„Varirao je, u različitim vremenima, od pozitivnog do negativnog.” (ambasador Kruljević)

„Imidž Srbije nije svuda isti, razlikuje se od zemlje do zemlje, i upravo u tome nalazi se čar i izazovnost diplomatskog poziva.” (Mr Dušan Spasojević)

„Imidž je veoma opterećen devedesetim godinama prošlog veka, ali u značajnom poboljšanju nakon 2000. godine. Na poboljšanje utiču razvoj demokratskih procesa, ekonomske reforme i kultura i sport.” (dr O. Pribićević)

„Zvanično negativan – Srbija se predstavljala kao pretnja nezavisnosti Crne Gore (predstavnici državnih organa); među građanima ili loš ili veoma pozitivan zbog prirode odnosa dve zemlje.” (ambasador Lutovac)

„Švajcarska: 1993-1998. godine imidž Srbije je bio loš; Francuska: 2001-2005. dobar (važna uloga KIC-a u Parizu); SAD: 2009-2017. u UN vrlo dobar, mada teško je proceniti iz Njujorka kakav je imidž u svim delovima SAD.” (ambasador M. Milanović)

„U vreme balkanskih ratova i Prvog svetskog rata Srbija je bila slavljena i poštovana zbog junaštva nezabeleženog u istoriji čovečanstva. U vreme bivše Jugoslavije, osnivača pokreta nesvrstanih, kažu da su se glave okretale u Skupštini UN da bi se videlo kako će jugoslovenska diplomatija glasati o važnim pitanjima. A u vreme hladnog rata, gvozdena zavesa je padala i u Beogradu na Festu, Bemusu, na Radosti Evrope.” (ambasador Ljiljana Nikšić)

Drugi deo Protokola intervjuja predstavlja pitanja o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu. On obuhvata 13 pitanja sa odgovarajućim potpitanjima koja se odnose na sadržaj određenog pitanja.

Na prvo pitanje u drugom 33 delu Protokola koje glasi: Kako Vi vidite ulogu kulture i umetnosti u diplomatiji? Da li je i na koji način, po Vašem mišljenju, moguće obezbediti reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji? Da li u svojoj delegaciji imate adekvatan stručni kadar za realizaciju međunarodne kulturne saradnje? U vezi s tim, interesuje nas – ko je zadužen za veb-prezentaciju ambasade i šta mislite da bi trebalo uraditi na tom planu?, srpske diplomate su dale sledeće odgovore:

„Uloga kulture i umetnosti u diplomatiji je izuzetno važna, uzimajući u obzir da se delovanje diplomatsko-konzularnog predstavništva, između ostalog, zasniva na tome da u

državi prijema stvori što povoljniju predstavu o svojoj zemlji, njenom političkom i ekonomskom sistemu, kulturi, nauci, sportu.” (Dr Snežana Janković, ambasador RS u Švajcarskoj)

„Svakako da kultura i umetnost zauzimaju značajno mesto u promociji sopstvene države u zemlji prijema i visoko se kotiraju kao sredstvo za dobru promociju i stvaranje što boljeg imidža. Sve ozbiljne zemlje rade to strateški sa ciljem da ostvare dobro ime preko kulture i preko svojih umetnika, kao i preko svojih kulturnih centara u kojima se promovišu najbolji artisti, kako klasične, tako i moderne umetnosti. Svima su poznati italijanski, francuski, engleski, španski, američki i nemački kulturni centri i instituti. Naravno, Srbija teško može da se meri sa ovim državama, pre svega, zbog hroničnog nedostatka sredstava za ovu oblast, a koju je, bez finansijske potpore, gotovo nemoguće aktivirati na odgovarajućem nivou. Nekada su postojale diplomate čiji je zadatak bio da se bave isključivo kulturom. Međutim, danas, zbog dobro poznatog problema nedostatka sredstava, često se dešava da se diplomate samo usputno bave kulturom, jer mnogi DKP-i, sa izuzetkom najvećih predstavništava, imaju nedostatak diplomatskog kadra”. (Mr Dušan Spasojević, ambasador Srbije u Grčkoj)

„Kultura je najatraktivniji instrument diplomatske aktivnosti u predstavljanju stvaralaštva i umetničke istorije zemlje. Za Srbiju, to je najbolja prilika da se utiče na otklanjanje negativne reputacije koja je formirana od početaka neprijateljstava i ratova na području bivše Jugoslavije. Od devedesetih, posebno u zapadnim zemljama, u predstavljanju svoje kulture, Srbija mora da kontaktira privatni sektor, što znači da se ona realizuje pod tržišnim uslovima koji znatno limitiraju naše programske ambicije.” (Slavko Kruljević, ambasador u Finskoj)

„Uloga kulture i umetnosti je sastavni deo diplomatskog predstavljanja zemlje u svetu. Aktivnosti na ovom planu mogu veoma da doprinesu promociji zemlje i jačanju njenog imidža. To se može, takođe, postići i preko sporta.” (ambasador u Ankari, Danilo Vučetić)

„Kulturna diplomatija treba da bude nadogradnja, finisa u diplomatskim odnosima dve zemlje, i trebalo bi da prati političke i ekonomske odnose dve zemlje. Bez dovoljno sredstava, institucionalne koordiniranosti i adekvatnog kadra zaduženog za određenu zemlju ili region, teško je očekivati da kulturna saradnja bude prepuštena mašti diplomatskog službenika i njegovoj sposobnosti za improvizaciju. Ministarstvo spoljnih poslova trebalo bi da koordinira projekte u okviru međunarodne kulturne saradnje, a DKP bi trebalo samo da ih sprovode. Samoinicijativno organizovanje kulturnih projekata, uz limitirana sredstva, ostavlja češće negativni utisak u zemlji prijema i ne ostavlja puno prostora za unapređenje kulturne saradnje.” (Jelica Dimitrijević, savetnik u Ambasadi RS u Oslu)

„U UN, veoma specifične kulturne aktivnosti koje mnoge misije država članica organizuju u Njujorku, isključivo su podređene podizanju imidža zemlje u okviru ove organizacije. S druge strane, Generalni Konzulat RS u Njujorku je veoma aktivan, pre svega prema dijaspori i određenim američkim poslovnim krugovima u Njujorku (izložbe, promocije knjiga, filma, turizma, stranih ulaganja i sl).” (ambasador u Misiji RS pri UN, Milan Milanović)

„Kultura i umetnost mogu imati daleko veći uticaj na funkcionalnost i efikasnost diplomatije nego što se to u konzervativnim diplomatskim krugovima pretpostavlja i u praksi prihvata.” (Dr Zoran Lutovac, ambasador u Crnoj Gori)

Naše diplomate se slažu da reciprocitet nije presudan, ali i da bi se uspostavio reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji, neophodno je dve zemlje budu na istom nivou političkog i ekonomskog uređenja; ukoliko politički i ekonomski uslovi nisu slični ili komplementarni, veoma je teško očekivati uspostavljanje reciprociteta, pre svega zbog nedostatka finansijskih sredstava, bez kojih nema kulturne saradnje, istakla je Jelica Dimitrijević. Ambasador Pribićević, kome su kultura i ekonomija predstavljale dva prioriteta rada u ambasadama u kojima je bio, kaže da je reciprocitet vrlo teško uspostaviti u sistemu u kome vladaju jezik i kultura zemlje prijema, kao i svetski jezici. Ambasadori Vučetić i Janković podsećaju da je, sa pojeđinim zemljama, reciprocitet moguće ostvariti putem utvrđivanja Sporazuma i programa o kulturnoj saradnji. „Reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji je moguć u kvantitativnom smislu, ali to ne mora da podrazumeva reciprocitet u kvalitetu. Dakle, reciprocitet nije potreban, niti je u kulturi

moguće količinu kulturnog sadržaja tretirati kao reciprocitet. Količina kulturnih sadržaja ne mora nužno proizvoditi kvalitet niti se pukom količinom postižu željeni efekti u kulturnoj diplomatiji.”, odgovara na deo ovog pitanja ambasador Lutovac. U ambasadama RS u Norveškoj i u Crnoj Gori, kao i u našoj Misiji u UN, nema stručnog kadra koji se bavi kulturnim delatnostima. U ostalim ambasadama RS čije smo ambasadore intervjuisali za potrebe ovog istraživanja, diplomata, koji u opisu radnog mesta ‘pokriva’ štampu i kulturu, uz političke, a često i druge poslove, ažurira i zvaničnu internet prezentaciju ambasade. Sve internet stranice ambasada su unificirane i taj posao je uradilo samo MSP. „Stranice, naravno, treba da budu inovirane i poboljšane, ali smatramo da ipak mogu biti od koristi građanima i u postojećem okviru”, kaže ambasador Spasojević. Ambasadori sa najdužim diplomatskim iskustvom, Kruljević i Vučetić, ukazuju da su sajtovi aktuelni i apdejtovani, ali da treba budu dopunjeni znatno većom podrškom iz zemlje, naročito u informisanju o kulturnim dešavanjima širom Srbije i da bude više sadržaja trajnijeg karaktera o Srbiji - umetnost, tradicija, istorija... Jelica Dimitrijević sugerise da bi valjalo uređenje veb-sajta prepusti isključivo stručnjacima koji bi mogli da uređuju sajt iz MSP, ili na regionalnom nivou - npr. stručnjaku za Skandinavске zemlje. Za razliku od naših ambasada koje koriste usluge MSP, Misija RS u UN sama uređuje svoj sajt (razlozi su tehničke prirode). To predstavlja veliki problem, jer nema dovoljno stručnih kadrova u Misiji koji bi mogli redovno da ažuriraju sajt. Ni u ambasadi u Crnoj Gori nije bilo odgovarajućeg stručnog kadra, ambasador Lutovac kaže: „Samoinicijativno sam se izborio za to da spoljni saradnik kojeg sam angažovao bude od koristi u oblasti kulturne diplomatije. Ta osoba bila je zadužena, između ostalog, i za veb-prezentaciju ambasade. Potrebno je uvažavati specifičnosti diplomatske destinacije, ali i posebne veštine i znanja ambasadora i njegovih saradnika tamo gde oni mogu ići iznad postavljenih margina.” Naš ambasador u Švajcarskoj, Dr Snežana Janković, daje primer funkcionalne i dobre prakse: „Ataše za kulturu u Ambasadi Republike Srbije u Bernu je zadužen za praćenje, iniciranje i realizaciju kulturnih događaja, a stručnjak inormacionih tehnologija je zadužen za održavanje sajta, pa je sajt Ambasade uvek ažuriran i obuhvata hronološki pregled svih kulturnih događaja koje Ambasada realizuje ili učestvuje u njihovoj realizaciji.”

Drugo pitanje u Protokolu glasi: Koja je bila visina budžeta kojim ste raspolagali, a koji je bio namenjen za kulturu (kulturne programe). Da li se, po Vašem mišljenju, neki programi mogu realizovati, odnosno finansirati, bez budžetskih sredstava, i na koji način? Srpske diplomate su jednoglasne u tome da je budžet za programe iz oblasti kulture minimalan ili nepostojeći, pa se i većina programa izvodi uz minimalna sredstva. Ne postoji posebna stavka u budžetu namenjena za kulturne aktivnosti u ambasadama, osim programa koji se realizuju na osnovu bilateralnih programa saradnje koji su ranije usaglašeni i potpisani između država i za njih je već odobren budžet. Računa se na pomoć MSP-a, dijaspore, srpskih umetnika u inostranstvu i sponzora. Mnogi programi manjeg obima, kao što su promocije knjiga, izložbe ili koncerti, izvode se u prostorijama ambasada, da bi se izbeglo plaćanje iznajmljivanja prostora. „Ovim povodima održe se mali prijem i pozovu ugledne zvanice iz države prijema, ne bi li se takva prilika iskoristila za promociju u meri kojoj je to moguće i realno” (ambasador Mr D. Spasojević). Ambasador Kruljević ne vidi ozbiljne mogućnosti za nekomercijalnu realizaciju programa kulture, s obzirom da se nastupi predstavljanja kulture u inostranstvu finansiraju iz sredstava Ministarstva spoljnih poslova, u okviru od oko samo 12.000 evra godišnje (za celu mrežu diplomatsko-konzularnih predstavništava u svetu), kao i iz budžeta Ministarstva kulture za određene projekte. Tim sredstvima se može finansirati i realizovati minimalan broj projekata. Sredstva se odobravaju od slučaja do slučaja, na bazi obrazloženog predloga ambasade koji se upućuje MSP-u. Ambasador Milanović kaže da je, do sada, za svaki predlog upućen MSP-u dobijao određenu finansijsku podršku i naglašava ulogu požrtvovanosti osoblja ambasada i misija, te doprinos kompanije Er Srbija. Privrednici u zemlji prijema koji posluju sa Srbijom, kao i privrednici u Srbiji koji imaju poslovne ugovore u inostranstvu (u određenoj zemlji), mogu značajno da pomognu. Na taj način je ambasador Lutovac obezbeđivao sredstva za kulturnu saradnju, ali takva saradnja zavisi od ličnih kontakata ambasadora, i zahteva veliku posvećenost ambasadora i spremnost da radi i više od onog što se očekuje od njega.

Diplomate J. Dimitrijević i Milanović ističu nezaobilaznu finansijsku i logističku

pomoć dijasporu u Norveškoj i SAD, a ambasadori dr Janković i dr Pribićević institucije i strane kompanije u zemlji prijema. U zemljama u kojima srpska dijaspora nije brojna, ambasador Vučetić kaže: "Bez budžetskih sredstava je moguće organizovati veoma mali broj događaja, ali to zahteva poseban napor i spretnost. U zemlji prijema se mora pronaći neka institucija koja je, iz određenog razloga, spremna da pruži pomoć. Na primer, kamerni orkestar „Pro Classica“ iz Beograda učestvovao je 2015. godine u Ankari na jednom muzičkom festivalu. Sve troškove pokrila je Turska razvojna agencija - TİKA (ukupno oko 8.000 evra). Kada sam bio u Bugarskoj, koncert povodom nacionalnog dana Srbije februara 2007. godine, finansirala je, najvećim delom, jedna bugarska banka, dok Ministarstvo kulture tada nije bilo spremno da pruži bilo kakvu pomoć." I ambasador Pribićević je pronalazio sredstva od stranih kompanija – za obeležavanje Dana državnosti i 180 godina od uspostavljanja diplomatskih odnosa Velike Britanije i Srbije: „Nije potrebno mnogo da bi se dogodila prezentacija knjige ili filma. Kao zemlja srednje veličine, moramo se koncentrisati na postojeće katacitate i realizovati događaje u rasponu od 100-200 funti. Problem je ako je u pitanju pozorišna predstava - da bi se platile karte, troškovi iznajmljivanja sale... Za to su potrebna mnogo veća ulaganja. Austrija, npr., nema takve probleme."

Dr Nikšić predlaže da se limitiranost budžeta kompenzuje, u određenoj meri, saradnjom sa Srpskom pravoslavnom crkvom u objektima koji su u njihovom vlasništvu: „Ambasade mogu, u tom smislu, imati ulogu koordinatora i postići dogovor između organizacija upisanih u registar Uprave za dijasporu Ministarstva spoljnih poslova i Srpske pravoslavne crkve o korišćenju."

Treće pitanje iz Protokola glasi: Kakav je način selekcije programa za kulturu i ko ih odobrava (MSP, Ministarstvo kulture, samostalni programi...)? Da li se uzimaju u razmatranje specifičnosti zemlje prijema kada se upućuju određeni umetnički programi? Da li sa pozicije ambasadora možete da inicirate određene projekte i da utičete na njihov sadržaj?

Različiti su načini, prilike i mogućnosti selekcije programa za kulturu. „Nekada su postojali programi saradnje koje je utvrđivala ustanova koja je za to bila zadužena – Zavod za međunarodnu kulturnu, naučnu i tehničku saradnju. Danas ZAMTES više ne postoji. Sve je prepušteno inicijativi DKP, u direktnoj saradnji sa kulturnim institucijama ili stvaraocima u zemlji." (D. Vučetić). Dušan Spasojević odgovara da sada program saradnje u oblasti kulture usaglašavaju Ministarstvo kulture uz asistenciju MSP – Odeljenja za međunarodnu kulturnu, prosvetnu, naučnu, tehnološku i sportsku saradnju, ali da ambasador može i da inicira neke od aktivnosti, jer se na licu mesta bolje vide potrebe bilateralne saradnje, zainteresovanosti publike u državi prijema, kao i programi i sopstvenog interesa, tj. promocije Srbije. Ambasadori su saglasni da je neophodno uzeti u obzir različitosti zemlje prijema i da oni lično mogu i da ukažu na te specifičnosti, ali ne smatraju svi da se o tome vodi računa. „U razmatranju kulturnih programa koji bi se realizovali u inostranstvu, uvek se uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema. Kulturni događaj, koji je po proceni ambasadora izuzetna prilika za promociju Republike Srbije i duge tradicije njenih bilateralnih odnosa sa Švajcarskom, gotovo uvek inicira Ambasada i ne iziskuje posebnu dozvolu za realizaciju od strane institucija Republike Srbije, sem neophodne saglasnosti Ministarstva spoljnih poslova za troškove koji nastaju tom prilikom (ako ih ima)." (Dr Snežana Janković) Ambasador Kruljević je sredstva za projekte dobijao od MK i od MSP. Osim MK i MSP, treba pomenuti i inicijativu dijasporu (Dr Pribićević). Dr Lutovac zastupa stav da upravo MSP treba da više vodi računa o specifičnostima zemlje prijema, a da je on, kao Ambasador, podrazumevao da je to deo njegovog posla: „S obzirom da kulturnih programa ne bi ni bilo da nije bilo moje lične posvećenosti, programi su se koncipirali na osnovu mojih ličnih procena i konsultacija sa onima za koje sam procenjivao da mogu pomoći. U vreme kada sam bio ambasador imao sam slobodu inicijative i presudni uticaj na sadržaj projekata, jer sam imao poverenje vladajuće političke garniture."

Ambasador u UN, M. Milanović, kaže da, osim manifestacija koje su organizovane i kao gotovi projekti stigle iz Srbije, u cilju postizanja što boljeg imidža, predlažemo i organizujemo programe na našu inicijativu, procenjujući zanimljivost i originalnost programa za predstavljanje u UN.

J. Dimitrijević nema pozitivno iskustvo: „Ne postoji selekcija programa. U zavisnosti od obeležavanja nekog istorijskog jubileja ili događaja, Ambasadi se prepušta da, shodno svojim mogućnostima, sama pronađe adekvatan način i sredstva za organizaciju kulturnog događaja. Za vreme mog četvorogodišnjeg mandata u Norveškoj, nije upućen ni jedan kulturni projekat iz Srbije, tako da ne znam da li se razmatraju specifičnosti zemlje prijema. Sve je bazirano na sistemu ličnih poznanstava ili preporuke za određeni kulturni projekat - ukoliko Ambasador ima dobre kontakte u sferi kulture, u poziciji je da inicira i organizuje određeni kulturni program..”

Dr Ljiljana Nikšić je pokrenula i realizovala preko pedeset projekata ali smatra da treba osmisliti efikasniju upotrebu informacionih tehnologija i intenzivnije programe obeležavanja jubileja koji slave Srbiju i afirmišu njene kulturne vrednosti i dostignuća, kao i obeležavanje jubileja diplomatskih odnosa koju baštine Srbi sa Rusima, Nemcima, Francuzima, Britancima, Amerikancima, Japancima: „U Ministarstvu spoljnih poslova Republike Srbije, za sada, nema Sektora za javnu diplomatiju, odnosno kulturnu i ekonomsku diplomatiju, postoji samo po jedno odeljenje, dok u Nemačkoj, Francuskoj i SAD, postoji po tri i više sektora sa po deset i više odeljenja koji se bave planiranjem i organizacionim aspektima nastupa prema inostranstvu. Promena imidža i brendiranje Srbije je dug i mukotrpan proces, ali uz profesionalan diplomatski aparat i u, i uvođenje javne diplomatije Srbija može da postigne velike rezultate.”

Na četvrto pitanje iz Protokola: Koja vrsta programskih sadržaja (muzički, likovni, dramski...) je najbolje promovisala srpski identitet i doprinosila poboljšanju imidža Republike Srbije u inostranstvu? Koji programi su najprijemčiviji za stranu publiku, a mogu da utiču na promenu slike o Republici Srbiji? Ko je ciljna grupa koja se poziva na kulturne događaje?, ambasadori su izneli sledeće stavove:

Slavko Kruljević ističe visoke umetničke domete: „Jačanju reputacije Srbije doprinose, prevashodno, sadržaji visokog umetničkog kvaliteta. Ciljne grupe su, u najvećoj meri, one koje imaju dobru reputaciju u svojoj zemlji u konkretnoj oblasti i one koji bi tome poklonile najbolju medijsku pažnju.” I ambasador Lutovac ističe važnost visokog umetničkog dostignuća u programima koji se realizuju. Mr Dušan Spasojević kaže da svaki kulturni sadržaj pozitivno utiče na promociju naše države, ali da bi bilo dobro da se u većoj meri promoviše savremena umetnost.

Ambasador Vučetić smatra da nije pitanje vrste programskih sadržaja, već problem obezbeđivanja finansijskih sredstava. U tom smislu, ambasador u našoj misiji u UN, navodi dobar primer partnerstva sa Austrijom u organizaciji Dunavskog bala, na kome je bilo prisutno više od 400 diplomata iz UN, uz napomenu da bilo još preko 200 zainteresovanih: austrijski kamerni orkestar, srpski trubači, valceri i kola, promocija Er Srbije, srpske i austrijske kuhinje, vina i sl. Ambasador Milanović konstatuje da je su sadržaji mahom likovni, muzički, gastronomski, turistički, dok su dramski programi, zbog jezičke barijere, prvenstveno namenjeni dijaspori (nije ih bilo u našoj Misiji, već samo u Generalnom konzulatu): „Ne računajući prijeme za nacionalni dan, Misija RS u UN je bila aktivna u promociji Srbije događajima kao što su: izložbe slika srpskih slikara koji žive u Njujorku, izložba o Viminacijumu, izložba o Nikoli Tesli, Dunavski bal... Dunavski bal je, po ocenama diplomata iz UN, najbolja manifestacija u UN u poslednjih nekoliko godina. U saradnji sa Misijom Austrije 2017. godine organizovano je, po drugi put, obeležavanje Prvog leta Er Srbije u SAD, a u cilju promocije našeg turizma - prijem za stotinak turističkih operatera iz SAD, u partnerstvu sa TOS-om. Održano je desetine razgovora sa grupama stranih studenata koje žele da se bliže upoznaju sa aktivnostima Republike Srbije u UN, posete američkih vojnih koledža itd. Događaji su organizovani, najčešće, na inicijativu Misije RS u UN, uz podršku MSP-a i drugih resora.”

Dr Pribićević podseća da se mi, pre svega, obraćamo strancima (Britancima) koji imaju senzibilitet prema Srbiji i Srbima. U Velikoj Britaniji, a i u drugim velikim centrima, problem nam predstavlja velika konkurencija i zasićenost programima, pa je teško obezbediti vidljivost.

Diplomata J. Dimitrijević predlaže sistemska rešenja: „Treba napraviti strategiju o planskom promovisanju srpskog identiteta i kulture u inostranstvu. Samoinicijativno organizovanje ad hoc projekata, koji su namenjeni limitiranim ciljnim grupama, ne mogu u većoj meri uticati na imidž.”

Ambasador Aleksandar Radovanović navodi primere uspešne prakse: „Kao primer veoma plodne direktne saradnje, koju je inicirala i omogućila Ambasada, možemo navesti saradnju arhiva Srbije i Slovenije. Kao plod te saradnje, između ostalog, nastala je zajednička izložba posvećena životu i radu Davorina Jenka, Slovenca koji je tvorac himne Republike Srbije „Bože pravde”. Takođe, zapaženu saradnju ostvario je najveći kulturno-kongresni centar u Sloveniji – Cankarjev dom sa Muzejom Nikole Tesle iz Beograda čiji je rezultat izložba „Nikola Tesla, čovek budućnosti” u Ljubljani. To je bila najposećenija izložba u Sloveniji u 2016. godini i izložba koja je bila uvrštena u nacionalni školski program Slovenije zbog svog kvaliteta, značaja i edukativnog karaktera. Ambasada je inicirala postavljanje spomenika znamenitim Srbima u Sloveniji – Vuku Karadžiću u Ljubljani i Mihajlu Pupinu na Bledu, kao simbol povezanosti dva naroda. O prijateljstvu Vuka Karadžića i Jerneja Kopitara govorila je i pozorišna predstava u slovenačko-srpskoj produkciji i zajednička izložba Narodne biblioteke Slovenije i Muzeja Vuka Karadžića iz Tršića. Sa druge strane, imajući u vidu da je Mihajlo Pupin zaslužan što je nakon Prvog svetskog rata Bled ostao u sastavu slovenačke teritorije, spomenik Pupinu na Bledu otkriven je u prisustvu predsednika Srbije i Slovenije, čime je stavljen akcenat na dobrim i prijateljskim odnosima dva naroda. Istom prilikom – u okviru zvanične posete predsednika Srbije Republici Sloveniji, u organizaciji Ambasade i Kabineta predsednika RS, neposredno pre otkrivanja spomenika, bila je upriličena izložba o Mihajlu Pupinu u Gradskoj kući u Ljubljani. Kada govorimo o izložbama koje su realizovane u samostalnom angažmanu Ambasade, u svom mandatu bih posebno izdvojio izložbu „Solunski front u objektivu ratnog slikara i fotografa Dragoljuba Pavlovića”, Narodnog muzeja iz Valjeva, koja je zalaganjem Ambasade proputovala sve veće gradove u Sloveniji. Na taj način, Ambasada je u Sloveniji obeležila stogodišnjicu od početka Velikog rata. Osim izložbi iz Srbije, u Sloveniji su kontinuirano prisutne i pozorišne predstave, koje se uglavnom realizuju po principu razmena predstava između pozorišta dve zemlje. Muzički sadržaji, učešće srpskih pisaca i filmova na različitim festivalima, takođe su deo gotovo svakodnevnih kulturnih saradnji i razmene dve zemlje.”

Ambasador Nikšić daje konkretne predloge: „Približavanje stavova Srbije narodima u međunarodnoj zajednici postiže se obeležavanjem jubileja i godišnjica svetskih istorijskih događaja (Dan pobede u Drugom, Dan primirja i 100 godina od Prvog svetskog rata), negovanjem istorijskih veza sa zemljom prijema, štampanjem dvojezičnih monografija, naučnom razmenom profesora, ekskurzijama za mlade, snimanjem i projekcijama filmova, postavljanjem izložbi na važnim mestima, podizanjem spomenika (npr. Nikoli Tesli u Njujorku, Pupinu...)”.

Na kulturne događaje se u svim našim diplomatskim predstavništvima pozivaju, osim predstavnika diplomatskog kora, predstavnici političke elite države prijema, kolege iz Ministarstava spoljnih poslova i Ministarstva kulture, predstavnici kulturnog establišmenta zemlje, poznate javne ličnosti, predstavnici medija, umetnici iz oblasti koja se promoviše i ugledni predstavnici naše dijaspore.

Peto pitanje postavljeno srpskim diplomatama je: Da li je među realizovanim programima bilo programa koji promovišu svetsku kulturnu baštinu i baštinu zemlje prijema na prostoru Republike Srbije (npr. memorijali i vojnička groblja)?

Ambasador Radovanović smatra da saradnja dva arhiva dve države koju je inicirao, upravo čini važnim ovo pitanje. „U Crnoj Gori nije bilo posebno teško ostvariti ovakvu saradnju, s obzirom na istorijske okolnosti.” (Dr Lutovac.) Ambasadori Kruljević, Spasojević i Janković kažu da nije bilo ovakve prakse u zemljama u kojima su oni službovali, ako izuzmemo aktivnosti koje promovišu lik i delo Arčibalda Rajsa u Švajcarskoj (S. Janković). Milanović i Pribičević ističu predstavljanje Viminacijuma, Tesle i Pupina, i to sa partnerima zemalja prijema (SAD i V. Britanija). Diplomata J. Dimitrijević kaže da je bilo projekata koji su promovisali svetsku kulturnu baštinu, ali je izostala jača podrška iz Srbije, u vidu dostave propagandnih materijala i sadržaja koji mogu da dopune i upotune projekte, tako da su projekti ostali nezapaženi, prvenstveno zbog nedostatka finansijskih sredstava. Vučetić smatra da se naše ambasade bave promocijom Srbije u zemlji prijema, ali ne i kulturom zemlje prijema u Srbiji.

Ambasador Nikšić predlaže: „Srbija treba da intenzivira aktivnosti na zaštiti 572 registrovana srpska vojna memorijala iz I i II svetskog rata u 40 zemalja sveta, i da se

ofanzivnom diplomatskom akcijom i koordinacijom pozicionira svojim bogatim kulturno-istorijskim nasleđem tamo gde pripada i da rehabilituje svoj imidž u svetskoj javnosti. Paradoksalno je da se svi u Srbiji deklarativno zalažemo za multikulturalnost u procesu globalizacije, a da se pri tom nedovoljno bavimo sopstvenim kulturnim blagom.”

Šesto pitanje u Protokolu intervju glasi: Da li je u realizaciji programa bilo uključeno njihovo prevođenje – na koji način, i koji jezik (jedan od svetskih jezika ili jezik zemlje prijema)? Da li je dovoljan engleski jezik ili je bolje imati prevode na jezik zemlje prijema?

Kada je reč o jeziku i prevođenju, svi naši ambasadori su saglasni da je, za komunikaciju sa širim auditorijem i medijima, najbolje koristiti jezik zemlje prijema. Iako u zapadnim zemljama svi govore engleski jezik, drugačiji je odnos prema projektu ako se izvodi na jeziku domaćina (Jelica Dimitrijević). „Prevođenje na jedan od domaćih zvaničnih jezika svakako je delotvornije nego na engleski jezik.” (Dr Snežana Janković). Ambasador Kruljević ima bojazan da je u Srbiji teško organizovati i finansirati prevodioce za jezike manjih zemanja (finski, npr), mada bi efekat bio još veći kada bi to bilo moguće.

Za diplomatski kor, engleski jezik je univerzalan, pa je najbolje kombinovati jezik zemlje prijema i engleski. Pri tom, naravno, treba da se čuje i srpski jezik (da bi se čula njegova muzika i jedinstvenost). Ambasador Nikšić smatra da treba štampati bilingvalna izdanja – na srpskom i jeziku zemlje prijema. U zemljama regiona, zbog bliskosti jezika, jezička barijera ne postoji, ali je jezik nekada kreiran kao politički problem zbog politike identiteta, i kao takav znatno ozbiljniji (Dr Lutovac).

Kakva je saradnja sa srpskom dijasporom – istaknutim pojedincima i udruženjima dijaspore? Da li ste (u kojim prilikama i kako) sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja? Šta mislite da treba promeniti u diplomatskoj strategiji sa srpskom dijasporom?, sedmo je pitanje iz upitnika.

Postoji 1137 srpskih klubova i udruženja u svetu, a 5. 100 000 Srba živi u oko 100 država na svim kontinentima. Ima zemalja u kojima je naša dijaspora brojna i pojedinaca koji su u mogućnosti i spremni da pruže pomoć. S druge strane, ima zemalja u kojima je broj naše dijaspore veoma mali. Od toga zavisi obim, stepen i vrsta saradnje ambasade sa pripadnicima naše dijaspore. Srbi u okruženju sami sebe ne doživljavaju kao dijasporu, već kao autohtoni narod i u tome je još jedna specifičnost ovih diplomatskih destinacija. (Dr Lutovac)

Izdvajamo odgovor ambasadora Spasojevića, koji objedinjuje stavove svih ambasadora na prvi deo ovog pitanja: „Često se sarađuje sa dijasporom upravo prilikom organizacije kulturnih aktivnosti. Uspeh zavisi od sastava dijaspore i njene zainteresovanosti za takvu vrstu aktivnosti. U većini država angažman pripadnika dijaspore je najveći u folklornim aktivnostima i nekoj vrsti promocije narodnih običaja. Osim toga, umetnici koji su u dijaspori upućuju molbu da im pomognemo oko promocije njihovih aktivnosti u oblasti kulture i umetnosti. U tim slučajevima ambasada najčešće izlazi u susret njihovim molbama. Što se tiče odnosa sa dijasporom, važno je privući najkvalitetnije ljude koji se nalaze u državama prijema, npr. istaknute Srbe koji rade na univerzitetima. Takođe, važno je ostvariti kontakt sa našim umetnicima, kako bi na najbolji način bili neka vrsta ambasadora u državama prijema. Nije dovoljno bazirati sve na tradicionalnim folklornim društvima ili obeležavanju praznika. Potrebna je šira akcija i potrebno je inspirisati, privući i mobilisati istaknutu i elitnu dijasporu, a to često nije slučaj. Takav pristup zahteva veći angažman cele diplomatije.”

Dr Snežana Janković je navela nekoliko primera važne saradnje sa Srbima i Švajcarskoj: „U Ambasadi je, u saradnji sa Srpskom dopunskom školom, 29. aprila 2017., održana priredba učenika srpskih srednjih škola, koji tradicionalno dolaze kod svojih vršnjaka iz kantona Bern, Opštine Lis i učenika Srpske dopunske škole. Takođe, u saradnji sa knjižarom „Stani” iz Badena, 27. aprila 2017., održano je književno veče Miodraga Lukića, srpskog pisca koji živi u Švajcarskoj. U organizaciji Udruženja srpskih žena iz Berna, uz podršku Ambasade, 28. februara 2015. godine, održano je tradicionalno veče srpske kulture. U sklopu obeležavanja jubileja 140 godina od rođenja Mileve Marić Ajnštajn, kao i 100 godina od otvaranja srpskog diplomatskog predstavništva u Švajcarskoj, u prostorijama Ambasade je, 26. maja 2016. godine, održan koncert dueta Katarina i Ljubica (klavir i violina) iz Beograda. Koncert je organizovan u saradnji

Udruženja žena „Mileva Marić Ajnštajn” i Ambasade Republike Srbije u Bernu. Na Univerzitetu u Lozani, maja 2016. godine, održana je ceremonija svečane primopredaje i otkrivanja biste dr Arčibalda Rajsja, koju je Institutu za kriminologiju u Lozani poklonilo Društvo srpsko-švajcarskog prijateljstva „Dr Arčibald Rajs”. Pored navedenih događaja, u Ambasadi je organizovano još nekoliko književnih večeri i koncerata u saradnji sa dijasporom, a u planu imamo još mnogo sličnih aktivnosti.”

Kada je o našoj dijaspori reč, ambasador Pribićević smatra da je prošlo vreme raznih vrsta podela i da je važno je pomenuti ulogu srpske crkve u sabornosti naših ljudi. Pribićević je, zajedno sa Srbima u Velikoj Britaniji organizovao obeležavanje jubileja iz II svetskog rata, genocid nad srpskim narodom u Hrvatskoj, različite njiževne večeri (npr. Uloga engleskih i škotskih bolničarki u Velikom ratu): „Moje iskustvo sa dijasporom je veoma pozitivno. Reviju srpskog filma, koja se održava već šestu godinu u Helsinkiju, organizovali smo u saradnji sa našom dijasporom u Finskoj. Važno je dijasporu doživljavati kao partnere i obratiti pažnju na njihova iskustva”, preporučuje ambasador Kruljević. Diplomata J. Dimitrijević smatra da treba prethodno ustanoviti kulturnu strategiju, koju treba uskladiti sa zemljom predstavljanja i brojem srpske dijasfore u zemlji prijema.

Na kraju iznosimo stav ambasadorke Nikšić, koja je na čelu Odeljenja za migracionu politiku, dijasporu i socijalne sporazume u MSP i koja najviše poznaje ovu problematiku: „Kulturna koordinacija sadržaja visokog kvaliteta (gostovanje vrhunskih umetnika) ima i edukacioni karakter i treba da bude stimulirana i subvencionisana. Ambasade treba da imaju funkciju koordinatora, a ukoliko to nisu u mogućnosti, da delegiraju. Stiče se utisak da se sa promenom Ambasadora svaki put počinje ispočetka. Treba motivisati Srbe iz dijasfore da budu zadužbinari. Bez ikakve strategije, mnogo sredstava i vremena se troši na ad hoc akcije kulturnog ili humanitarnog karaktera. A za dijasporu je važan upravo imidž Srbije, zbog poslovnog okruženja i zbog vaspitavanja mlađih generacija iseljenika i eventualnog povratka. Masovni skupovi dijasfore, uglavnom sa ponudom nekulture i kiča, nailaze na dobar odziv i, nažalost, usmeravaju pripadnike druge generacije na takve sadržaje. Organizacije srpske dijasfore učestvuju na konkursima za sredstava iz budžeta Ministarstva spoljnih poslova, ali i konkursima Ministarstva kulture. U tekstu konkursa se često ukazuje na specifičnosti zemlje prijema. Kontinuitet organizacija srpske dijasfore je nedovoljno iskorišćen potencijal. Mnogi predstavnici dijasfore ukazuju na potrebu uspostavljanja počasnih konzula upravo iz organizacija srpske dijasfore sa dugogodišnjim iskustvom. Titula počasnog konzula ne košta ništa, a može mnogo da doprinese na polju kulturne diplomatije.”

Kakav je Vaš stav o osnivanju škola srpskog jezika i promociji postojećih i šta je urađeno na tom planu? Da li imate kontakt sa lektoratima na univerzitetima u zemlji prijema, kao i sa izdavačkim kućama?, osmo je pitanje postavljeno diplomatama RS.

Škole srpskog jezika sa nastavnicima u programu Ministarstva prosvete funkcionišu uz logističku pomoć organizacija dijasfore: „Škole rade po programu Ministarstva prosvete Srbije i to je dobro rešenje. Njihova saradnja sa našim ambasadama je zadovoljavajuća. Uvek postoji prostor za poboljšanje delovanja, ali to je jedna od oblasti koje su dobro postavljene” (ambasador Spasojević). Interesovanje za učenje srpskog jezika je veliko, naravno, u redovima naše dijasfore. „Mislim da su škole srpskog jezika veoma značajne za srpsku decu u rasejanju. (J. Dimitrijević)”. U Nemačkoj, zemlja prijema finansira i organizuje učenje jezika za decu naše dijasfore. Kada to nije slučaj, kao u Velikoj Britaniji, onda SPC preuzima važnu ulogu (Pribićević).

Ambasade uglavnom imaju dobre kontakte i iskustva sa lektoratima na Univerzitetima, kao i izdavačkim kućama u zemlji prijema. Ambasadori Kruljević, Janković i Pribićević imaju jako dobra iskustva u ovoj delatnosti, gde god da su službovali. Često su organizovali i promocije knjiga u ambasadama. Npr., u Velikoj Britaniji je jaka saradnja sa lektoratom srpskom jezika koji se nalazi u Notingemu, a u ambasadi je čak održana i promocija saradnje. Isto tako, sa izdavačkim kućama koje izdaju prevode sa srpskog jezika, nemali broj puta organizuju se promocije knjiga, jer je upravo to prostor gde se može delovati i bez budžetskih sredstava. Ambasador Radovanović smatra da je neophodno mnogo više: „Treba finansirati prevodenje, kao i pomagati lektorate na univerzitetima na različite načine. Treba podsticati profesore, davati stipendije, besplatne

boravke u Srbiji..." Jelica Dimitrijević nema pozitivno iskustvo po ovom pitanju: „Nemamo saradnju sa lektorima na univerzitetima u zemlji prijema". Ambasador Vučetić daje primer iz Ankare: „Imajući u vidu da je naša dijaspora brojna i da postoji interes da ona ostane u vezi sa zemljom, škole srpskog jezika i dopunske nastave za decu su apsolutno neophodne. Iskustvo bivše SFRJ je, u tom pogledu, korisno. Država treba da nađe način i finansijska sredstva da pomogne rad tih škola (prvenstveno putem slanja i plaćanja nastavnika). Lektorat za izučavanje srpskog jezika, za sada, ne postoji u Turskoj. Ambasada je inicirala potrebu otvaranja katedre za srpski jezik na Univerzitetu u Ankari. Postignut je sporazum, ali Univerzitet u Beogradu nije mogao da reši pitanje lektora i stvar je zamrla. Neshvatljivo. Saradnja sa izdavačkim kućama je rezultirala prevodom knjige Via Romana Vuka Draškovića." Ambasador Spasojević smatra da bi bilo važno da Srbija veću pažnju posveti lektoratima u svetu i da obezbedi sistemsko rešenje za njihovo funkcionisanje.

Ambasador Lutovac, je imao kontakte i saradnju sa svim relevantnim institucijama kulture i obrazovanja u CG, zbog specifičnih odnosa i još uvek jakog srpskog identiteta u Crnoj Gori, gde je pitanje jezika političko, a ne samo kulturno.

Deveto pitanje glasi: Zbog sve većeg porasta značaja kulturnog turizma, interesuje nas kakva je Vaša saradnja sa Ministarstvom privrede, turizma i telekomunikacija Republike Srbije – Sektorom za turizam i turističkim organizacijama iz Srbije?

Ambasadori Radovanović, Spasojević i Pribićević smatraju da je saradnja resornih ministarstava odlična i, sa svoje strane, nastoje da Ambasade maksimalno podrže predstavljanje turističke ponude Republike Srbije. Predstavljanje se najčešće organizuje na sajmovima i to, pre svega, preko Turističke organizacije Srbije. Kao rezultat saradnje sa Privrednom komorom ambasador Pribićević navodi projekat Jumko koji je prvo obezbedio ugovor vredan milion funti, a potom dugoročnu saradnju sa nemačkom vojskom. Sada se od tih kompanija, kako kaže Pribićević, može tražiti sponzorstvo sa kulturnu diplomatiju. Treba pomenuti saradnju sa TOS-om i promociju turizma posmatranja ptica (srpski centar je u Kikindi). Tim povodom, organizovan je skup sa britanskim novinarima.

Dr Snežana Janković smatra da bi saradnja sa Ministarstvom privrede, turizma i telekomunikacija Republike Srbije, mogla da bude intenzivnija, uz viši stepen koordinacije. Ambasador Vučetić odgovara da saradnja Ambasade sa nadležnim ministarstvom ne postoji i da se nikada nisu obratili sa bilo kakvim predlogom ili inicijativom. Pretpostavlja da je saradnja verovatno orijentisana na rad sa turističkim agencijama, jer je primetan porast turskih turista koji posećuju Srbiju, čemu sigurno doprinosi bezvizni režim. Na nedostatak saradnje sa Ministarstvom privrede, turizma i telekomunikacija Republike Srbije – Sektorom za turizam i turističkim organizacijama iz Srbije, ukazuje i Jelica Dimitrijević: „Osim povremenog dostavljanja informacija o održavanju sajmova turizma u Srbiji i prosleđivanja poziva nadležnom norveškom organu, Ambasada RS u Oslu nije realizovala ni jedan projekat ove vrste".

Kada su zemlje okruženja u pitanju, zbog specifičnih odnosa i međusobne povezanosti, odnosi su u najvećoj meri neposredni, a ambasada bi trebalo da ih pospešuje i doprinosi njihovom unapređivanju (Dr Lutovac). Ambasador Slavko Kruljević ističe da saradnja u velikoj meri zavisi od TOS-ovog izbora prioriteta zemalja.

Ambasador Ljiljana Nikšić konstatuje: „Formiranjem Sektora za kulturnu i ekonomsku diplomatiju u MSP mogao bi da se napravi efikasan program kulturnog i ekonomskog delovanja na različitim kontinentima koji bi objedinio rad svih potencijala u kulturi i ekonomiji, kao i nevladinog sektora, fondacija i zadužbina u zemlji i inostranstvu. Srbija raspolaže sa 572 memorijala u 40 zemalja na planeti i treba ozbiljno da razmišlja, između ostalog, i o promovisanju tzv. memorijalnog turizma. Srpski manastiri, takođe, predstavljaju resurs za promovisanje dometa srpske kulture i tradicije kao dela svetske kulturne baštine po nomenklaturi UNESCO-a."

Deseto pitanje na koje su odgovarale naše diplomate glasi: ⁴⁸ Navedite najpozitivnije i najnegativnije stavove o Republici Srbiji u stranoj štampi? Da li ste, koliko i na koji način mogli da utičete na izveštavanje stranih medija? Kako ste prikupljali informacije iz stranih medija? Kako komunicirate sa medijima?

Čini se da ambasador Lutovac daje najbolji uvod u odgovore na ovo pitanje: „Vrednosne sadržaje i intonacije određuju politički odnosi dve zemlje i time se prostor diplomatije

ograničava. Kada su povoljne političke okolnosti, informativni prostor je širom otvoren, ali i kada nisu povoljne, postoji velik prostor za prikupljanje i plasiranje informacija, kao i za korektnu komunikaciju sa medijima. Tu je ličnost i karakter diplomate od velikog značaja." Negativni stavovi su, u velikoj meri, bili povezani sa periodom devedesetih godina prošlog veka, dok se pozitivni vezuju za proevropski put Srbije. Najpozitivnija iskustva imaju naše diplomate u Grčkoj i Sloveniji. „Imajući u vidu blizinu Srbije i Slovenije, kao i savremene načine komuniciranja i prikupljanja informacija, slovenački mediji aktivno prate različita dešavanja u Srbiji, značajan broj i preko svojih dopisnika, što im omogućava da neposrednim uvidom i informisanjem o određenom događaju formiraju svoje mišljenje – pozitivno ili negativno, uvek u granicama novinarske slobode i nezavisnog položaja koji mediji imaju. Sa slovenačkim medijima Ambasada ima veoma dobre odnose i komunikaciju, a Republika Srbija je u slovenačkim medijima prisutna kako intervjuima sa najvišim državnim zvaničnicima Srbije koji posećuju Republiku Sloveniju, tako i brojnim reportažama o prirodnim, kulturnim i turističkim potencijalima i ponudama Srbije. Jedan od osnovnih zadataka svake ambasade jeste praćenje izveštavanja medija zemlje prijema o temama od interesa za našu zemlju i prenošenje pomenutog relevantnim institucijama u Republici Srbiji," istakao je ambasador Radovanović. Mr Dušan Spasojević primećuje: „U Grčkoj je imidž Srbije izuzetno pozitivan i to se oseća kako među običnim narodom, tako i među grčkom političkom, privrednom, medijskom i kulturnom elitom. Tome doprinose tekstovi koji promovišu Srbiju kao zemlju sa posebnim šarmom, koji afirmišu naše turističke destinacije, naročito Beograd kao metropolu koja nije podređena turističkom ukusu već je zadržala autentičnost. Pozitivnom imidžu mnogo je doprineo Egzit, kao jedan od poznatijih festivala u Evropi. Egzit predstavlja pozitivnu sliku države, posebno među mladima i veoma dobar model koji treba slediti." Diplomate naglašavaju nezavisnost stranih medija. „Radi uticaja na izveštavanje medija, odlučivao sam se na intervju naših visokih političkih ličnosti (ministar, premijer) u tiražnim pisanim i elektronskim medijima, kao i nastupe naših umetnika u njima. Posećivao sam i održavao kontakte sa svim važnijim spoljopolitičkim urednicima medija zemlje prijema i davao naše zvanične stavove i ocene koje bi im mogle poslužiti za izveštavanje o događajima na našem prostoru. Kao dobar primer uticaja mogao bih da navedem intervju koji je najtiražnijem listu (250.000 primeraka) dala moja supruga i koji je u finskoj sredini veoma dobro ocenjen. Registrovali smo da je posle tog intervjuja, izašlo nekoliko članaka koji su bili pozitivni za Srbiju." (Ambasador RS u Finskoj, Slavko Kruljević)

U našem diplomatskom predstavništvu u Turskoj, rad sa medijima je visoko na listi prioriteta u nastupu Ambasade: „Uspostavljeni su direktni kontakti sa ključnim ljudima. Saradnja je rezultirala u brojnim intervjuima, autorskim tekstovima i sl. Najnegativniji tekstovi su se ticali slučaja Srebrenica. U najpozitivnije ubrajamo autorski članak objavljen u jednom dnevnom listu povodom obeležavanja stogodišnjice Prvog svetskog rata," ušućuje nas ambasador Vučetić. D. Spasojević iznosi da diplomate iz Ambasade komuniciraju sa svim medijima za koje procene da su važni za naše interese i promociju naših stavova: „Uvek, u skladu sa diplomatskim pravilima i uzusima ponašanja, nastojimo da utičemo da izveštavanje o Srbiji bude blagonaklono i pozitivno. Ne libimo se da reagujemo na određene izrečene stavove, ako smatramo da je neophodno." U Švajcarskoj sredstva javnog informisanja redovno izveštavaju o svim aktuelnim temama u Republici Srbiji: „Pored kratkih, faktografskih tekstova, u ovdašnjim najtiražnijim listovima - germanofonom „NZZ" i frankofonom „Le Temps", često se objavljuju detaljni i analitički tekstovi na sve aktuelne političke teme u Srbiji i regionu. Komunikacija sa medijima, kao i sa novinarima koji izveštavaju iz Beograda postoji, ali bez velike mogućnosti da se utiče na njihovo izveštavanje." (Dr Snežana Janković, ambasador RS u Bernu). „Pozitivnih stavova o Srbiji je prilično malo u norveškim medijima. Na sajtu norveškog MSP se povremeno objave afirmativni članci o evropskom putu Srbije. Negativni članci se uglavnom odnose na prorusku politiku i širenje nacionalizma i nestabilnosti u regionu Zapadnog Balkana. Nismo u mogućnosti da utičemo na stavove norveških medija. Sa medijima nemamo komunikaciju. Informacije prikupljamo online", iznosi situaciju u Norveškoj, savetnik u ambasadi RS u Oslu, J. Dimitrijević.

Na osnovu Vašeg dosadašnjeg iskustva, koje veštine smatrate presudnim za kulturnu diplomatiju? Da li ste razmenjivali iskustva sa stranim kolegama o tome, i šta su Vam oni

savetovali u cilju promocije identiteta i promene imidža Republike Srbije? Šta ste od toga mogli da preuzmete od stranih kolega?, glasilo je jedanaesto pitanje postavljeno srpskim ambasadorima.

Ambasadori su, po ovom pitanju, istomišljenici, pa navodimo odgovor D. Vučetića: „Veštine koje su potrebne jednom diplomati se uglavnom poklapaju i za rad na sektoru kulture - obrazovanje, komunikativnost, poznavanje jezika i sl. Možda ovome treba dodati lični afinitet za kulturu. Osoba koja se bavi ovim poslom treba da ima dobar uvid u kulturno stvaralaštvo u zemlji, dobre kontakte sa stvaraocima i poslenicima iz oblasti kulture. To sve može da pomogne u koncipiranju kulturnog nastupa u zemlji prijema. Imamo mnogo kontakata sa stranim kolegama. Nema tu velikih tajni, ali kultura i kulturni nastup u inostranstvu traže finansijska sredstva i osmišljen plan u zemlji. Nažalost, toga kod nas nema i sve je prepušteno inicijativi i snalažljivosti pojedinaca. Na tome ne može da počiva ozbiljan kulturni nastup u inostranstvu koji ima za cilj popravljjanje imidža Srbije koji je poslednjih decenija toliko narušen da se samo osmišljenim nastupom može postepeno popravljati.” Ovome se može dodati mišljenje Slavka Kruljevića da je za kulturnu diplomatiju od posebnog značaja da može da raspolaže visokim kvalitetom kulturnog nastupa, kao i da identifikuje oblasti kulture koje imaju posebno mesto u zemlji prijema. Takođe, u svemu tome, posebno mesto ima publicitet bez koga važan kulturni događaj može da bude sveden na marginalan, iako uz uloženi veliki trud. Dr Snežana Janković ističe važnost ostvarivanja kontakata sa institucijama i umetničkim krugovima u zemlji prijema, kao i neophodnost razmene iskustava i realizacije partnerstava sa stranim kolegama. Ambasador Pribićević je sarađivao sa kiparskim i austrijskim kolegama, a navodi i primer partnerstva sa Slovačkom, u realizaciji izložbe naivnog slikarstva: „Svi radimo isto, samo je razlika u visini finansija i snalažljivosti oko traženja alternativnih izvora finansiranja”. Iskustva stranih kolega o kulturnoj praksi u promeni imidža su, kako smatra savetnik J. Dimitrijević, u većini slučajeva neprimenjiva za nas, zbog izostanka finansijske podrške. Da kulturna diplomatija može biti efikasno sredstvo pokazuju primeri zemalja koje sistematski deluju u svetu na promociji svoje kulture, ali, ambasador Spasojević konstatuje: „Teško je, bez ikakvog budžeta i sistemskog rešenja za oblast kulture i umetnosti, napraviti krupne pomake. Iz tih razloga i rezultati naše kulturne diplomatije još nisu ostvarili svoj puni potencijal.” Na potrebe partnerstava, sistemskih rešenja i većih finansijskih ulaganja ukazuju sve diplomate. „Pod uslovom da je doneta strategija kulture Republike Srbije, da bi slika o Srbiji bila bolja, treba uložiti mnogi rada i povezivati se sa domaćim i stranim partnerima na svim poljima kulture,” ukazuje A. Radovanović.

„Pored širokog opšteg obrazovanja, neophodno je imati dobre komunikacione veštine i posvećenost poslu, poznavanje kulture sopstvene zemlje i zemlje prijema, ali i potrebno je imati neke lične kvalitete i osobine koje mogu otvarati naizgled zaključana vrata,” reči su ambasadora Lutovca, na čiji stav se nadovezuje i stav ambasadora Ljiljanae Nikšić: „Diplomata i nobelovac Ivo Andrić je rekao da se pogrešan izbor zanimanja u svakoj oblasti skupo plaća, ali nigde toliko skupo kao u diplomatiji. Srbija ima sve predispozicije za plasiranje vrhunske kulturne diplomatije kroz elitni karijerni ešalon široko obrazovanih diplomata i njome otvara vrata u uticajnim krugovima širom sveta. Stubovi srpske kulturne diplomatije treba da budu vrhunski uspesi naših stručnjaka u nauci, stvaralaštvu, sportu i kulturno-istorijska baština i tradicija koje su u različitim epohama proslavili Srbiju širom sveta. Primer koordiniranog i delotvornog delovanja u oblasti kulturne diplomatije su svakako Velika Britanija, SAD, Nemačka, Francuska i Rusija.”

Dvanaesto pitanje je bilo: Da li ste slali izveštaje o kulturnim događajima u zemlji službovanja u MSP i ko je zadužen da šalje te informacije? Kakav je, po Vašem mišljenju, učinak kulturne diplomatije naše zemlje na promeni imidža Republike Srbije u zemlji prijema? Takođe, želeli bismo da nam kažete šta smatrate svojim konkretnim doprinosom kulturnoj diplomatiji - promociji Republike Srbije i promeni imidža?

Slanje izveštaja o kulturnim događajima deo je redovne i obavezne diplomatske procedure. Zavisno od kadrova u Ambasadi, to obično radi ataše zadužen za kulturu i medije, negde ataše za kulturu i ekonomiju (V. Britanija...) ili drugo osoblje. Neki događaji se izdvajaju i stvaljaju na sajt MSP. Kao odgovor na prvi deo ovog pitanja, najbolje je

navesti reči ambasadora Spasojevića: „Uvek šaljemo izveštaje kada nastupaju naši umetnici ili kada je reč o bilo kakvoj vrsti naše kulturne delatnosti u državi prijema. Podaci se analiziraju i na godišnjem nivou, a prate se i beleže i za potrebe bilateralnih susreta sa zvaničnicima - u svim razgovorima postoji i stavka kulturne razmene. Važno je i da dva ministarstva ostvare kontakte, razmenjuju posete i utvrde šta bi bilo dobro pokazati u određenoj državi od kulturne ponude Srbije.” I Uprava za dijasporu dobija izveštaje o kulturnim dešavanjima i povremeno objavljuje na veb-sajtu MSP. Bilo bi dobro da se objavljuje i multijezično, ili barem na engleskom jeziku. Nažalost, nedostatak kadrova, u ovom slučaju prevodilačkog kadra, veliki je problem (Lj. Nikšić). Kruljević i Pribićević ističu važnost uloge medija i svih raspoloživih medijskih nastupa u zemlji prijema, da bi se na taj način povećao interes stranaca za Srbiju i naše kulturne sadržaje.

Upravo kroz kulturnu diplomatiju je najefektnije poboljšavati imidž, stav je ambasadora Lutovca, dok Vučetić smatra da bi se znatno više moglo postići kada bi postojala ne samo finansijska već i organizaciona podrška iz zemlje. Diplomata J. Dimitrijević odgovara da je učinak kulturne diplomatije minimalan, s obzirom da je baziran samo na kreativnosti i ambiciji šefa DKP i da se bez kulturne strategije na nacionalnom nivou ne može promeniti imidž Srbije. Milan Milanović ukazuje na nedostatak komunikacije i nemanje uvida u rad i rezultate drugih DKP-a.

Kada je reč o konkretnom doprinosu naših ambasadora kulturnoj diplomatiji i promeni imidža Srbije, izdvajamo nekoliko odgovora:

„Tokom svog mandata u Republici Sloveniji, osnovni cilj u domenu kulture bio mi je pronalaženje tačaka spajanja dva naroda i insistiranje na njima i njihovoj promociji. Konstantno povezivanje i uspostavljanje kontakata, upućivanje ideja i inicijativa resornim institucijama u Republici Srbiji, uvek su doveli do nastanka manjeg ili većeg projekta, u svakom slučaju nesumnjivo do događaja koji su kontinuirano i redovno skretali pažnju na bogatstvo naše zemlje – kulturno, istorijsko i prirodno.” (A. Radovanović)

„Što se tiče konkretnog doprinosa Ambasade kulturnoj diplomatiji u proteklom periodu, pored svih već navedenih aktivnosti, naveli bismo i posetu ministra kulture i informisanja Republike Srbije, Vladana Vukosavljevića, koji je boravio u poseti Švajcarskoj, 26-28. januara 2017. godine. Tom prilikom, on se sastao sa švajcarskim ministrom zaduženim za kulturu, Alenom Berzeom i Ivom Fišerom, zamenikom direktora Savezne kancelarije za kulturu. Ova poseta je bila izuzetno korisna i dobrodošla, imajući u vidu da između Srbije i Švajcarske, uprkos bliskosti i odličnim bilateralnim odnosima, ovaj vid saradnje nije naročito razvijen. U razgovorima su pokrenute brojne konkretne ideje za buduću saradnju.” (Dr S. Janković)

„Najpozitivnijim doprinosom smatram povećanje interesa Finaca za naše kulturne sadržaje.” (S. Kruljević)

„Od onog što sam lično inicirao i realizovao, najvažnije su promocije i obeležavanja jubileja Velikog rata (film, muzika, izložba, pozorište). I u Škotskoj je bila promocija, a prenosili su i britanski mediji. Prvi put posle sto godina, u Britanskom parlamentu je obeležen Vidovdan, i čule su se pesme Marš na Drinu i Kreće se lađa francuska. O tome su pisali i britanski i srpski mediji.” (Dr O. Pribićević)

„Izbegavajući da govorim o sebi, pozvaću se na stavove relevantnih kulturnih institucija Srba u Crnoj Gori koje smatraju da sam dao veliki doprinos institucionalizaciji kulturne saradnje i organizovanju velikog broja kulturnih događaja koji su s jedne strane doprinosili čuvanju srpskog identiteta, a s druge strane, jačanju kulturnih veza sa Crnom Gorom. Prvi zvanični sporazum koji su potpisale Srbija i Crna Gora bio je Sporazum o kulturnoj saradnji. Potpisan je Sporazum o saradnji Narodnog pozorišta iz Beograda i Crnogorskog narodnog pozorišta, Ustanovljena je Matica srpska – Udruženje članova u Crnoj Gori, konzulat u Herceg Novom koji je veliki deo svojih programa ostvarivao na polju kulturne diplomatije...” (Dr Z. Lutovac)

Na kraju, molimo Vas da nam, s aspekta Vaše nadležnosti, kažete koje mere i akcije smatrate neophodnim i presudnim za promenu imidža Republike Srbije, kao i da nam ukažete na još neke aspekte ispitivane pojave koji nisu obuhvaćeni navedenim pitanjima?

Ovo su preporuke srpskih diplomata:

„Neophodno je da, na nivou države, prevlada svest o značaju kulture, ne samo na popravljanju imidža, već i za ukupan međunarodni ugled zemlje u svetu. Nastup mora da

bude organizovan u zemlji, a da ga diplomatska predstavništva realizuju. Prepustiti ceo taj važan posao individualnoj inicijativi pojedinih umetnika i diplomata, njihovom dovijanju, nije pravi put. Zemlja koja teži ulasku u EU mora o tome da vodi računa. Zato mora da postoji strategija predstavljanja Srbije u EU. Ali treba da obezbediti i finansijska sredstva bez kojih se, nažalost, ovakve aktivnosti ne mogu organizovati.” (Ambasador Danilo Vučetić)

„U budućnosti, kulturna/javna diplomatija mogla bi biti unapređena usvajanjem strategije kulture Republike Srbije, kojom bi bio precizno definisan nastup ka stranim zemljama, ponuda kulturnog sadržaja od strane resornog ministarstva na raspolaganju ambasadama, kao i veće finansijske podrške umetnicima od strane nadležnih institucija, čime bi i umetnici neposredno lakše prezentovali svoje stvaralaštvo u inostranstvu. Treba, svakako, u analizi dometa aktuelnih mogućnosti u sferi kulturne diplomatije napraviti jasnu distinkciju između zemalja regiona i evropskih zemalja u odnosu na daleke zemlje, gde su mogućnosti za samostalnim aktivnostima ambasada i neposrednom saradnjom umetnika ograničenije i zahtevaju jasniju i formalizovaniju podršku institucija iz zemlje.”

(Ambasador A. Radovanović)

„Pre svega, treba odrediti ciljeve, prioritete i budžet, a potom doneti godišnji plan na nivou Vlade i MSP. Sve to, pretpostavlja da MSP unapred pošalje upit svim DKP da daju predloge.” (M. Milanović, ambasador Srbije u UN)

„Neophodno je napraviti nacionalnu strategiju za promociju srpske kulture i imidža u inostranstvu. Takođe, država treba da izdvoji značajna finansijska sredstva za ove namene i jasno definiše svoje ciljeve na polju kulturne diplomatije. Bilo bi poželjno da se poslovima na polju kulturne diplomatije bave stručna lica, koja imaju iskustvo u obavljanju kulturnih delatnosti. Posebno je važno da se osmisle dugotrajniji kulturni projekti koji bi bili rezultat zajedničkog rada dve ili više zemalja i širili imidž i promovisali kulturne interese naše zemlje.” (J. Dimitrijević)

„Kako bi imidž Srbije, koji je znatno poboljšan poslednjih godina, bio još bolji i pozitivniji, neophodan je viši stepen koordinacije MSP sa Ministarstvom kulture i informisanja, Ministarstvom trgovine, turizma i telekomunikacija, Turističkom organizacijom Srbije, kao i veća izdvajanja iz budžeta za predstavljanje srpske kulture u inostranstvu.” (Dr Snežana Janković)

„Pozicija ambasadora nam daje benefite u stvaranju ličnih kontakata, te tako možemo da doprinesemo boljem imidžu i pozicioniranju Srbije.” (Dr Pribićević)

„Kulturna diplomatija ne bi trebalo da se oslanja na individualne kvalitete pojedinaca, nego na strateška dokumenta i razrađene programe za svaku od zemalja. Sve to, dok bi kvalitet ambasadora i diplomatskog osoblja trebalo da se podrazumevaju. To je osnova za uspostavljanje svrsishodne kulturne diplomatije.” (Dr Zoran Lutovac)

„Srbija se suočava sa hitnom potrebom definisanja svog nacionalnog identiteta i kulturne diplomatije, kao važnog i uticajnog aspekta njene spoljne politike sa ciljem „novog brendiranja Srbije od ‘Srbija ratna zona’ u ‘Srbija novih mogućnosti drevne tradicije i autentičnih kulturnih vrednosti’”. Za novo brendiranje i promenu imidža Srbije potrebno je vreme, strpljenje, naporan rad i razrađena nacionalna strategija. Nijedna marketinška agencija ne može da brendira Srbiju kao srpska diplomatska mreža koja rezidencijalno i nerezidencijalno ‘pokriva’ više od 178 zemalja sveta.” (ambasador Ljiljana Nikšić)

2.2. Stavovi stranih ambasadora u Srbiji o kulturnoj diplomatiji i imidžu

Zadacima istraživanja je, između ostalog, predviđeno da se prikupe mišljenja inostranih diplomatskih predstavnika akreditovanih u našoj zemlji o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije. U vezi s tim, uvažavajući njihovu funkciju, znanje i iskustvo, zatražili smo od stranih diplomata da nam odgovore na određeni broj pitanja vezanih za predmet istraživanja (Prilog 2).

Pre nego što su odgovoriti na postavljena pitanja, strani ambasadori su zamoljeni da nam daju neke osnovne podatke o sebi i dužnosti koju obavljaju, i to: 1) zemlja koju predstavljaju; 2) dužina staža u diplomatiji; 3) obrazovanje; 4) jezici koje govore i 5) zemlje u kojima su bili u diplomatskoj misiji:

1) Ambasador Filip Pinington, predstavlja Kanadu u RS; u diplomatskoj službi je 31 godinu; završio je političke nauke, ali i master iz oblasti umetnosti; govori dva zvanična

jezika Kanade - engleski i francuski; u diplomatskoj misiji bio je na Barbadosu, u Irskoj, Belgiji (NATO) i Srbiji;

2) Ambasador Tomaš Njegodiš je na čelu Poljske diplomatske misije u Srbiji; diplomata je već 20 godina; po obrazovanju je diplomirani pravnik; govori poljski, francuski i ruski jezik; Belorusija, Senegal, Liban, Rusija i Srbija su zemlje u kojima je bio službi;

3) Ambasador Gordan Markotić predstavlja Republiku Hrvatsku; u diplomatiji je 22 godine; master je pravnih nauka; govori engleski, francuski i italijanski jezik; pre Srbije, bio u Švajcarskoj;

4) Ambasador Johanesh Ajgner je na čelu Austrijskog diplomatskog predstavništva u Beogradu; 32 godine se bavi diplomatijom; doktorirao je na Pravnom fakultetu; jezici koje govori su nemački (maternji), francuski, engleski, ruski i srpski; do sada je u diplomatskoj misiji bio u Egiptu, Rusiji, Slovačkoj i Srbiji;

5) Ambasador Holandije u Beogradu, Hendrik Van Den Dol je 30 godina u diplomatiji; diplomirao je Istoriju na Univerzitetu Amsterdam; govori holandski (maternji), engleski, nemački i francuski jezik; 5) Holandija, Belgija (Brisel, EU), Švajcarska (Ženeva, UN), Poljska, Albanija i Letonija (Estonija i Litvanija) i Srbija su njegove diplomatske destinacije;

6) Ambasador Arne Sanes Bjornstad je na čelu Ambasade Kraljevine Norveške; 27 godina je u diplomatiji; magistar je pravnih i političkih nauka, završio je i postdiplomske studije u javnoj administraciji; govori: norveški, engleski i francuski jezik; 5) osim Srbije, Turska, Maroko, Francuska i Velika Britanija su zemlje u kojima je bio u diplomatskoj misiji;

7) Ambasador Jan Lundin od 1983. godine predstavlja Švedsku; magistar je pravnih nauka; govori švedski, engleski, srpskohrvatski, nemački i ruski, dok na srednjem nivou koristi francuski, italijanski, litvanski i albanski jezik; kao diplomata je boravio u Rusiji, Nemačkoj, Gruziji, Litvaniji, Švedskoj (kao Generalni direktor Stalnog Međunarodnog sekretarijata Saveta Baltičkih zemalja) i Srbiji;

8) Ambasador Azerbejdžana, Eldar Hasanov, u diplomatiji je 26 godina; doktor je pravnih nauka; govori: azerbejdžanski, turski, ruski, engleski, rumunski i srpski; Rumunija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Srbija su diplomatske destinacije Hasanova.

9) Ambasador Alona Fišer Kam predstavlja Izrael u RS; u diplomatiji je četvrt veka; doktorirala je političke nauke na Univerzitetu u Tel Avivu; govori hebrejski, engleski, francuski i španski jezik; Argentina, Francuska, Španija, Srbija su zemlje u kojima je predstavljala Izrael;

10) Ambasador Alžira, Abdelamid Šešub, u diplomatiji je 38 godina; školovani je diplomata - Visoka škola za administraciju (Ecole Nationale d'Administration) – odsek: diplomatija; govori arapski, francuski, engleski i španski; u diplomatskoj misiji je bio u Nigeru, Francuskoj, Maroku, Kuvajtu, Kolumbiji, Gabonu, Senegalu i Srbiji;

11) Ambasador Frensis O'Donel je više od 40 godina u diplomatiji; Predstavljao je Ujedinjene nacije i, individualno, nekoliko agencija tokom boravka u Beogradu, prvo kao predstavnik UNDP za SRJ (od 13.10.2000. do marta 2002), i kao UN-kordinator za SRJ/Srbiju i Crnu Goru (od marta 2002. do 30.09.2004.) U istom svojstvu je predstavljao UN u Ukrajini od oktobra 2004. do marta 2009. Kasnije je predstavljao Suvereni vojni malteški red kao njihov Izvanredni i Opunomoćeni Ambasador u Slovačkoj, od juna 2009. do marta 2013; diplomu je stekao na Nacionalnom Univerzitetu Irske (filozofija, nacionalna ekonomija i politička ekonomija), postdiplomske studije iz međunarodnog prava i diplomatije (1990-1991.) završava u Ženevi, Švajcarskoj, a stekao je i druge profesionalne sertifikate i diplome; govori engleski, francuski, italijanski, galski (irski keltski), i dijalekat arapskog (dobro razumevanje pisanog latinskog, portugalskog, španskog i rumunskog; osnovno znanje nemačkog, srpskog, ruskog i turskog); zemlje u kojima je bio u diplomatskoj misiji: Rezidencijalne diplomatske misije - Jordan (1965); Izrael (1966); Sirija (1967); Sudan (1976-1978); Lesoto (1979-1983); Mauritanija (1983-1986); Niger (1986-1988); Francuska/Švajcarska (1988-1994); Turska (1994-1996); SAD (1996-2000); SRJ, kasnije Srbija i Crna Gora (2000-2004); Ukrajina (2004-2009); Slovačka (2009-2013); Kratkoročne misije - Avganistan, Albanija, Andora, Angola, Azerbejdžan, Austrija, Belgija, Benin, Bosna i Hercegovina, Burundi, Burkina-Faso, Kanada, Centralna Afrika, Hrvatska, Istočni Timor, Eritreja, Etiopija, Francuska, Nemačka, Haiti, Mađarska, Indija, Italija, Japan, Kenija,

Letonija, Liban, Bivša Jugoslovenska Republika Makedonija, Moldavija, Holandija, Pakistan, Poljska, Portugal, Rumunija, Ruanda, Senegal, Srbija, Sijera Leone, Slovačka, Somalija, Španija, Sudan, Švedska, Sirija, Togo, Turska, Velika Britanija, Jemen, Zambija.

U drugom delu Protokola intervjua inostranim ambasadorima postavljeno je dvanaest pitanja u vezi uticaja kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu.

Kako Vi vidite ulogu kulture i umetnosti u diplomatiji? Koliko se Vaše viđenje razlikuje od dosadašnje prakse s kojom ste se susretali tokom službe? Da li je i na koji način, po Vašem mišljenju, moguće obezbediti reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji? Da li je Vaša diplomatska misija popunjena adekvatnim kadrom za realizaciju međunarodne kulturne saradnje?

Ambasador Austrije, Johanesh Ajgner sažeto i jasno predstavlja austrijsku praksu: „Uloga umetnosti i kulture u diplomatiji je veoma važna. Međunarodna kulturna politika je važan instrument u austrijskoj spoljnoj politici. Njen cilj je da pozicionira Austriju kao trendsetersku državu orijentisanu ka budućnosti, i fokusira se na širenje modernih aspekata kulturnog i naučnog rada u Austriji. Želimo da predstavimo Austriju kao inovativnu, kreativnu naciju čija su dostignuća u umetnosti, kulturi i nauci izgrađena na velikoj tradiciji. Ambasada Austrije u Beogradu, preko Austrijskog Kulturnog Foruma, ima adekvatno osoblje za implementaciju svog programa, a trenutno se sastoji od direktora, dva zaposlena koja rade puno radno vreme i dva koja rade pola radnog vremena.”

Ambasador Holandije iznosi svoje diplomatsko iskustvo: „Kultura i umetnost imaju veoma važnu ulogu u diplomatiji, jer stvaraju veze koje zvanični diplomatski naponi nekada ne mogu. Ovo važi za sva vremena i ništa se nije promenilo. Ono što nam ponekad fali je finansiranje, iako imamo neka sredstva koja nam dodeljuje Ministarstvo, a možemo da uradimo mnogo na kreativan način sa malo sredstava.” Ambasador Kanade, Pinington je određen: „Kultura ima svoju ulogu u diplomatiji, ali više kao pomoćni činilac nego kao zaseban i neophodan subjekat. Kultura je sredstvo da utvrdite svoje pozicije i predstavite svoju zemlju. Kada je čista diplomatija u pitanju i kada se donose važne odluke, kultura može da odigra važnu ulogu u tome. Koristimo svaku mogućnost i priliku, kada su kultura i umetnost u pitanju, da posebno osvetlimo i predstavimo Kanadu.” Vlada Izraela prepoznala je kulturnu diplomatiju kao važno sredstvo njenih diplomatskih napora koje uspešno predstavlja sliku Izraela u inostranoj javnosti. Ambasada Izraela u Srbiji je prilično mala, upoređujući je sa nekim drugim misijama, ali je osoblje uporno i kreativno - projekti kulturne diplomatije omogućavaju diplomatama da razmišljaju inventivno, vizionarski i van stereotipa, primećuje ambasador Fišer Kam. Ambasador Poljske ističe razliku između dva koncepta diplomatije – standardne diplomatije, kako su je razumeli u XIX veku i moderne diplomatije, usmerene na javnu diplomatiju, kojoj je glavni cilj da dopre do društava u zemlji prijema. Upravno na toj liniji, ambasador Norveške smatra da se kulturna diplomatija menja i fokusira na umetničke forme koje su manje elitističke, ali ostaje deo širokog područja javne diplomatije i nacionalnog brendiranja. Jan Lundin definiše diplomatiju kao komunikacijski kanal između dve zemlje koji determiniše odnose između njih, dok kultura, obično, otvara vrata diplomatiji. Gordan Markotić, ambasador Hrvatske, naglašava važnost kulture kada su odnosi dve države nepovoljni: „Smatram da je uloga kulture i umjetnosti jako bitna u diplomaciji budući da ne samo odlično predstavlja određenu zemlju već doprinosi zbližavanju različitih naroda čak i u situacijama kada su politički odnosi među državama na niskim razinama. Čak i kada takvih odnosa uopće nema, kultura i umjetnost mogu doprinijeti njihovoj uspostavi i izgradnji.” Kada je u pitanju specifično funkcionisanje UN, ambasador UN, O'Donel ističe: „Važno je razumeti ulogu kulture i umetnosti kao olakšavajuće faktore građenja odnosa koji su važni za uspešnu diplomatiju. Iskusi diplomata usavršava svoje razumevanje ove teme sa iskustvom - poznavanje relevantnih elemenata kulture i umetnosti zemlje domaćina pomaže boljoj komunikaciji u vezi sa vrednostima, podeljenim iskustvima, empatijama i aspiracijama. Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine UNESCO-a je dobar primer.”

Ambasadori su saglasni da je teško postići reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji, jer su resursi svake ambasade i države drugačiji. „Saradnja i reciprocitet nikada ne treba da se mere kvantitetom već kvalitetom” (J. Lundin) „Reciprocitet je poželjan ali ne

i nužan. Ono što je najbitnije je da postoji kulturna razmjena između država, a u kojem je to obimu s jedne i druge strane nije toliko važno (Markotić). Norveški ambasador je odričan: „Za mene, reciprocitet u kulturnoj diplomatiji liči na planiranu ekonomiju i petogodišnje planove, i treba ga napustiti“, dok ambasador Kanade, Pinington argumentuje: „Nikad ne možemo govoriti o reciprocitetu u kulturnoj diplomatiji – uzmite samo primer Francuske ili Kine. Ali, mislim da reciprocitet nije ni važan u kulturnoj saradnji.“

Osim ambasade Izraela, sve ambasade imaju odgovarajući diplomatski kadar koji je zadužen za kulturnu saradnju. U holandskoj ambasadi postoji i posebno osoblje za implemtaciju bilateralna kulturne saradnje: Srbija – Holandija, i Crna Gora – Holandija. Ambasada Švedske u Beogradu ima odeljenje za politiku, trgovinu i javnu diplomatiju. Naravno, mnoge zemlje imaju i svoje kulturne centre u svetu, pa, tako, i u Beogradu. Da li se, po Vašem mišljenju, neki programi mogu realizovati, odnosno finansirati bez budžetskih sredstava, i na koji način?

Svi strani ambasadori smatraju da je neophodno imati minimalna sredstva i usluge da bi se realizovao neki projekat ili događaj iz oblasti kulture. Ističu važnost dodatnog angažmana osoblja ambasade, umrežavanja, partnerstava, sponzorstva, novih tehnologija, lokalnih zajednica... Nedostatak budžeta koji daje država, može se dopuniti raznim načinima. Nove tehnologije i društvene mreže daju novi prostor delovanja. Ambasador Holandije kaže: „Naravno, to je moguće do određene granice. Potrebna vam je dobra volja i dobri partneri. Na primer, nedavno smo imali događaj u Nišu gde se učesnik iz Holandije uključio preko skajpa. Sve više su društvene mreže nezamenljiv alat za predstavljanje kulture. Takođe, traženje komercijalnih sponzora je naša opcija kada organizujemo velike kulturne događaje.“ Ambasador Norveške naglašava važnost partnerstava i jedini pominje tržišni aspekt u kulturi. Nasuprot tome, ambasadorica Izraela smatra da su kreativnost i saradnja sa lokalnim zajednicama jako važne za manje projekte, dok se za veće projekte traži sponzorstvo izraelskih kompanija u zemlji prijema. Isto navodi i ambasador UN, O'Donel, jer smatra da lokalne i regionalne zajednice treba da podrže razne projekte i da se, na taj način, izbegne opterećivanje nacionalnog budžeta. Takođe, O'Donel naglašava i važnost sponzora.

Ambasador Švedske, gospodin Lundin, smatra da postoji mnogo načina da se realizuje neki program: „Može da bude reč o organizovanju (javnih) diskusija, dijaloga i mogućnosti za umrežavanje. Takvi događaji uglavnom ne zahtevaju neko veliko finansiranje. Društvene mreže su otvorile ogromne mogućnosti za ljude da razgovaraju o raznim temama i da se povezuju jedni sa drugima. Društvene mreže polako postaju javni prostor društva i mnogo može biti rečeno i urađeno u okviru tog prostora. Programi koji se sastoje od fizičkih elemenata su obično skupi, dok se programi koji se baziraju na dijalogu mogu organizovati bez velikih troškova.“

Ambasadori Austrije i Hrvatske zastupaju stav da je neophodno imati budžet od strane države da bi se valjano izveli programi međunarodne kulturne saradnje. Ako bi se pojavili sponzori, postoji mogućnost da sponzori dospeju u prvi plan, i da se na taj način promovisu oni, a ne država. Ta praksa se može koristiti, ali treba da bude izuzetak, a ne pravilo. „Ako želite kvalitetne i adekvatne programe, morate da imate sredstva, ne može se ništa uraditi bez budžeta. Neko mora da pokrije sredstva za realizaciju kulturnog programa – karte, hotel i sl, a da ne govorimo o koracima pre toga. Možete imati razmenu đaka ili slično, ali to onda nije kulturna diplomatija.“, možemo zaključiti ovo pitanje rečima ambasadora Kanade, Filipa Piningtona.

Kakav je Vaš način selekcije programa za kulturu i ko ih delegira (MSP, Ministarstvo kulture, samostalni programi...)? Koliko se, pri tome, uvažavaju specifičnosti zemlje prijema?

Selekcija i finansiranje kulturnih programa je rezultat interakcije između Ministarstava spoljnih poslova i kulture u Azerbejdžanu i Alžiru, uz saradnju sa predmetnom ambasadam. U Izraelu, za selekciju je zaduženo odeljenje za kulturu u MSP. Što se Poljske tiče, odluke se donose u ambasadi: „Zemlja prijema je uvek od najveće važnosti, odluke su uvek vođene interesima i potrebama lokalnih partnera. Trudim se da ubedim partnere u Poljskoj da dodele novčana i druga sredstva u skladu sa tim, kao i da se pozovu gosti iz Poljske koji su zanimljivi za Srbe.“ (T. Njegodiš) Nasuprot tome, Hrvatska programe delegira sistemski, iz matice: „Postoji popis kulturnih programa koji

nudi Ministarstvo vanjskih i europskih poslova RH i uz čiju se pomoć može realizirati. Naravno, za puno programa se čuje neformalno ili na temelju neke preporuke. Na konkretnom diplomatsko-konzularnom predstavništvu je da ocijeni koji bi program najbolje prošao u zemlji primateljici u kojoj djeluje, uvažavajući specifične interese publike u toj zemlji, odnosno skupine kojima bi neki program bio namijenjen.”

Holandska diplomatija po ovom pitanju ovako funkcionira: „U skladu sa instrukcijama Ministarstva spoljnih poslova i prioritetima naše politike, a potom ovde u Ambasadi odlučujemo o selekciji projekata (za koje MSP i obezbeđuje sredstva). Fokusirani smo na ponude koje dobijamo od festivala i organizacija iz Srbije ili Crne Gore i pozivamo holandske umetnike.” U norveškoj kulturnoj diplomatiji programi se mogu finansirati iz budžeta Norveške Vlade, ili od strane umetničkih organizacija kao što su Music Export Norway, Organisation for Contemporary Art, Norwegian Film Institute, ili alternativnim izvorima finansiranja, a najvažniji kriterijum selekcije je visoki kvalitet umetničkog programa (uz specifičnosti zemlje prijema).

Sve kulturne aktivnosti u sklopu švedske spoljne diplomatije obično potiču iz Švedskog instituta. „Institut postoji u cilju promovisanja Švedske i organizovanja razmene sa drugim zemljama na različitim poljima javnog života, naročito u sferama kulture, obrazovanja i istraživanja. Sa druge strane, Ministarstvo spoljnih poslova podržava kulturu u okviru aktivnosti u vezi sa promocijom Švedske, švedskih vrednosti i švedskog društva. Ambasada sarađuje i sa Švedskim Institutom i sa MSP-om, a razvija i nezavisne programe u skladu sa prioritetima spoljne politike koje propisuje Vlada.” (J. Lundin)

Ambasador Austrije nas upućuje u austrijsku praksu: „Austrijski kulturni forum je osnovan 2001. godine i nalazi se u Austrijskoj Ambasadi u Beogradu. Kulturni forum promovira austrijsku umetnost i kulturu u Srbiji, sa fokusom na modernim, inovativnim i održivim projektima. Kulturni forum realizuje projekte uz saradnju sa brojnim srpskim partnerskim institucijama. Odabir kulturnih programa koje podržava pravi se u saradnji sa srpskim partnerima, ali mora da bude odobren od strane Ministarstva inostranih poslova Austrije (Odeljenje za Spoljnu kulturnu politiku). Na godišnjem nivou, Kulturni forum predstavi tri četvoro-mesečna programa Ministarstvu. 2016. godine je sprovedeno oko 70 projekata. Kada se biraju projekti, uzimaju se u obzir specifičnosti zemlje domaćina.

Želimo da budemo sigurni da ćemo, sa jedne strane, predstaviti našu savremenu kulturu i inovativne umetnike iz Austrije, a sa druge strane, želimo da budemo sigurni da srpska publika smatra te događaje zanimljivim i relevantnim. Osim Austrijskog kulturnog foruma, austrijski Kancelar podržava austrijske umetnike koji dolaze u Srbiju, isto kao i federalne provincije, a ponekad i opštine. Oni, međutim, nemaju svoja predstavništva u Srbiji.

Austrijski institut, koji se nalazi u Beogradu, nudi kurseve nemačkog jezika za sve nivoe.”

Na američkom kontinentu, selekciju programa uglavnom prave kulturne institucije u Kanadi, nekada u saradnji sa institucijama u Srbiji. „Ranije, kada bi političar putovao u stranu zemlju, pratio bi ga kulturni program, ali to je sada ređe slučaj. Kada su komercijalni programi u pitanju, ne treba im pomoć Ambasade. Nekada nam se javljaju umetnici i gledamo da im pomognemo, nekada pripadnici vaše dijaspor, npr. slikarka iz Srbije koja živi u Kanadi – otvorio sam njenu izložbu u Novom Sadu, na taj način dali smo poruke o dijaspori... Pomogli smo Beogradski festival igre - dolazak dve trupe je pomogla Kanada, ne ambasada ovde na terenu, to nije naš posao. Trupe skupljaju novac u Kanadi. Mi možemo da napravimo prijem i da ih dočekamo. Imali smo i program prekogranične regionalne saradnje koji je uključivao i Crnu Goru i Češku, sa pesnikom i kantautorom koji je imao koncerte i radionice, a, takođe, i debatu o umetnosti... Ovde u Srbiji imamo ogromnu podršku medija što je nezamislivo u Kanadi”, izložio je ambasador Pinington. Ambasadori su jednoglasni da se uvek vodi računa o specifičnosti zemlje prijema, kada su u pitanju umetnički programi. „Zbog jedinstvenosti svake zemlje prijema, važno je uvek imati lokalne eksperte za kulturu u zemlji prijema za specifične teme, osobu koja poznaje okruženje i koja bi napravila najbolji izbor iz naše raznolike kulturne ponude,” dodaje ambasador Fišer Kam. Programi iz oblasti kulture odabrani od strane UN, bili su instrument za promovisanje ljudskih prava, izmirenja zajednica, podizanje svesti o zajednici, kao i za promociju zdravlja, obrazovanja i zaposlenja (O'Donel).

Koji kulturni sadržaji (muzički, likovni, dramski...) su najzastupljeniji u programima koje Vaše diplomatsko predstavništvo organizuje u Republici Srbiji? U kojoj meri su u tim

programima zastupljeni sadržaji koji promovišu svetsku kulturnu baštinu Vaše zemlje? Da li ste Vi lično inicirali neki kulturni projekat u Republici Srbiji?

Norveški ambasador smatra da su književnost i muzika dve umetničke forme koje se najbolje predstavljaju: „Ja sam započeo mesec norveške kulture Noktobar, kao sinergiju uticaja Beogradskog džez festivala i Sajma knjiga. Takođe smo pokrenuli inicijativu da svake godine u oktobru mesecu organizujemo nedelju Norveškog filma u vašoj Kinoteci. Pokušali smo i da prodajemo filmove različitim festivalima.”

Ambasador Holandije izdvaja dva projekta: „Zajedničko kulturno nasleđe je postalo prioritet. U prethodne dve godine, objavili smo četiri brošure na ovu temu, a svaku je inicirala ambasada. Narandžasta nedelja, je projekat koji smo pokrenuli da bismo obeležili predsedavanje Holandije Savetom Ministara EU. U ovakvim slučajevima pokušavamo da povežemo aktivnosti kulturne ili javne diplomatije sa sektorom u kome Holandija ima primat, kao što su kreativne industrije ili IT.”

Ovako Jan Lundin daje kratak pregled aktivnosti švedske ambasade u Beogradu: „Ambasada Švedske u Beogradu godišnje organizuje do deset nezavisnih programa i učestvuje u još 15-20 programa (sa finansijskom podrškom). Teme programa su obično povezane sa pitanjima koja su relevantna za savremeno društvo. Mi smo otvoreni za saradnju u okviru muzičke razmene, dizajna i filma. Ove godine smo fokusirani na proslavu stogodišnjice diplomatskih odnosa između Švedske i Srbije. Tokom ovog jednogodišnjeg programa, radićemo sa proizvodnjom organske hrane, sa upravljanjem otpadom hrane, a takođe ćemo i promovisati švedsku hranu. Osim toga, predstavilićemo izložbu koja se zove Švedski očevi (portreti švedskih očeva sa decom na porodijskom odsustvu), kao i švedski novi film, a organizovaćemo i konferencije fokusirane na teme identiteta. Može vam se činiti kako hrana nije kultura, ali u modernom svetu, sve je kultura i sve je komunikacija, jer pomaže ljudima da se upoznaju, razgovaraju i razumeju jedni druge. Ovi programi promovišu prvenstveno Švedsku, kakva je ona danas i kulturno nasleđe koje ostavljamo našoj deci.”

Austrija je u instrumentu jednogodišnjeg programa slična švedskom modelu: „Svake godine, Austrijski kulturni forum se fokusira na jednu ili više oblasti. Prošle godine, to su bili film (npr. retrospektiva austrijskog reditelja M. Hanekea) i muzika (učesće austrijskih bendova na različitim festivalima širom Srbije). Ove godine je fokus na književnosti - zajedno sa Nemačkom, Švajcarskom i Lihtenštajnom bićemo počasni gosti Sajma knjiga u Beogradu; i opet ćemo promovisati austrijske filmove - ovog puta ciklusom filmova koji će se prikazivati u manjim gradovima Srbije. Pokušavamo da nađemo ravnotežu kako bismo sve oblasti umetnosti jednako predstavljali. U nekim oblastima, kao što je moderni ples, voleli bismo da ojačamo našu saradnju sa srpskim institucijama.” (Ambasador Ajgner)

Azerbejdžan nije dugo prisutan u Srbiji sa diplomatskim predstavništvom: „Od otvaranja Ambasade Azerbejdžana u Srbiji, organizovali smo različite kulturne događaje – koncerte, umetničke izložbe, okrugle stolove o multikulturalizmu, pozorišne predstave, prevode i izdanja knjiga o azerbejdžanskoj književnosti, kuhinji i kulturi. Sve to ima udeo u ukupnom razvoju odnosa u kulturi između Srbije i Azerbejdžana. Jedan od skorijih primera je objavljivanje knjige na srpskom i azerbejdžanskom jeziku o istaknutim ženama iz obe zemlje. Naše humanitarne aktivnosti koje imaju kulturni kontekst, na primer, rekonstrukcija Bajrakli džamije u Beogradu, Crkve Sveta Petka u Novom Sadu, Kulturnog centra u Novom Pazaru i parka Tašmajdan u Beogradu, su, naravno, najvidljivije i pokazuju pristup koji Azerbejdžan ima kako bi očuvao multikulturalnu raznolikost i kulturne lokacije.”

Ambasador Poljske se trudi da se fokusira na lokalno okruženje: „Moje lične preference nisu od presudne važnosti kada je reč o mojim profesionalnim izborima.” Alžirska diplomatska praksa u i sa Srbijom bazira se na kulturnoj razmeni: „Ambasada je organizovala razne alžirske kulturne manifestacije u Beogradu, kao i srpske kulturne manifestacije u Alžiru.”

Ambasador Fišer Kam, između ostalog, ističe potrebu za prevodenjem: „Trudimo se da predstavimo i donesemo kulturnu raznolikost Izraela. Volela bih da istaknem da ne postoji politički kriterijum, jer mi želimo da pokažemo pluralističko društvo koje ima visoko kvalitetnu umetničku scenu. Impresionirana sam velikim interesovanjem srpske publike za naš savremeni ples, filmove i književnost. Kulturno nasleđe Izraela je jedno od naših

najvećih blaga i veoma često je prisutno u različitim umetničkim projektima. Trudimo se da organizujemo i kulturne aktivnosti van Beograda. Volela bih da više izraelskih pisaca poseti Srbiju i da se više knjiga prevede sa hebrejskog. Takođe, razmišljamo o saradnji između nekih uvaženih srpskih i izraelskih umetnika.”

Hrvatska kulturna diplomatija bazira se najviše na savremenoj umetnosti: „Organizirali smo koncerte, kiparske i slikarske izložbe, gostovanje teatar, filmske projekcije... Ovim programima promovirali smo recentne umjetničke sadržaje iz Hrvatske, te hrvatske autore i izvođače s različitih područja umjetnosti. Osobno sam inicirao i uspio organizirati jedan koncert klasične glazbe, kiparsku izložbu, modnu reviju hrvatskog dizajnera, predstavljanje knjige, a naravno sudjelujem i u svim drugim kulturnim manifestacijama koje organizira veleposlanstvo.” (Ambasador G. Markotić)

U kanadskoj praksi u Srbiji, ambasador Pinington ističe usmerenost na decentralizaciju: „Najzastupljeniji su projekti prekogranične saradnje, muzika, vizuelne umetnosti, pozorište, film, film za decu... Mi ne znamo sve umetnike koji dolaze, oni nisu dužni da nam se javljaju... Ali, kada se jave, onda su, na neki način, pod okriljem ambasade. Sa pozorištima iz Crne Gore i Srbije smo napravili koprodukciju, a realizovan je i pozorišni projekat na engleskom jeziku. Što se situacije u Srbiji tiče, orijentisani smo ka decentralizaciji kulture. U manjim mestima ima mnogo više publike i više potrebe za kulturnim sadržajima, dok je Beograd zasićen.”

Ambasador O'Donel navodi angažovane projekte UN: „Pre nekoliko godina, započeli smo program ‘Lepa Srbija’ kako bismo koristili radno-intenzivne programe za stvaranje radnih mesta i da bi se renovirale i ukrasile javne zgrade kao što su škole, opštine i bolnice. Takođe smo sprovedi kampanju promocije Milenijumskih razvojnih ciljeva UN, ljudska prava i projekte integracije.”

Koja oblast umetnosti je najinteresantnija za predstavljanje – muzička, likovna, scenska, literarna? Da li ste (u kojim prilikama i u kojoj meri) sarađivali u pripremi kulturnih događaja sa istaknutim umetnicima iz Republike Srbije? Na koji način ih angažujete u svojim programima?

Ambasador Austrije ovako sagledava problematiku ovog pitanja: „Austrijska savremena umetnost ima šta da ponudi u svim oblastima. Naravno, neke oblasti, kao što su vizuelne umetnosti ili muzika, lakše je predstaviti inostranoj publici, jer nema jezičkih barijera. Srpsku publiku najviše interesuju izložbe austrijskih vizuelnih umetnika i muzički nastupi. Ali, i književni događaji imaju svoje verne pratiocce u Srbiji. Kada predstavljamo austrijsku umetnost u Srbiji, obično ne sarađujemo sa srpskim umetnicima u pripremama kulturnih događaja, već sa srpskim institucijama. Kada su austrijski umetnici u Srbiji, uvek se trudimo da omogućimo kontakt sa srpskim umetnicima, kako bi se uspostavila dalja saradnja i razmena između austrijskih i srpskih umetnika.”

Izgleda da je kulturna saradnja sa Hrvatskom sve intenzivnija, po rečema ambasadora Markotića: „Čini mi se da je scenska umjetnost najraširenija i najpopularnija u Srbiji, barem što se tiče hrvatskih umjetnika, pa je tako veliki broj kazališta iz Hrvatske gostovao u Srbiji sa svojim predstavama. To je specifičnost uvjetovana nepostojanjem jezičnih barijera kao što je to slučaj s npr. državama Zapadne Europe ili državama s drugih kontinenata gdje je dominantna muzička ili likovna umjetnost. S umjetnicima iz Srbije sam surađivao kod organizacije koncerata, opernih gostovanja, izvođenja tekstova hrvatskih dramskih autora i sl. Pri tome, veliku ulogu ima stvaranje neposrednih veza s čelnim ljudima kulturnih institucija.”

Ambasador Holandije iznosi jedan od brojnih projekata saradnje: „Sarađujemo sa umetnicima iz Srbije i Crne Gore kada god je to moguće, a primer je nedavno oslikan mural, srpske umetnice TKV koji predstavlja holandski motiv na fasadi Kulturnog centra Grad.”

Ambasador Norveške, najbogatije države našeg kontinenta, ukazuje na finansijske poteškoće. On je jedini koji je pomenuo komercijalnu isplativost u kulturnoj diplomatiji: „Pokušavamo da uključimo lokalne umetnike, ali ne možemo to sistematski da radimo, zbog nedostatka sredstava. Kada je komercijalno isplativo, ili uz podršku sponzora, uključivali smo lokalne, neafirmisane umetnike, radije nego one koji su već afirmisani.” Na lokalne, ali veoma afirmisane umetnike, oslanjaju se u ambasadi Izraela: „Uvek se trudimo da dobijemo savet od nekog eminentnog umetnika iz Srbije. Na primer, imamo odličnu

saradnju sa direktorom Beogradskog festivala igre, koja je uvek tu da predloži nekog dobrog izraelskog koreografa. Takođe se radujemo kada sarađujemo sa mnogim drugima, sa Beogradskim džez-festivalom, festivalom dokumentarnog filma Beldoks...”

Ambasador Azerbejdžana ostavlja širok dijapazon mogućnosti: „Teško je tvrditi da određena sfera kulture izaziva više interesovanja od druge, to zavisi od sadržaja predstavljene umetnosti. Radili smo sa više odličnih srpskih muzičara i pevača u realizaciji naših programa. Oni su nam pomagali da predstavimo azerbejdžanske pesme srpskoj publici.”

Ambasador Poljske: „Kulturni život u Srbiji je dobro razvijen i veoma bogat. Definitivno ovde postoji izuzetno interesovanje za muzičke nastupe, kako sam mogao da primetim, svi koncerti su uvek rasprodati.”

Ambasador Alžira navodi kao ključnu saradnju sa društvom srpsko-alžirskog prijateljstva: „Važne su lične inicijative i kontakti, upravo tako smo organizovali u Alžiru gostovanja i kulturnu razmenu muzičkih koncerata i folklor iz Srbije”.

„Pitanje kulturne diplomatije nije za Srbiju važno koliko je važno pitanje imidža”, smatra ambasador Kanade. „Brojni umetnici koji dolaze iz Kanade su, često, u stvari, Srbi, tako da im najčešće mi nismo potrebni, što je potpuno razumljivo. Ali, ti umetnici jesu i Kanađani. To je specifično za naše dve zemlje. Što se tiče Srbije, moram da primetim da je kod vas problem što se sve rešava u poslednjem trenutku. Druga tržišta tako ne funkcionišu. Važan je i tajm-menadžment. Izuzetak je Festival igre, gde se sve zna četiri do pet meseci unapred – vreme održavanja konferencije za štampu, program festivala, trupe koje dolaze...”

Ambasador O'Donel, o iskustvu u UN, kaže: „Uobičajena praksa je da se angažuje neka poznata ličnost ili umetnik kao UN-ambasador dobre volje i da se tako podrže, npr. prava osoba sa invaliditetom, prava žena, dece, izbeglica, migranata, bolesnih i siromašnih.”

Prema Vašim saznanjima, za koje kulturne događaje u Srbiji (Egzit, Bitef, Sabor trubača u Guči, Bemus, Beogradski sajam knjiga...), je najviše zainteresovana publika u Vašoj zemlji i kako oni utiču na imidž Republike Srbije?

Ambasador Švedske, Jan Lundin, smatra da su svi pomenuti festivali ključni događaji na kulturnoj mapi Srbije. Oni privlače ogromnu pažnju, što je veoma dobro za imidž Srbije: „Trenutno, mislim da su Egzit i Guča najpoznatiji među mladima iz Švedske. Bitef ima veoma dugu tradiciju i veoma je cenjen među ljudima iz pozorišta u Švedskoj.”

Ambasador Azerbejdžana ističe da je impresioniran velikim razmerama i dobrom atmosferom Sajma knjiga u Beogradu, koji pokazuje da je srpsko društvo veoma zainteresovano za čitanje knjiga. Ambasador Austrije, Johanes Ajgner, uverava da se posetioци različitih festivala vraćaju zadovoljni u Austriju sa pozitivnom slikom Srbije, a ambasadorica Izraela, Alona Fišer Kam, da ovi festivali savršeno kombinuju tradicionalnu i modernu sliku Srbije. Pozitivan je i stav ambasadora Poljske: „Veliki kulturni događaji u Srbiji privlače mnogo turista iz Poljske, koji dolaze i individualno i u organizovanim grupama. Veliki muzički festivali Egzit i Guča su najpopularniji među Poljacima - mnogi ljudi planiraju svoj odmor na Balkanu u skladu sa datumima festivala.”

U Hrvatskoj postoji veliko zanimanje za Beogradski sajam knjiga, a Bitef je brend koji je godinama poznat. „Mlađoj publici je posebno atraktivan Egzit. Beogradski festival igre nije jako poznat, ali bi sigurno našao svoju publiku u Hrvatskoj.” (G. Markotić)

Kao i austrijski, i ambasador Holandije, Van Den Dol, ukazuje na važnost holandskih umetnika koji gostuju na festivalima (Bitef) i vraćaju se sa pozitivnom slikom o Srbiji. Smatra da je Egzit najprimamljiviji publici: „Drugi festivali i događaji kao što su Beogradski festival igre, Gitar Art fest, džez-festivali u Nišu i Beogradu tradicionalno privlače i holandske umetnike, a time se povećava publicitet ovih događaja u Holandiji. Mislim da svi oni doprinose boljem imidžu Srbije, samo su ciljne grupe drugačije.”

Ambasador Norveške je ovako rangirao festivale u odnosu na poboljšanje imidža Srbije: „Egzit je definitivno najpoznatiji događaj u Norveškoj koji privlači posetioce. Fest je, verovatno, drugi. Oba su vredna sredstva za brendiranje Srbije kao moderne i otvorene evropske države. Guča je takođe poznata, ali verovatno ima neutralan efekat na imidž Srbije. Bemus i džez festivali su manje poznati, ali imaju veoma dobru reputaciju među ljubiteljima te vrste muzike i vredni su za imidž Srbije u Norveškoj.”

Ambasador Kanade ne pominje postojeće festivale, već preporučuje: „Da bi se promenio imidž, potrebno je da napustite politiku rada u poslednjem času. S druge

strane, u inostranstvu, dijaspora ne treba da bude vaša ciljna grupa, već treba predstaviti Srbiju strancima. Nije dobro samo poslati u inostranstvo folklor, ako želite da pokažete sliku moderne Srbije. Iako sam i ja sam uživao u srpskim igrama, treba predstaviti moderne umenike. Veoma važan činilac je marketing. Treba prodati sliku, imidž. Nekada se ulaže mnogo novca u projekat koji ne donese očekivani rezultat. Rizik je ogroman, ali treba proceniti i ne treba očekivati brze rezultate."

Na kojem jeziku se najčešće izvodi program koji Vi organizujete u Srbiji? Na koji jezik je najpoželjnije prevoditi program? Da li je dovoljan engleski jezik ili je bolje imati prevode na jezik zemlje prijema?

U Srbiji, strane ambasade koje imaju cilj da dopru do što šireg auditorijuma, koriste uglavnom srpski jezik, tj. jezik zemlje prijema (npr. Poljska, Azerbejdžan...) Iz drugih razloga, bez komunikacionih prepreka, države regiona koriste svoj maternji jezik (Hrvatska, Crna Gora, BiH). Hrvatski ambasador smatra da je važno koristiti svoj jezik, uz prevod, zbog autentičnosti.

Drugu grupu čine diplomatska predstavništva koja koriste jezik zemlje prijema u kombinaciji sa engleskim (Kanada, Norveška, Izrael...), ili/ i svojim jezikom (npr. Austrija).

Konačno, neka diplomatska predstavništva u svojim programima koriste samo svoj jezik u kombinaciji sa engleskim (npr. Švedska), dok neka koriste samo engleski (npr. Holandija). Sličan princip važi za zemlje u kojima je službeni jezik francuski, i on je samo zamena za engleski – francuski sa prevodom na srpski, što je zvanična diplomatska politika.

Kako najčešće sarađujete sa Vašom dijasporom u Republici Srbiji – istaknutim pojedincima i udruženjima dijaspore? Da li ste (kada, u kojim prilikama i u kolikoj meri) sarađivali u pripremi kulturnih događaja sa dijasporom? Šta bi, po Vašem mišljenju, Republika Srbija trebala da promeni u radu sa srpskom dijasporom?

Dijasporski kolektivi stranih zemalja u Srbiji su, mahom, malobrojni. Ali, tu su strane kompanije u kojima su zaposleni i strani državljani, sa kojima ambasade sarađuju i kontaktiraju na ličnom ili grupnom planu.

S druge strane, srpska dijaspora u mnogim zemljama je brojna. Kada su pripadnici naše dijaspore u Srbiji, na neki način, oni su i stranci, s obzirom da su državljani stranih zemalja. Ambasador Ajgner kaže: „Sarađujemo sa članovima austrijske dijaspore na individualnom nivou. Većina Austrijanaca koji žive u Srbiji su ili ljudi koji rade za austrijske kompanije ili austrijski državljani srpskog porekla. Ponekad oni predstavljaju neku ideju za kulturne događaje kod nas, koje mi pokušavamo da organizujemo ad hoc. Takođe, sarađujemo sa germanskim manjinama u Vojvodini." Jan Lundin iznosi sličnu situaciju u svojoj zemlji i preporučuje: „Švedska dijaspora u Srbiji je prilično mala, i to su obično šveđani srpskog porekla. To znači da većina je članova dijaspore u svojoj drugoj domovini Srbiji, i da ne zavise mnogo od komunikacije sa Ambasadom. Kako Srbija ima veoma brojnu dijasporu u celom svetu, bilo bi odlično ako bi Srbija gledala na ove ljude koji žive u inostranstvu kao na izvor njenih najvećih sredstava."

Ambasada Izraela tesno sarađuje sa lokalnim jevrejskim zajednicama: „Stalna komunikacija i razmena ideja sa lokalnom dijasporom može biti od velike vrednosti kada je reč o kulturnoj diplomatiji. Oni koji žive daleko od svoje domovine uvek žude za kulturnim sadržajima i mogu biti najbolji ambasadori koje zemlja može imati." (Ambasador Fišer Kam)

Ambasador Republike Hrvatske ne može oceniti politiku Republike Srbije s dijasporom, s obzirom da mu nije poznata, dok iznosi kako funkcioniše hrvatska: „Republika Hrvatska materijalno potpomaže brojne hrvatske kulturno-umjetničke i ostale udruge u Srbiji u realizaciji njihovih programa, a diplomatski predstavnici nastoje prisustvovati što većem broju ovih manifestacija i na taj način takođe dati podršku njihovim stvarateljima i autorima."

Važno je navesti nekoliko odgovora koji sadrže preporuke i mogu biti važni za implementaciju u kulturnoj diplomatiji RS.

„Mi nemamo dijasporu u Srbiji – imamo u Francuskoj, Belgiji... Ali, Srbija bi trebalo da više sarađuje sa svojom dijasporom i da se više na nju oslanja, kada je u pitanju promena imidža, pomoć matici, naročito medicinska i humanitarna pomoć... Isto tako, srpska

dijaspore može da pomogne i podrži kulturno predstavljanje u inostranstvu, da utiče na poboljšanje i promenu imidža Srbije.” (Ambasador Alžira)

„Naša dijaspora je u Srbiji malobrojna. Ali, sarađujemo sa Kanađanima koji rade ovde u kanadskim ili kanadsko-srpskim kompanijama. Tim kompanijama, kada je socijalna odgovornost u pitanju, najzgodniji su projekti iz oblasti umetnosti. Zato neke kompanije hoće da podrže ili finansiraju određene umetničke projekte. U Srbiji, fondovi za finansiranje projekata iz kulture nisu razvijeni. Promena poreske politike bi mnogo donela kulturi i kulturnoj diplomatiji Srbije. Ne zaboravite, ljudi se osećaju bolje kad su donatori. Treba naći kompanije koje su zainteresovane za vidljivost i napraviti sa njima partnerstva. Vrlo je teško pitanje kakva treba da bude politika prema srpskoj dijaspori. Ono što sigurno znam, jeste da vaša dijaspora želi da pomogne – samo jedan primer su poplave 2014. godine. Treba držati radionice sa decom koja su u dijaspori. To nije kulturna diplomatije, ali je dugoročno ulaganje.”

Ambasador O'Donel navodi primer nekadašnjeg programa UNDP „Capacity Building Fund”, koji je vratio u Srbiju mnoge stručnjake iz srpske dijaspole i smatra da srpska Vlada treba da proučava praksu saradnje sa dijasporom zemalja kao što su Liban i Irska.

„Dijaspore donosi (u svim zemljama) rizik, jer mogu biti loši procenitelji onoga šta bi se dopalo lokalnoj populaciji i toga kakvu sliku o sebi zemlja želi da predstavi. Tipičan primer su Amerikanci norveškog porekla koji žele da promovišu norvešku narodnu muziku i slične narodne norveške umetničke forme, dok bi većina Amerikanaca više cenila muziku Edvarda Griga, Alana Vokera ili grupe A-ha. Kulturna diplomatija mora da bira između ciljne grupe dijaspole ili lokalne publike i, ako ne oslobodi sebe od dijaspole, rizikuje da bude kontraproduktivna - dajući primer iz norveške kulturne prakse, norveški ambasador Bjornstad upozorava na rizike.

Kakav je, po Vašem mišljenju, učinak kulturne diplomatije naše zemlje na promeni imidža Republike Srbije u Vašoj zemlji?

Ambasadori većinom, po ovom pitanju, zastupaju stav da je ogroman učinak kulturne diplomatije na promeni imidža Srbije. Jan Lundin kao učinak kulturne diplomatije ističe komunikaciju dve zemlje: „Stvarajući mogućnosti za susret ljudi, vi, u isto vreme, stvarate mogućnosti za ljude da promene svoje stavove jedni prema drugima.” Alžirski i azerbejdžanski ambasadori smatraju da su zajednički kulturni projekti (o književnosti, muzici i istaknutim ljudima obe zemlje) i gostovanja umetničkih programa mnogo doprineli boljoj slici Srbije. Norveški diplomata zastupa stav da su najviše festivali u Srbiji (Egzit, Fest, Bemus, Festival igre i Džez festivali) poboljšali imidž Srbije. Uz napomenu da se uvek može više, ambasador Hrvatske, Gordan Markotić, smatra da je Srbija posebno preko pozorišnih i filmskih gostovanja uspjela izgraditi uglavnom pozitivnu sliku o sebi, te bi, u tom smislu, učinak kulturne diplomacije bio doista velik. Sigurno je da bi se trebalo sistematski pozabaviti i sportskom diplomatijom, jer ambasador Holandije ističe upravo srpske sportiste kao jedne od naših najboljih ambasadora. Poljski ambasador je ukazao da bi mogle da budu od pomoći katedre za slavistiku. (Ovo je i jedini put da je strani diplomata pomenuo lektorate slavistike i srpskog jezika, kao i njihovu ulogu u kulturnoj diplomatiji i važnost za promenu imidža Srbije.) Stav ambasadora O'Donela je različit: „Trenutno, veliki deo imidža Srbije je etnocentričan, što je u suprotnosti sa njenom bogatim i raznolikom baštinom.” Ambasador Fišer Kam upravo kaže: „Nažalost, i Srbija i Izrael moraju da se bore protiv negativnih percepcija. Umetnost i kreativnost su najbolja sredstva koje imamo kako bismo pokazali svoja dostignuća i lepote..”

Na kraju ovog pitanja, navodimo odgovor ambasadora Austrije, koji nam se čini veoma uputan: „Želimo da austrijski umetnici ne dolaze u Srbiju samo da predstave svoju umetnost, već da imaju interakciju sa srpskom publikom i srpskim umetnicima. Kada dođu prvi put u Srbiju, austrijski umetnici su pozitivno iznenađeni prijateljskim odnosom i gostoljubivošću srpskog naroda, profesionalnom organizacijom kulturnih događaja i plodonosnim razgovorima koje imaju sa srpskom publikom i umetnicima. Tako da to što dovodimo austrijske umetnike u Srbiju, takođe prenosi pozitivnu sliku Srbije u Austriju.”

Da li se, po Vašoj proceni, promenio imidž Republike Srbije u Vašoj zemlji za vreme vašeg službovanja u Republici Srbiji? Koliko ste, i na koji način, mogli da utičete na izveštavanje medija iz Vaše zemlje o događajima u Republici Srbiji?

Ambasador Kanade je skeptičan u proceni: „Problem nije samo loš imidž, nego što neki ljudi nemaju nikakvu predstavu o Srbiji - ne znaju da li je to Sirija, Siberija (Sibir)... Suprotno tome, svi umetnici koji su ovde bili, bili su oduševljeni slikom Srbije. Sigurno još mnogo treba uraditi na predstavljanju Beograda. Beograd je sada na glasu za dobar provod. Da li je to dobar imidž? Ne, to je zabava. Nisam siguran da MSP može i treba da sve radi. Mnogo je važniji marketing socijalnih mreža. Treba biti moderniji i jednostavniji. Treba raditi mnogo više koprodukcija – Srbija ne koristi sve mogućnosti partnerstava. Na kraju, ne zaboravite projekat vašeg Ministarstva kulture - prevođenje kapitalnih dela srpske literature. Kanada ima, pošto je bilingvalna država, takav projekat na unutrašnjem planu. Na taj način, kada vaše Ministarstvo ima projekat, Srbija vrši selekciju dela koja će biti prevedena, a to je od neizmerne važnosti. Tako se menja imidž.” Kada je o medijima reč, ambasador smatra da je u Srbiji lako obezbediti prisustvo u medijima, ali „da bi ambasador Kanade u Srbiji dobio prostor za neku vest u kanadskim medijima, moralo bi u Srbiji da se desi neko čudo.” Negativno o imidžu Srbije govori i ambasador O'Donel: „Imidž se popravio tokom 2000-2003. godine, potom je stagnirao nekoliko godina, sada je značajno pogoršan zbog ponovnog pojavljivanja etno-nacionalizma, i porasta kleptokratije, korupcije i političkih malverzacija. Orijentacija države ka EU i dalje je spora, što je na sopstvenu štetu.”

Gordan Markotić kaže da je njegov cilj bio da za vreme svog službovanja što bolje predstavi svoju zemlju, tako da ne može proceniti koliko je popravljen imidž Srbije u Hrvatskoj. Na izveštavanje medija ne možemo utjecati, niti misli da, uopšte, to treba činiti. Da su mediji nezavisni i da se na njih ne može uticati, stav je evropskih ambasadora. Ostali ambasadori smatraju da se imidž Srbije značajno popravio. „Ubeđen sam da se sa porastom turizma, obrazovne i kulturne razmene poslednjih godina, imidž Srbije pozitivno promenio u Austriji.” (Johanes Ajgner)

„Primetio sam, u poslednjoj deceniji, veoma pozitivan pomak u načinu na koji naša dva naroda percipiraju jedni druge. Danas u Srbiju dolaze holandski investitori u velikom broju, kao i turisti koji posećuju ovu prelepu zemlju. Kada je reč o medijima, to zavisi od njihovog interesovanja, ali mi promoviramo atraktivne kulturne događaje. Činjenica koja govori za sebe je da su veliki umetnici posetili Srbiju, navešću samo neke: Holandski plesni teatar, Toneelgroup Amsterdam, Daan Roosegaarde, Hella Jongerius i Rem Koolhaas.” (Ambasador Holandije)

„Ja imam ograničen uticaj na pisanje štampe o Srbiji. Generalno, rekao bih da se imidž popravio, i to ne samo zahvaljujući politici aktuelne Vlade Srbije. Međutim, neke izjave srpskih političara o Kosovu više štete Srbiji nego Kosovu.” (Ambasador Norveške)

„Imidž Srbije se poboljšava u celom svetu pa i u Švedskoj. Drago mi je da učestvujem u tom procesu, promovirajući saradnju između naše dve zemlje. Švedski mediji su veoma nezavisni i ništa ne može uticati na njihovo izveštavanje.” (Ambasador Švedske)

„Srbija u Izraelu ima imidž prijateljske zemlje. Trudim se da širim dobre vesti iz vaše zemlje kako bi one mogle da stignu i do izraelskih medija. Rekla bih da su turisti iz Izraela koji posećuju Srbiju u velikom broju danas, vaši najbolji ambasadori. Oni nose kući divne impresije koje se često pojavljuju i u našim medijima.” (Fišer Kam)

Na osnovu Vašeg dosadašnjeg iskustva, koje veštine smatrate presudnim za kulturnu diplomatiju?

„Važno je da ste ambiciozni, komunikativni, da ste upečatljiva ličnost, da sakupljate kontakte i da volite kulturu i umetnost. Mislim da nijedna diplomatija niti diplomatska akademija ne može tome da vas nauči. Morate da budete fleksibilni, da posećujete kulturne događaje, a ne da budete zatvoreni i nedodirljivi. Sve se svodi na ličnost diplomate.” (Ambasador Kanade)

„Kada je reč o presudnim veštinama ambasadora, verujem da je sposobnost slušanja od ključnog značaja. Druga važna veština je umeće prepoznavanja lokalnih partnera i animiranja lokalnih zajednica, ne samo u glavnom gradu već i širom zemlje prijema.” (Ambasador Poljske)

„Treba imati sklonosti prema kulturnim sadržajima i treba ih poznavati da bi se znalo što je najbolje u kulturi neke zemlje, što bi se moglo predstaviti u inozemstvu. Komunikativnost i otvorenost su svakako dodatne kvalitete za uspostavu kontakata i stvaranje mreže suradnika u kulturnim institucijama.” (G. Markotić, ambasador Hrvatske)

„Interkulturalna osetljivost i otvorenost su verovatno dve najvažnije veštine za rad na ovom polju. Takođe je važno imati širok opšti pregled o tome šta se dešava na polju kulture, ne samo u zemlji porekla, već i u zemlji-domaćinu. Treba znati šta interesuje publiku u zemlji prijema. S druge strane, ne treba se plašiti da se, s vremena na vreme, publika iznenadi novim, savremenim umetnicima i njihovim kreacijama.” (Johanes Ajgner)

„Treba biti u mogućnosti da vidimo svet iz nečije druge perspektive. Kultura nam nudi način za to. Moramo biti otvorenog uma, osetljivi na kulturnu raznolikost, treba umeti slušati, biti radoznao, imati oko za inovacije i rizikovati.” (Ambasador Holandije)

„Otvorenost, razumevanje i transparentnost.” (Jan Lundin)

„Važno je poznavati kulturu svoje zemlje i voleti je kako bi je predstavili na najbolji način u zemlji prijema.” (Ambasador Azerbejdžana)

„Kulturna empatija, svest o istoriji, građenje poverenja, vešta komunikacija, neverbalna osetljivost, izbegavanje konflikta, sposobnost da se pokaže poniznost, poštovanje i otvorenost.” (Ambasador UN, O'Donel)

Na kraju, šta biste savetovali srpskoj diplomatiji u cilju promene imidža države? Koji politički i društveni uslovi su neophodni da se imidž Republike Srbije poboljša? Koje akcije smatrate neophodnim i presudnim za promenu njenog imidža? Takođe bismo želeli da nam ukažete na još neke aspekte ispitivane pojave koji nisu obuhvaćeni navedenim pitanjima?

„U poslednjih dvadeset godina, koje se mogu posmatrati kao dug ili kao kratak vremenski period, zbilo se mnogo događaja. Za promenu imidža, mislim da je, kao prvo, važno da se u Srbiji obezbedi politička stabilnost, a, kao drugo, ekonomski prosperitet (zajedno sa promenom poreske politike za donatore u kulturi). Tek onda treba prionuti na kulturu i kulturnu diplomatiju.” (Ambasador Kanade)

„Ja bih rađe koristio termin javna nego kulturna diplomatija. Voleo bih da se Srbija doživljava kao interesantna, autentična zemlja koja ima mnogo da ponudi i koja je duboko vezana za evropske vrednosti, a prošla je kroz neprijatne istorijske turbulencije i transformacije, isto kao i Poljska. Primer poljske transformacije i poljsko-nemačkog pomirenja pokazuje da, iako je put težak, može na kraju biti uspešan i plodonosan.” (Ambasador Poljske, T. Njegodiš)

„Nisam u poziciji da dajem savete srpskoj diplomatiji, ali želim da pomenem da se austrijska strategija pokazala uspešnom: predstavljanje Austrije i njene kulture kao moderne, napredne i inovativne, dok u isto vreme ostajemo svesni naše velike tradicije i istorije.” (Austrijski ambasador)

„Kulturna diplomatija je, na neki način, brendiranje nacije – utvrdite šta je najbolje što imate u kulturi i to promovišite. Amsterdam je, između ostalog, dobro poznat po svojim muzejima. Radujemo se ponovnom otvaranju muzeja u Beogradu kako bi se još više poboljšala vidljivost srpske kulture, i zemlje u celini.” (Ambasador Holandije, Van Der Dol)

„Moj savet bi bio da se fokusirate na umetničke forme kao što su klasična muzika, džez i film, koje stižu do mnogo obrazovanih ljudi, takođe i kulturnu baštinu (i unutar) Srbije, ali sa sveukupnom porukom da je Srbija evropska nacija sa bogatom i multikulturalnom prošlošću koja se 'vraća' na svoje mesto u Evropi.” (Ambasador Norveške)

„Moj savet bi bio da se više fokusirate na kulturnu diplomatiju, jer kultura nekada može otvoriti vrata koja su inače zatvorena za politiku i trgovinu.” (Švedski ambasador, Lundin)

„Srbija je zemlja sa drevnom istorijom i kulturom, predstavila je svetu mnogo vrhunskih naučnika i pisaca. Ima posebnu kuhinju i nacionalnu muziku, što je čini interesantnoj drugim zemljama. Srpska diplomatija u inostranstvu treba da koristi sve ove aspekte kao kamen temeljac.” (Ambasador Azerbejdžana, E. Hasanov)

„Kultura je most koji dve zemlje povezuje boljim odnosima i razumevanjem i zato bih savetovala svaku zemlju da ulaže u svoje strategije kulturne diplomatije.” (Ambasador Fišer Kam)

„Jugoslavija je kao nesvrstana zemlja imala mnogo veći uticaj u svetu. Sada je Srbija koncentrisana na Evropu i Ameriku, a trebalo bi da više sarađuje sa Alžirom, zemljama Magreba, zemljama celog sveta...” (Ambasador Alžira)

„Najveća promena imidža Srbije dogodiće se tada kada Srbija pokaže poštovanje i prihvati nezavisnost Kosova. Srpska diplomatija treba da proučava iskustva raznolikosti od država kao što su Irska, Liban i Kipar, kao i da se bavi njihovim podelama i političkim procesima pomirenja.” (Ambasador UN, O'Donel)

SAŽETAK OVOG DELA ISTRAŽIVANJA

Kao što je više puta pomenuto, stavovi naših ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, prikupljeni su pomoću Protokola intervju a i to na prigodnom uzorku od 10 naših diplomata. Najviše njih su (80%) profesionalne, tj. karijerne diplomate koje imaju visoko ili najviše obrazovanje, široku kulturu, govore najmanje dva strana jezika i imaju značajno iskustvo u diplomatskoj praksi.

Naše diplomate konstatuju da je negativan imidž Srbije izazvan političkom unutrašnjom krizom, raspadom SFRJ i ratnim sukobima devedesetih godina prošlog veka, kao i da su kultura i umetnost najjači instrumenti u menjanju, tj. poboljšanju slike o Srbiji. Skoro da su jednoglasne u stavu da se imidž Srbije u svim zemljama sporo, ali sigurno, popravlja i smatraju da tako važna strateška tačka diplomatije Srbije ne može biti prepuštena inicijativama pojedinačnih DKP-a i njihovih diplomata. Skoro sve naše diplomate su inicirale ili realizovale neke programe iz oblasti kulture i umetnosti u zemlji prijema (od 2-52 projekta). Kada je reč o specifičnostima zemlje prijema, razume se da će prvenstveno diplomate na službi u predmetnoj zemlji, kao i diplomate iz MSP-a koje su ranije službovale i istoj zemlji, dodatno ukazati na njih, te i na imperativ za različitost sadržaja programa koji se delegiraju. Bilo da su programi inicirani od strane MK, MSP, ili na druge načine, nema rešenja sistemskog karaktera u pogledu sadržaja i finansiranja umetničkih programa koji se prikazuju u inostranstvu i predstavljaju Srbiju na direktan ili posredan način. Prvenstveno treba rešiti hronični nedostatak finansijskih sredstava, tj. plansko određivanje budžeta i programskih sadržaja, i kreirati zajedničku platformu za koordinaciju u ovim delatnostima. Osim podrške MK i MSP, treba sarađivati sa organizacijama civilnog društva iz Srbije, kao i istaknutim predstavnicima naše dijaspor e u zemljama prijema, te našom crkvom u rasejanju. Potrebna je šira akcija politike usmerene prema dijaspori, naročito akademskoj i privrednoj, kao i udruženjima srpske dijaspor e.

Na kulturne događaje se u svim našim diplomatskim predstavništvima pozivaju, osim predstavnika diplomatskog kora, predstavnici političke elite države prijema, kolege iz Ministarstva spoljnih poslova i Ministarstva kulture, predstavnici kulturnog establišmenta zemlje, poznate javne ličnosti, predstavnici medija, umetnici iz oblasti koja se promoviše i ugledni predstavnici naše dijaspor e.

Kada je o jeziku reč, diplomate su saglasne da je uvek najbolje imati programe na jeziku zemlje prijema. Opet, pogotovo kad je reč o tzv. jezicima manjih zemalja, teško je obezbediti finansijska sredstva za prevođenje, pa je neophodno da programi budu na engleskom. Ali, važno je da se neguje, promoviše i čuje i naš jezik. Treba ostvariti saradnju i davati dugoročnu podršku lektoratima srpskog jezika - i na taj način se širi interesovanje i predstavlja naša kultura. Škole srpskog jezika su prvenstveno usmerene za decu naših iseljenika, ali su od neizmernog značaja za negovanje druge i treće generacije Srba, kao i za njihovo osećanje pripadnosti srpskom narodu i širenje srpske kulture među strancima.

Naši ambasadori smatraju da reciprocitet u kulturnoj saradnji nije presudan i da je, s obzirom na različitu veličinu i ekonomsku moć država, teško i nepotrebno insistirati na reciprocitetu, već je važno obezbediti kvalitet i vidljivost, tj. publicitet.

Što se tiče umetničkih sadržaja, ambasadori smatraju da treba insistirati na visokim umetničkim dostignućima iz Srbije koja se predstavljaju stranoj publici. Najprijemčiviji programski sadržaji su muzika i likovno stvaralaštvo zbog nepostojanja jezičke barijere (osim u zemljama regiona). Ali, treba ulagati u prevođenje, da bi se što više predstavljala dela srpske kulture iz oblasti književnosti, pozorišta, filma... Značajno je i da se valjano i kontinuirano predstavlja naša kulturna baština sa teritorije Srbije i sveta, i intenziviraju aktivnosti na zaštiti 572 registrovana srpska vojna memorijala iz I i II svetskog rata u 40 zemalja sveta, iniciraju partnerstva sa državnim i stranim institucijama, organizacijama i pojedincima, obeležavaju jubileji – kako srpskih i svetskih značajnih datuma i godišnjica, tako i diplomatskih odnosa sa različitim državama sveta. U promeni imidža Srbije u svetu, važno je predstavljanje kulturnih potencijala Srbije. Kulturni turizam je (ambasador Nikšić

ističe, kao podvrste, i memorijalni i religiozni turizam) jedan od imperativa kulturne diplomatije, za čije je akcije neophodno partnerstvo MSP i MK sa Ministarstvom privrede, turizma i telekomunikacija Republike Srbije – Sektorom za turizam i turističkim organizacijama iz Srbije. TOS i Privredna komora Srbije su institucije koje bi morale intenzivnije da sarađuju sa našim DKP.

U zemljama u kojima postoji zasićenost umetničkim događajima, teško je obezbediti medijsku vidljivost. Da Srbija ne bi bila prisutna u senzacionalističkom novinarstvu, umetnost, kultura i turistički potencijali su sadržaji čijim predstavljanjem posredno može da se polako, ali sistematskim naporima, menja slika Srbije. Takođe, to treba činiti i unapređivanjem sajtova ambasada i postavljanjem trajnih sadržaja iz oblasti kulture i umetnosti Srbije.

Kulturna diplomatija, po mišljenju srpskih diplomata, funkcioniše na sličan način u različitim državama sveta. Ono što razlikuje funkcionisanje srpske diplomatije u sferi kulture i umetnosti je hroničan nedostatak finansijskih sredstava, a kao posledica toga, neadekvatna planska politika, koordinacija i dugoročna saradnja sa domaćim i stranim subjektima kulture. Na potrebe partnerstava, sistemskih rešenja i većih finansijskih ulaganja ukazuju sve diplomate. Reči koje su najčešće naše diplomate najčešće koristile u svojim odgovorima su: slaba koordinacija, sistemska akcija, planiranje, intenziviranje saradnje, delegiranje, nedostatak sredstava, minimalne finansije, nepostojanje budžeta, malobrojna partnerstva, osmišljen nastup, međuministarska, međuresorska saradnja, neadekvatna kadrovska politika...

„Kulturna diplomatija ne bi trebalo da se oslanja na individualne kvalitete pojedinaca, nego na strateška dokumenta i razrađene programe za svaku od zemalja.” Sve diplomate Republike Srbije smatraju da je, za svrsishodnu kulturnu diplomatiju, imperativ donošenje dokumenta Strategije kulture Srbije, dok se pominje i Nacionalna strategija u domenu nastupa i predstavljanja Srbije u inostranstvu i formiranje Sektora za javnu diplomatiju u MSP. To su osnove za ozbiljan kulturni nastup u inostranstvu čiji je cilj dugoročno popravljjanje imidža Srbije.

Strane diplomate koje su učestvovala u ovom istraživanju, u svojim iskazima se najčešće slažu sa srpskim kolegama kada je reč o ulozi i značaju kulture i umetnosti u diplomatiji. U zaključnim razmatranjima ćemo izneti ono što nam se čini važno za implementaciju u domenu organizacije, funkcionisanja i unapređenja srpske kulturne diplomatije. Za razliku od Republike Srbije, strane države imaju na raspolaganju više kadrova, manje finansijskih problema, te tako i osmišljenu plansku budžetsku i programsku politiku u domenu kulturne diplomatije. Ističe se da je kulturna diplomatija u praksi naročito važna kada su politički odnosi dve ili više država veoma nepovoljni. Jedino u čemu su strane diplomate podeljene je stanovište o prioritetima srpske politike. Naime, jedni zastupaju stav da se treba prvo fokusirati na političku stabilnost i na ekonomski prosperitet, kako bi se obezbedili preduslovi za kulturnu diplomatiju, a drugi zastupaju suprotan stav, da se baš u situacijama kada su zatvorena politička vrata, treba osloniti na akcije kulturne diplomatije. Strane diplomate upućuju na ulogu novih tehnologija, društvenih mreža kao novih javnih prostora društva koji mogu da doprinesu poboljšanju slike Srbije u svetu, a ne zahtevaju veća finansijska ulaganja. Preporuka je: uvoditi prakse digitalne diplomatije. Iako se pominju sponzori kao potpora i finansijeri u kulturnoj diplomatiji, strani ambasadori ukazuju i na opasnost od prevelike vidljivosti sponzora, a manjeg isticanja nacionalnog brenda, tj. države Srbije. Ministarstva spoljnih poslova i ministarstva kulture, zajedno sa određenim organizacijama ili agencijama delegiraju programe u inostranstvu, a u saradnji sa ambasadam u zemlji prijema. Ističemo primer Hrvatske, koja programe delegira sistemski, iz matice: „Postoji popis kulturnih programa koji nudi Ministarstvo vanjskih i evropskih poslova RH i uz čiju se pomoć može realizirati. Na konkretnom diplomatsko-konzularnom predstavništvu je da ocijeni koji bi program najbolje prošao u zemlji primateljici u kojoj djeluje, uvažavajući specifične interese publike u toj zemlji, odnosno skupine kojima bi neki program bio namijenjen”. Kada postoji planska politika, onda strane zemlje mogu da jedne godine stave akcenat na savremeno umetničko stvaralaštvo, sledeće na filmsku umetnost, potom na književnost, na prevodilaštvo i drugo, što u srpskoj praksi još nije moguće. Takođe, strane diplomatije ukazuju na široko polje javne diplomatije, na izlazak u različite oblasti – kreativne industrije, informacione tehnologije,

gastronomiju (gastro-diplomatija) radno-intenzivne programe, edukativne i dečje, programe prekogranične saradnje, ljudskih prava, projekte integracije... Preporučuju da se treba više sistemski pozabaviti sportskom diplomatijom. Pomenut je i tržišni, komercijalni pristup kulturnim delatnostima u okviru funkcionisanja kulturne diplomatije. Zanimljiv je podatak da neke strane zemlje u Srbiji, formalno ili neformalno, angažuju naše istaknute umetnike koji imaju savetodavnu funkciju u oblasti saradnje, mobilnosti umetnika, prekogranične saradnje, koprodukcija...

Strane države nemaju brojne pripadnike svojih iseljenika u Srbiji. Ali, tesno sarađuju sa kompanijama koje rade u Srbiji, i, ma koliko finansijskih sredstava imali na raspolaganju, ostvaruju sa njima razne oblike saradnje, kada su u pitanju programi iz oblasti kulture. S druge strane, pripadnici srpske dijaspe su, često, strani državljani, i strane ambasade u Srbiji se trude da im, kad god mogu, izađu u susret na razne načine. Preporuka stranih diplomata je da srpske kolege u zemlji prijema treba da posećuju događaje koje organizuju naša udruženja, kao i da Srbija treba da delegira programe namenjene pripadnicima naše dijaspe. Takođe, važno je organizovati programe sa decom iz dijaspe – iako to nije kulturna diplomatija, jeste dugoročno ulaganje. Istaknuti predstavnici dijaspe su najbolji srpski ambasadori, kao i stranci koji su posetili Srbiju. Treba naći balans u predstavljanju tradicionalne i savremene srpske umetnosti. Festivali, najviše Egzit i Guča su doprineli i kulturnom turizmu, ali i tome da su baš stranci mlađe starosne dobi posetili Srbiju. Ulaganje u kulturu u Srbiji, npr. festivali Bitef, Bemus, džez-festivali, kao i otvaranje muzeja u Srbiji, predstavlja dugoročno ulaganje u kulturnu diplomatiju. S druge strane, treba definisati programe koji su namenjeni samo stranoj publici, a ne srpskoj dijaspori koja poznaje Srbiju i srpsku kulturu. MSP RS ne treba i ne može sve da uradi. Promena poreske politike i ulaganje u razvoj fondova za kulturu mnogo bi doneli kulturi i kulturnoj diplomatiji Srbije, a valjalo bi razmatrati i alternativne izvore finansiranja. Ne treba očekivati brze rezultate na ovom polju delanja koji podrazumeva i značajne marketinške akcije i velike rizike. Srbiji predstoji brendiranje države, a strani ambasadori sugerišu i brendiranje Beograda. SRFJ je bila jedan od osnivača Pokreta nesvrstanih, nije pripadala ni Zapadu ni Istoku. I sada bi bilo uputno da ne preovladava usmerenost na Evropu i Ameriku, već da ostvaruje saradnju sa celim svetom.

Na osnovu prezentovanih rezultata istraživanja, zaključujemo da je druga posebna hipoteza definisana kao: H2: Srpske i inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Srbije, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u našoj zemlji (H21: Srpske diplomate sa različitim diplomatskim iskustvom ukazuju na mogućnost uticaja kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, u zavisnosti od kadrovskog potencijala i osmišljene strategije ostvarivanja međunarodne kulturne saradnje; H22: Inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža države, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u vlastitoj zemlji); potvrđena.

3. Procena istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na promovisanje srpskog identiteta i imidža Republike Srbije u inostranstvu

Treći zadatak istraživanja u ovom radu je bilo ispitivanje stavova naših istaknutih umetnika koji gostuju u inostranstvu o kulturnoj diplomatiji i načinima promene imidža Republike Srbije u svetu. U ovom delu doktorske disertacije hipotetički okvir istraživanja činile su dve posebne hipoteze sa njima odgovarajućim pojedinačnim hipotezama i indikatorima istraživanja.

H3: Što se pridaje veći značaj personalnom aspektu u kulturnoj diplomatiji, to su veće mogućnosti za promenu negativne slike Srbije u svetu (H31: Što se pridaje veći značaj kadrovskoj politici u kulturnoj diplomatiji, to će i međunarodna kulturna saradnja biti produktivnija i suprotno; H32: Što je veće učešće istaknutih umetnika kulturnoj diplomatiji, to su i interkulturni dijalog i umrežavanje na evropskom i globalnom nivou veći);

H4: Što su jasnije strategije kulturne politike i kulturne diplomatije, to će se medijska slika Srbije u inostranstvu brže menjati i suprotno (H41: Što se bolje prezentuje

kulturno nasleđe Srbije, to će i slika o Srbiji biti pozitivnija) i H42: Što je bolja medijska kampanja kulture Srbije u inostranstvu, to će i efekat poboljšanja imidža biti veći. Pre nego što se prezentuju rezultati empirijskog istraživanja na ovu temu, ukratko će biti sagledana uloga i značaj naših istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji. Jasno je da se manje države sa turbulentnom prošlošću (ali i sadašnjošću), kakva je Srbija, moraju oslanjati na uspešne i uticajne ličnosti koje žive u zemlji ili svetu, a koje bi mogle da utiču na njenu što povoljniju međunarodnu reprezentaciju i reputaciju. Kao što se kulturna politika i kulturna diplomatija naše zemlje moraju osloniti na jake ličnosti iz srpske dijaspore radi što uspešnije odbrane sopstvenih interesa u inostranstvu, tako se mora računati i na značajne umetnike koji žive u zemlji ali su svojom delatnošću afirmisani i izvan njenih granica, kako bi se efikasnije pokrenuli procesi koji bi poboljšali poziciju naše zemlje i predstave o njoj u međunarodnom kontekstu.

Ardžun Apaduraj podseća da u „postelektronskom svetu imaginacija igra novu značajnu ulogu” i da je i u drugim vremenima bilo presedana kada su snažne vođe „usađivale svoju viziju u društveni život i stvarale moćne pokrete usmerene na društvenu promenu”

(Apaduraj, 2011: 18). Dejstvo pojedinca, lidera, danas možemo temeljiti najpre na imaginaciji, što samo dodatno podvlači veliku ulogu kulture, umetnosti i medija u pokušaju da se putem jakih pojedinaca utiče na poboljšanje međunarodne reprezentacije kulture i kulturnog identiteta jednog naroda. Rečima Ljiljane Mrkić Popović, „i pored krize u kojoj živimo neophodnost obrazovanja umetnika se nameće i kao pitanje očuvanja identiteta i nacionalnog bića”, jer „dovoljan je jedan svetski priznati umetnik da proslavi svoju zemlju”, pri čemu se „uvek ističe da se u umetnost i kulturu mora ulagati, jer ne bi bilo velikih umetničkih dela da nije bilo njihovih mecena” (Mrkić Popović, prema Dimitrijević 2013). U manjim zemljama, dakle, država nema drugog izbora nego da ulaže u kulturu i u pojedince (ali i or⁶¹ izacije, koje je na uspešan način reprezentuju, kako u zemlji tako i u svetu)- uzor, „kulturni junak se definiše kao osoba kojoj se dive zbog njenih odlika ili postignuća i smatraju je idealom ili modelom” (Stojković, 2002: 102). Uz predloge da država treba da „odredi jasnu i kontinuiranu kulturnu politiku, da pomogne u plasiranju istaknutih umetnika kao kompetitivnog izvoznog brenda, da decentralizuje kulturu i umetnost” (Isaković, 2011: 275), Smiljka Isaković ističe i značaj „emocionalnog marketinga” - emocionalnu i socijalnu identifikaciju sa umetničkim brendom, a „čarolija umetnosti će uraditi ostalo” (Ibid: 281). Bitno je, takođe, da se ovi atributi plasiraju upravo preko javnog prisustva istaknute ličnosti.

Milica Savić daje odrednicu građanske diplomatije kao koncepta u kome „svaki građanin nacije ima pravo i, čak, odgovornost da pomogne oblikovanju nacionalnih spoljnih odnosa. Ovo je najradikalniji koncept kulturne diplomatije koji potpuno širi zvaničnu definiciju kulturne diplomatije i otklanja potrebu za strukturom državnog sistema, nedržavnih posrednika i državnih ciljeva”, čineći „promenu od samopromocije ka promociji vrednosti” (Savić, 2017: 229). Umetnici obavljaju „funkciju kulturnih predstavnika svojih naroda i često to rade uporedo sa kulturnim događajima i čak su delegirani kao predstavnici države (zvanično ili nezvanično)”. Shodno tome, neophodno je „jačati ulogu umetnika kao kritičke portparole ili glavne prezentere srpske kulture u inostranstvu”, jer „umetnici deluju kao kulturne diplomate srpske nacije” (Ibid: 237). Sličan je stav M. Vukadinović, koja se osvrće na osmišljenu kulturnu politiku SFRJ, značajna materijalna ulaganja i tadašnju svest o ulozi kulture u jačanju imidža države. U aktuelnom trenutku je „mnogo toga prepušteno ličnoj inicijativi i agilnim pojedincima”, tako da „naši najveći kulturni brendovi danas nisu toliko institucije koliko pojedinci”. Iako „imamo izvrsne kreativce u svim segmentima kulture”, čini se da „ne uočavamo prilike koje bi mogle da doprinesu boljoj poziciji na kulturnoj r²⁰ i Evrope, pa i sveta.”

(Vukadinović, prema: Strugar, 2017). Ista autorka ističe da „umetnici predstavljaju najbolje ambasadore, jer njihovi stvaralački dometi čine ličnu kartu svake zemlje”. Mada Srbija nije v²⁰ ka država, brojni su njeni međunarodno priznati umetnici iz svih domena umetnosti „koji su svojim delom najbolji nastavljači bogate kulturne tradicije naše zemlje”. Upravo ti pojedinci, „često zahvalju²⁰ sopstvenoj inicijativi – doprinose boljoj percepciji Srbije”, pa je njena preporuka da „bude jedna od mogućih strategija naše kulturne diplomatije u budućnosti” (<http://www.fsu.edu.rs/brend-u-kulturi/>). Iz ovih razloga je i urađena anketa sa sto naših istaknutih umetnika koji su radili i/ili rade u inostranstvu.

Prvi konkurs za mobilnost umetnika, u okviru programa „Kreativna Evropa”, objavljen je 2015. godine. Od 114 prijava, Ministarstvo kulture i informisanja je podržalo 50 gostovanja u inostranstvu u iznosu 2.787.923 dinara. Polovina ovih putovanja dogodila se u EU, četvrtina u regionu, a četvrtina u drugim zemljama sveta (Đorđević, Mihaljinac, 2017: 355).

Sa stanovišta menadžmenta kulture, ovde ključnu ulogu igra insistiranje na „kulturi izvrsnosti” (Dragičević Šešić, Dragojević, 2005: 189). Reč je o „strategiji postizanja kvaliteta” na kojoj se temelji tip organizacije „koja stvara i otkriva”, i koja se po pravilu vezuje „za osobu koja joj je na čelu – najčešće se radi o jakoj umetničkoj ličnosti”, pri čemu je „harizma i stvaralačka energija lidera omogućavala veliku prepoznatljivost i ugled u sredini, olakšavala fundraising i garantovala status” (Ibid: 172). Upravo u ovom smislu, ključno je formulisane kriterijuma za evaluaciju izvrsnosti u određenim segmentima, bilo da se radi o postignućima pojedinca ili organizacije. I pored velike teškoće u formulisane kriterijuma za ovu vrstu analize, izvesno je da ona mora biti posledica u potpunosti jasnog stava, a ne ad hoc kriterijuma kakvo je povlađivanje publici ili favorizovanje pojedinaca ili grupa unutar organizacije (Ibid: 200). Insistiranje na kvalitetu, utvrđivanje jasnih kriterijuma po svim parametrima izvrsnosti i njihovo efikasno sprovođenje, moraju da budu u fokusu svih nastojanja naše države da u što povoljnijem svetlu predstavi sebe i svoju kulturu svetu. Ulaganje u kulturu od strane države („država kao mecena”), stoga ne podrazumeva toliko povećanje budžetskih sredstava za kulturu (u ovom času, naravno, neophodno), već pre svega uspostavljanje jasnih kriterijuma za procenu izvrsnosti umetničkog i kulturnog delovanja pojedinaca i organizacija, pri kome se smisao liderstva neće svoditi na samoporociju nego na istinski doprinos svojoj kulturi i njenoj međunarodnoj reprezentaciji. U tom smislu, ponovo treba naglasiti važnost intersektorskog i interesornog delovanja u ovoj oblasti, i u svakom pogledu, važnost saradnje, kako između pojedinaca, grupa i institucija unutar zemlje, tako i u odnosu na sve relevantne subjekte na inostranstvu, kako na nacionalnom tako i nadnacionalnom novou, uz uključivanje potencijala naše dijasporu u regionu, Evropi i u svetu.

Ispitivanje u ovom delu rada je obavljeno na prigodnom uzorku od 100 istaknutih umetnika različitog profila, što ga čini visoko selekcioniranim uzorkom. Osnovni pokazatelji strukture uzorka po kategorijama ispitanika prikazani su tekstualno, tabelarno i grafički. Na osnovu uvida u tabele, kao i na osnovu grafičkog prikaza pojedinih obeležja ispitanika, mogu se izvesti određeni zaključci o karakteristikama ove kategorije uzorka. Struktura uzorka prema polu, na osnovu podataka iz tabele 16. i grafikona 5. ukazuje na to da je čini 63% ispitanika muškog pola i 37 % ispitanika ženskog pola.

Tabela 16. Pol ispitanika

	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
Muški	63	63.0	63.0
Ženski	37	37.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 5. Pol ispitanika

Kad je u pitanju fakultet (škola) koju su ispitanici završili, podaci u tabeli 17. ukazuju na to da je 90% ispitanika uglavnom završilo fakultete srodne kulturnim delatnostima koje su predmet ovog istraživanja. Oko 10% ispitanika je završilo ostale državne i privatne fakultete u zemlji i inostranstvu, ali se aktivno angažuju u kulturnim delatnostima u inostranstvu. Među 90% ispitanika najveći procenat je onih koji su završili Fakultet dramskih umetnosti (30%), zatim slede oni sa završenim Fakultetom primenjenih umetnosti (16%) i Fakultetom muzičke umetnosti (14%). Znatno manji procenat ispitanika je završio fakultet likovnih umetnosti (7%) i Filološki fakultet (5%). Ispitanicima koji su završili fakultet muzičke umetnosti, svakako treba dodati ispitanike koji su završili Akademiju lepih umetnosti u Beogradu (2%) i Akademiju umetnosti u Novom Sadu (1%).

Ukupan procenat ispitanika sa završenom baletskom školom „Luj Davičo” iznosi 2%, a fakultet i baletsku školu „Luj Davičo” završilo je tri odsto ispitanika.

Tabela 17. Fakultet (škola) koju su ispitanici završili

Vrsta fakulteta (škola) koju su ispitanici završili	Frekvencija	Procenat
Kumulativni procenat		
1 Fakultet likovnih umetnosti 7 7.0 7.0		
2 Fakultet dramskih umetnosti 30 30.0 37.0		
3 Fakultet muzičke umetnosti 14 14.0 51.0		
4 Fakultet primenjenih umetnosti 16 16.0 67.0		
5 Filološki fakultet 5 5.0 72.0		
6. Akademija lepih umetnosti 2 2.0 74.0		
7 Baletska škola „Luj Davičo” 2 2.0 76.0		
8 Pravni fakultet 2 2.0 78.0		
9 Fakultet političkih nauka 2 2.0 80.0		
10 Filozofski fakultet- istorija umetnosti 2 2.0 82.0		
11 Filozofski fakultet – književnost 2 1.0 84.0		
12. Akademija umetnosti - Novi Sad 1 1.0 85.0		
13. Arhitektonski fakultet 1 1.0 86.0		
14 Fakultet za režiju (Kanadska akademija) 1 1.0 87.0		
3,5 Fakultet muzičke umetnosti, Filološki fakultet 1 1.0 88.0		
4,13 Fakultet primenjenih umetnosti, Arhitekt. fak. 1 1.0 89.0		
5,7 Filološki fakultet, Baletska škola „L. Davičo” 1 1.0 90.0		

Uvidom u rezultate ispitivanja karakteristika uzorka ispitanika u odnosu na vrstu delatnosti iz oblasti kulture koju obavljaju i koji su prikazani u tabeli 18, lako se može uočiti različitost profila (17 osnovnih profila), s jedne (82%) i spoj dva i više profila u jednom ispitaniku, s druge strane (18%). Među ovih 82% ispitanika s osnovnim profilom, najveći procenat je onih sa muzičkom delatnošću (20%), a zatim slede oni sa likovnom (18%) i pozorišnom delatnošću (17%). Književna delatnost je zastupljena sa 11%, a filmska delatnost sa 10% ispitanika. Baletska delatnost je zastupljena kod svega 1% ispitanika. U kategoriji ispitanika koji se bave sa dve i više delatnosti iz oblasti kulture najviše je onih sa muzičkom i pozorišnom delatnošću (4%), a zatim slede oni sa likovnom i pozorišnom delatnošću (2%).

Tabela 18. Delatnost ispitanika po oblastima umetnosti

Valid	Vrsta kulturne delatnosti ispitanika	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
1	Likovna 18 18.0 18.0			
2	Muzička 20 20.0 38.0			
3	Pozorišna 17 17.0 55.0			
4	Baletska 1 1.0 56.0			
5	Književna 11 11.0 67.0			
6	Filmska 10 10.0 77.0			
11	Fotografska 1 1.0 78.0			
12	Novinarska 1 1.0 79.0			
15	Prevodilačka 1 1.0 80.0			
16	Organizator u kulturi i turizmu 1 1.0 81.0			
17	Moda 1 1.0 82.0			
1,2	Likovna, muzička 1 1.0 83.0			
1,3	Likovna, pozorišna 2 2.0 85.0			
2,3	Muzička, pozorišna 4 4.0 89.0			
3,5	Pozorišna, književna 1 1.0 90.0			
1,13	Likovna, primenjena 1 1.0 91.0			
2,18	Muzička, prosvetna-obrazovna 1 1.0 92.0			
3,19	Pozorišna, vizuelna 1 1.0 93.0			
1,3,6	Likovna, pozorišna, filmska 1 1.0 94.0			
3,5,6	Pozorišna, književna, filmska 1 1.0 95.0			
1,3,18	Likovna, pozorišna, prosvetna-obrazovna 1 1.0 96.0			
2,3,14	Muzička, pozorišna, audio-vizuelna 1 1.0 97.0			

3,5,20	Pozorišna, književna, prevodilačka	1	1.0	98.0		
2,3,6,8	Muzička, pozorišna, filmska, showbiz	1	1.0	99.0		
3,5,9,10	Pozorišna, književna, dokumentarna, TV	1	1.0	100.0		
Ukupno		100	100.0	18.0		

Kada je reč o poznavanju stranog jezika ispitanika, rezultati istraživanja prikazani u tabeli 19. ukazuju na širok spektar njihovog poznavanja stranih jezika, pri čemu oko 50% ispitanika poznaje dva ili više stranih jezika, što čini dobru pretpostavku za ostvarivanje veza sa većim brojem inostranih zemalja. Da dobro poznaju engleski jezik izjasnilo se čak 45 % ispitanika, nemački - 2%, ruski - 3%, nemački - 2% i španski 1%. Poznavanje francuskog jezika se vezuje za poznavanje drugih jezika, kao što su: engleski i francuski (6%); engleski, francuski i italijanski (4%); engleski, francuski i grčki (2%), engleski, francuski i holandski (1%), engleski, francuski i švedski (1%), engleski, francuski i poljski (1%), engleski, francuski, ruski i nemački (1%), engleski, francuski, ruski i italijanski (1%), engleski, francuski, španski i italijanski (1%), što ukupno čini 18% ispitanika koji govore francuski jezik.

Tabela 19. Poznavanje stranih jezika ispitanika

	Vrste stranih jezika koje poznaju ispitanici	Frekvencija	Procenat
	Kumulativni procenat		
1	Engleski 45	45.0	45.0
3	Ruski 3	3.0	48.0
4	Nemački 2	2.0	50.0
5	Španski 1	1.0	51.0
1,2	Engleski, francuski 6	6.0	57.0
1,3	Engleski, ruski 4	4.0	61.0
1,4	Engleski, nemački 7	7.0	68.0
1,5	Engleski, španski 3	3.0	71.0
1,6	Engleski, italijanski 2	2.0	73.0
1,7	Engleski, grčki 1	1.0	74.0
2,7	Ruski, grčki 1	1.0	75.0
3,4	Ruski, nemački 1	1.0	76.0
3,6	Ruski, italijanski 1	1.0	77.0
1,11	Engleski, mađarski 2	2.0	79.0
1,12	Engleski, češki 1	1.0	80.0
3,15	Ruski, poljski 1	1.0	81.0
1,2,6	Engleski, francuski, italijanski 4	4.0	85.0
1,2,7	Engleski, francuski, grčki 2	2.0	87.0
1,3,6	Engleski, ruski, italijanski 3	3.0	90.0
1,4,6	Engleski, nemački, italijanski 3	3.0	93.0
1,2,10	Engleski, francuski, holandski 1	1.0	94.0
1,2,16	Engleski, francuski, švedski 1	1.0	95.0
1,3,15	Engleski, francuski, poljski 1	1.0	96.0
1,13,14	Engleski, slovenački, makedonski 1	1.0	97.0
1,2,3,4	Engleski, francuski, ruski, nemački 1	1.0	98.0
1,2,3,6	Engleski, francuski, ruski, italijanski 1	1.0	99.0
1,2,5,6	Engleski, francuski, španski, italijanski 1	1.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Osim 3% ispitanika koji su se izjasnili da poznaju ruski jezik, još 13% njih poznaje ovaj jezik u kombinaciji sa drugim jezicima, i to: 1) ruski, engleski - 4%; 2) ruski, engleski, italijanski - 3%; 3) ruski, engleski, francuski, nemački - 1%; 4) ruski, engleski, francuski, italijanski - 1%; 5) ruski, grčki - 1%; 6) ruski, nemački - 1%; 7) ruski, italijanski - 1% i 8) ruski, poljski - 1%. Ipak, najveći procenat ispitanika, osim onih 45% koji su se izjasnili da poznaju samo engleski jezik, poznaje engleski jezik u kombinaciji sa još jednim, dva ili čak tri jezika, i to: engleski, nemački - 7%; engleski, francuski - 6%; engleski, ruski - 4%; engleski, španski - 3%; engleski, italijanski - 2%; engleski, mađarski - 2%; engleski, grčki - 1% i engleski, češki - 1%. Engleski jezik sa još dva jezika, poznaje sledeći procenat ispitanika: engleski, francuski, italijanski - 4%; engleski, ruski, italijanski - 3%; engleski,

nemački, italijanski – 3% i engleski, francuski, grčki – 2%. Tri jezika poznaje 4% ispitanika (1) engleski, francuski, holandski; 2) engleski, francuski, švedski; 3) engleski, francuski, poljski; 4) engleski, slovenački, makedonski, dok četiri jezika poznaje 3% ispitanika (1) engleski, francuski, ruski, nemački; 2) engleski, francuski, ruski, italijanski; 3) engleski, francuski, španski, italijanski. Ovakav vid poznavanja engleskog jezika je karakterističan za 45% ispitanika, što znači da oko 90 % ispitanika poznaje engleski jezik.

Radi ostvarivanja međunarodnih veza iz oblasti kulture neophodna su česta putovanja umetnika u inostranstvo. Učestalost putovanja u inostranstvo, odnosno broj gostovanja naših umetnika u inostranstvu može se sagledati iz tabele 5. Iz tabele 20. se vidi da je najveći procenat ispitanika putovao u inostranstvo do 10 puta (28%), zatim slede oni koji su putovali između 20 i 30 puta (24%) i oni koji su putovali od 30 i 50 puta (24%) i oni čiji broj putovanja iznosi između 10 i 20 puta (23%). Između 20 i 30 puta u inostranstvo je putovalo Prema dobijenim podacima, preko 10 puta u inostranstvo je putovalo 72% ispitanika, što čini velik procenat poseta naših istaknutih umetnika inostranstvu, a samim tim i značajan pokazatelj ostvarivanja kulturne diplomatije.

Tabela 20. Broj gostovanja ispitanika u inostranstvu

Broj gostovanja u inostranstvu		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat	
1	Do 10 puta	28	28.0	28.0	
2	Između 10 i 20 puta	23	23.0	51.0	
4	Između 20 i 30 puta	24	24.0	75.0	
5	Između 30 i 50 puta	24	24.0	99.0	
6	Preko 50 puta	1	1.0	100.0	
Ukupno		100	100.0		

Ovom podatku, svakako treba dodati činjenicu da je oko 80% ispitanika učestvovalo na inostranim festivalima više puta, a jednom svega 7% ispitanika. Na međunarodnim festivalima uopšte nije učestvovalo 14% ispitanika (tabela 21).

Tabela 21. Učešće ispitanika na festivalima

Broj učešća na festivalima		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat	
1	Da, više puta	79	79.0	79.0	
2	Jednom	7	7.0	86.0	
3	Nije učestvovao na festivalima		14	14.0	100.0
Ukupno		100	100.0		

Što se tiče načina učešća naših umetnika na festivalima, svoje putovanje u inostranstvo naši umetnici su u podjednakom procentu ostvarivali individualno (42%) ili kao članovi određene grupe (40%), dok je 18% njih putovalo u inostranstvo na oba načina (tabela 22).

Tabela 22. Način učešća ispitanika na festivalima

Način učešća na festivalima		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat	
1	Kao član određene grupe	40	40.0	40.0	
2	Individualno učešće	42	42.0	82.0	
1,2	Kao član određene grupe, individualno		18	18.0	100.0
Ukupno		100	100.0		

Naši umetnici su odlazili u inostranstvo na poziv različitih subjekata. Skoro 50% poziva je dolazilo iz inostranstva (49%), a svega 6% njih od udruženja iz dijaspor (tabela 23). U kombinaciji ova dva poziva u inostranstvo je otišlo još 8% ispitanika, a u nekom drugačijem aranžmanu u inostranstvo je odlazilo 20% ispitanika. Na poziv iz inostranstva i na poziv Ministarstva kulture Republike Srbije u inostranstvo je otišlo 3% ispitanika, kao i prilikom poziva iz inostranstva u kombinaciji sa drugačijim aranžmanom. Isti procenat ispitanika je otišao u inostranstvo i u kombinaciji poziva iz inostranstva, nekog udruženja iz dijaspor i u nekom drugačijem aranžmanu. Na pomenute načine u inostranstvo je odlazilo 92% ispitanika. Preostalih 8% ispitanika je odlazilo u inostranstvo u nekim drugim kombinacijama poziva ili drugačijeg aranžmana.

Tabela 23. Način pozivanja umetnika za odlazak u inostranstvo

Način pozivanja umetnika u inostranstvo	Frekvencija	Procenat
Kumulativni procenat		

1	Na poziv iz inostranstva	49	49.0	49.0		
2	Na poziv nekog od udruženja iz dijaspore	6	6.0	55.0		
5	U nekom drugačijem aranžmanu	20	20.0	75.0		
1,2	Na poziv iz inostranstva, dijaspora	8	8.0	83.0		
1,4	Na poziv iz inostranstva, na poziv iz MK RS	3	3.0	86.0		
1,5	Na poziv iz inostranstva, u nekom drugačijem aranžmanu	3	3.0	89.0		
2,5	Na poziv nekog od udruženja iz dijaspore, u nekom drugačijem aranžmanu	1	1.0	90.0		
4,5	Na poziv iz Ministarstva kulture Republike Srbije, u nekom drugačijem aranžmanu	1	1.0	91.0		
1,2,3	Na poziv iz inostranstva, na poziv nekog od udruženja iz dijaspore, na poziv iz MSP RS	2	2.0	93.0		
1,2,5	Na poziv iz inostranstva, na poziv nekog od udruženja iz dijaspore, drugačiji aranžman	3	3.0	96.0		
1,4,5	Na poziv iz inostranstva, na poziv iz MK RS, u nekom drugačijem aranžmanu	2	2.0	98.0		
1,2,4,5	Na poziv iz inostranstva, na poziv nekog od udruženja iz dijaspore, na poziv iz MK RS, u nekom drugačijem aranžmanu	1	1.0	99.0		
1,2,3,4,5	Na poziv iz inostranstva, na poziv nekog od udruženja iz dijaspore, na poziv iz MSP RS, na poziv iz MK RS, u nekom drugačijem aranžmanu	1	1.0	100.0		
Ukupno		100	100.0			

Kada je reč o državama u kojima su ispitanici gostovali, rezultati istraživanja pokazuju da si ispitanici posetili 61 državu iz svih kontinenata. Najviše poseta je obavljeno u SR Nemačkoj (52), Francuskoj (50) i Italiji (50), a zatim u SAD (43), Ruskoj Federaciji (42), Austriji (35) i Velikoj Britaniji (32). Nakon toga slede države u kojima su ispitanici boravili od 21 do 24 puta (Rumunija, Švajcarska, Slovenija i Hrvatska). U grupi zemalja u kojima su ispitanici boravili od 10 do 20 puta nalaze se: Grčka, Norveška, Češka, Makedonija, Švedska, Turska, Crna Gora, Bugarska, Bosna i Hercegovina i Mađarska. Od jedan do 10 puta naši umetnici su boravili u 40 zemalja, pri čemu su 14 puta posetili jednu zemlju (Južna Koreja, Tunis, Čile, Brazil, Novi Zeland, Kuba, San Marino, Irska, Jordan, Moldavija, Estonija, Azerbejdžan, Kirgistan, Jermenija).

Prilikom razmatranja procene naših istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na promovisanje srpskog identiteta i imidža Republike Srbije u inostranstvu, u prvom delu ovog poglavlja rada analizirani su rezultati deskriptivne analize manifestnih i latentnih varijabli aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj saradnji iz oblasti kulture i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu u programima iz oblasti kulture, sa stanovišta procene istaknutih umetnika koji su gostovali u inostranstvu. Drugi deo poglavlja obuhvata deskriptivnu i faktorsku analizu. Treći deo poglavlja sadrži analizu korelacija između nezavisnih (aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu) i zavisnih varijabli (promovisanje srpskog kulturnog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu), odnosno analizu uticaja kulturne diplomatije na promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu. U četvrtom delu ovog poglavlja izneti su zaključci o rezultatima istraživanja prezentovanim u prva tri dela i na kraju su izneti zaključci o pojedinačnim, posebnim i o opštoj hipotezi ovog istraživanja.

3.1. Procena aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture

Prvi deo analize rezultata istraživanja obuhvata deskriptivnu i faktorsku analizu manifestnih i latentnih varijabli procene kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, kao nezavisne varijable. U prvoj fazi ovog dela analize obavljena je deskriptivna analiza procena naših istaknutih umetnika o

kvalitetu aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i njihovog gostovanja u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture na uzorku od 25 manifestnih varijabli (pitanja, tvrdnji, indikatora). Druga faza ovog dela analize sadrži faktorsku analizu procena naših istaknutih umetnika o kvalitetu aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i njihovog gostovanja sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu na uzorku od 17 manifestnih varijabli (pitanja, tvrdnji, indikatora).

3.1.1. Deskriptivna analiza procena kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu

Deskriptivna analiza procene manifestnih varijabli kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu obuhvata tabelarni i grafički prikaz procena, odnosno odgovora ispitanika za 25 indikatora, pri čemu je 17 manifestnih varijabli (pitanja, tvrdnji, indikatora) na petostepenoj skali Likertovog tipa, a osam manifestnih varijabli (pitanja, indikatora) sa skalom rangova i zaokruživanjem odgovarajućih varijanti ponuđenih odgovora. Rezultati istraživanja su prikazani pomoću osnovnih statističkih parametara: frekvencije i procenata.

Ovaj deo deskriptivne analize obavljen je pomoću sledećih pitanja (tvrdnji, indikatora) u Subskali za procenu kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu: 1)P1: Ko ima presudan uticaj na izbor programa iz kulture sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?; 2)P2: Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?; 3)P3: Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu izbora programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?; 4)P4: Da li su neki od programa u kojima ste gostovali uključivali umetnike iz više zemalja?; 5)P5: Ko je prvenstveno finansirao Vaša dosadašnja gostovanja u inostranstvu?; 6)P6: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?; 7)P7: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijasporae?; 8)P8: Kome su najčešće bili namenjeni programi sa kojima ste gostovali u inostranstvu?; 9)P9: Ako živite u inostranstvu, koliko često Vas naša ambasada poziva sa uzmete učešće u kulturnim programima?; 10)P10: Prilikom Vaših gostovanja u inostranstvu, čija dela ste najčešće izvodili?; 11)P11: Na kom jeziku su najčešće izvođeni programi u kojima ste učestvovali?; 12)P12: Prema Vašim saznanjima, koji od navedenih programa su najprijemčiviji za stranu publiku?; 13)P13: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?; 14)P14: U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima?; 15)P15: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema?; 16)P16: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima?; 17)P17: U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vid promocije srpskog književnog stvaralaštva?; 18)P18: Koliko učešće naših izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža Srbije u svetu?; 19)P19: Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta?; 20)P20: Molimo vas da procenite u kojoj meri su navedene tvrdnje u vezi sa uticajem pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu osnovane; 21)P21: Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?; 22)P22: Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?; 23)P23: Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje?; 24)P24: Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije?; 25)P25: Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou?; 26)P26: Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji? Značaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije Republike Srbije

na njen imidž u svetu

Prvih šest tabela se odnosi na tvrdnje kojima je utvrđen značaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije Republike Srbije sa stanovišta njihovog uticaja na njen imidž u svetu. Prva tvrdnja sadrži stav da je radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu neophodno da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje. Ispitanici su u najvećem procentu izrazili potpunu saglasnost sa ovom tvrdnjom (68%), uglavnom je bilo saglasno 19% ispitanika, a delimičnu saglasnost je istaklo 10% ispitanika. Sa ovim stavom nije bilo saglasno svega 3% ispitanika (tabela 24, grafikon 6).

Tabela 24. Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje (p321)

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni	68	68.0	68.0
Uglavnom saglasni	19	19.0	87.0
Delimično saglasni	10	10.0	97.0
Uglavnom nesaglasni	2	2.0	99.0
Uopšte nisu saglasni	1	1.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 6. Strategijom kulturne politike treba definisati okvir i sadržaje međunarodne kulturne saradnje

Druga i treća tvrdnja se odnose na stručni kadar u okviru diplomatskog predstavništva zaduženog za kulturnu diplomatiju. Druga tvrdnja sadrži sledeći stav: Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republike Srbije u svetu. Sa ovim stavom je potpuno saglasno 72% ispitanika, a uglavnom saglasno 23% ispitanika, što čini ukupno 95% uzorka ispitanika. Preostalih 5% ispitanika je „delimično” ili „uglavnom nesaglasno” sa ovom tvrdnjom (tabela 25, grafikon 7).

Tabela 25. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu (p322)

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni	72	72.0	72.0
Uglavnom saglasni	23	23.0	95.0
Delimično saglasni	3	3.0	98.0
Uglavnom nesaglasni	2	2.0	100.0
Uopšte nisu saglasni	0	0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Treća tvrdnja sadrži stav da većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje. Međutim, čak 71% ispitanika je „nesaglasno” s ovom tvrdnjom, a 25% njih je samo „delimično saglasno”, dok svega 4% ispitanika se „slaže” s ovom tvrdnjom (tabela 26, grafikon 8).

Tabela 26. Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje (p323)

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni	2	2.0	2.0
Uglavnom saglasni	2	2.0	4.0
Delimično saglasni	25	25.0	29.0
Uglavnom nesaglasni	30	30.0	59.0
Uopšte nisu saglasni	41	41.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 7. Kadar za kulturnu diplomatiju Grafikon 8. Popunjenost stručnim kadrom

Naredne dve tvrdnje se odnose na adekvatnost angažovanja naših istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji. Sadržaj četvrte tvrdnje čini stav da su naši vrhunski umetnici na adekvatan način angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije. Međutim,

čak 73% ispitanika je „nesaglasno” sa ovom tvrdnjom. „Delimičnu saglasnost” izražava 19% ispitanika, a „uglavnom je saglasno” svega 3% ispitanika (tabela 27, grafikon 9).

Tabela 27. Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije (p324)

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni	0	0.0	
Uglavnom saglasni	3	3.0	3.0
Delimično saglasni	19	19.0	22.0
Uglavnom nesaglasni	31	31.0	53.0
Uopšte nisu saglasni	47	47.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Kada je reč o petoj tvrdnji da angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturalnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou, ispitanici su u visokom procentu izrazili svoju „saglasnost” sa ovom tvrdnjom (92%). „Delimičnu saglasnost” je izrazilo 5% ispitanika, a „nesaglasnost” svega 3% ispitanika (tabela 28, grafikon 10).

Tabela 28. Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturalnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou (p325)

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni	73	73.0	73.0
Uglavnom saglasni	19	19.0	92.0
Delimično saglasni	5	5.0	97.0
Uglavnom nesaglasni	2	2.0	99.0
Uopšte nisu saglasni	1	1.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 9. Adekvatnost angažovanja umetnika

Grafikon 10. Veće angažovanje naših umetnika

Visoki stepen saglasnosti ispitanika je izražen i sa šestom tvrdnjom da su umrežavanje i partnerstvo neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji (94%). „Delimična saglasnost” je ispoljena kod 4% ispitanika, a svoju „nesaglasnost” je izrazilo svega 2% ispitanika (tabela 29, grafikon 11).

Tabela 29. Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni	71	71.0	71.0
Uglavnom saglasni	23	23.0	94.0
Delimično saglasni	4	4.0	98.0
Uglavnom nesaglasni	2	2.0	100.0
Uopšte nisu saglasni	0	0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 11. Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji

Izbor programa iz oblasti kulture sa kojima su naši umetnici gostovali u inostranstvu

Odgovori ispitanika na prvo pitanje iz Subskale procene kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu koje glasi: Ko ima presudan uticaj na izbor programa iz kulture sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?, prikazani su u tabeli 30. Iz ove tabele je vidljivo da najveći procenat ispitanika „ne može da proceni” (39%) ko ima presudan uticaj na izbor tih programa. Da su to „umetnici-izvođači programa” procenjuje 18% ispitanika, a zatim slede oni koji procenjuju da u tome učestvuju „različita udruženja iz dijaspor” (15%). Vladine institucije (MSP RS i MK RS), po proceni ispitanika, u određivanju programa međunarodne kulturne saradnje imaju svega 8% učešća. U međusobnoj kombinaciji pojedinih vladinih

institucija (MSP RS i MK RS) ostvaruje se još 2% učešća, a kombinovanjem učešća vladinih institucija i drugih subjekata (različita udruženja iz dijaspore, lični kontakti) ostvaruje se još 5% njihovog učešća u određivanju programa. Kombinovanim učešćem različitih udruženja iz dijaspore i umetnika ostvaruje se još 4% saradnje, a zajedničkim učešćem MK RS i različitih udruženja iz dijaspore utiče se još u obimu od 3% na izbor programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu. Iako je utvrđen mali procenat učešća „sponzora” u kreiranju programa (2%) i „stranih festivala koji pozivaju umetnike” (2%), značajno je napomenuti da u tom procesu učestvuju i ovi subjekti sa ukupno 4% aktivnosti.

Tabela 30. P1: Ko ima presudan uticaj na izbor programa iz kulture sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?

Subjekti koji utiču na izbor programa iz kulture sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat		
1	Ministarstvo spoljnih poslova (MSP) RS	2	2.0	2.0	2.0	
2	Ministarstvo kulture (MK) RS	6	6.0	8.0		
3	Različita udruženja iz dijaspore	15	15.0	23.0		
4	Umetnici-izvođači programa	18	18.0	41.0		
5	Sponzori	2	2.0	43.0		
6	Ne mogu da procenim	39	39.0	82.0		
7	Galerije u inostranstvu	1	1.0	83.0		
8	Strani festivali koji pozivaju umetnike	2	2.0	85.0		
9	Lični kontakti	1	1.0	86.0		
1,2	MSP RS, MK RS	2	2.0	86.0		
1,3	MSP RS, Različita udruženja iz dijaspore	1	1.0	89.0		
2,3	MK RS, Različita udruženja iz dijaspore	3	3.0	92.0		
2,9	MK RS, Lični kontakti	1	1.0	93.0		
3,4	Različita udruženja iz dijaspore, umetnici	4	4.0	97.0		
4,5	Umetnici-izvođači programa, sponzori	1	1.0	98.0		
4,7	Umetnici-izvođači programa, galerije	1	1.0	99.0		
2,4,5	MK RS, Umetnici-izvođači programa, sponzori	1	1.0	100.0		
Ukupno		100	100.0			

Na drugo pitanje: Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?, dobijeni su odgovori ispitanika koji su prikazani u tabeli 31. i na grafikonu 12. Dobijeni rezultati ukazuju na to da preko dve trećine ispitanika smatra da se specifičnosti zemlje prijema, prilikom izbora programa, uzimaju u obzir „kako kad”. Ovom broju ispitanika, svakako, treba dodati 17% onih ispitanika koji smatraju se to „uglavnom” i 9% ispitanika koji procenjuju da se to „redovno” čini. Negativan stav po ovom pitanju ima svega 6% ispitanika.

Tabela 31. P2: Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
4	Da, redovno	9	9.0	9.0
3	Uglavnom da	17	17.0	26.0
2	Kako kad	68	68.0	94.0
1	Ne	6	6.0	100.0
Ukupno		100	100.0	

Grafikon 12. Prilikom izbora programa uzimaju se u obzir specifičnosti zemlje prijema

Ispitanici su vrednovali praksu izbora programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu. Prema dobijenim odgovorima na drugo pitanje prikazanim u tabeli 32. i na grafikonu 13, može se uočiti da je najveći procenat ispitanika ovu praksu vrednovao ocenom „dobar” (38%), zatim slede oni koji su postojeći način izbora programa vrednovali

ocenom „dovoljan” (23%). Ocenom „vrlo dobar” i odličan” ovu praksu vrednuje 21% ispitanika, dok ocenom „slab” ovu mogućnost vrednuje čak 18% ispitanika.

Tabela 32. P3: Kojom ocenom biste ocenili praksu izbora programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?

	Stepen saglasnosti sa ocenom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
5	Ocenom odličan	7	7.0	7,0
4	Ocenom vrlo dobar	14	14.0	21,0
3	Ocenom dobar	38	38.0	59,0
2	Ocenom dovoljan	23	23.0	82,0
1	Slabom ocenom	18	18.0	100,0
Ukupno	100	100.0		

Grafikon 13. Ocena prakse izbora programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?

Na postavljeno četvrto pitanje: Da li su neki od programa u kojima ste gostovali uključivali umetnike iz više zemalja?, dobijeni su odgovori koji pokazuju da preko 50 odsto ispitanika smatra da su „neki od programa bili takvog karaktera” (53%), a oko 36% njih smatra da je „većina programa bilo takvog karaktera”. Da „nijedan od programa nije bio takvog karaktera”, izjasnilo se 11% ispitanika (tabela 33, grafikon 14).

Tabela 33. P4: Da li su neki od programa u kojima ste gostovali uključivali umetnike iz više zemalja?

	Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
3	Većina programa je bila takvog karaktera	36	36.0	36.0
2	Neki od programa su bili takvog karaktera	53	53.0	89.0
1	Nijedan od njih nije bio takvog karaktera	11	11.0	100.0
Ukupno	100	100.0		

Grafikon 14. Uključenost umetnika iz više zemalja u programe sa kojima su naši umetnici gostovali u inostranstvu

Jedno od nezaobilaznih pitanja, svakako, bilo je peto pitanje: Ko je prvenstveno finansirao Vaša dosadašnja gostovanja u inostranstvu? Dobijeni su veoma raznovrsni odgovori, pri čemu čak 14% odgovora sadrže različite kombinacije izvora finansiranja naših umetnika. Među sedam odgovora koji obuhvataju jedan subjekt finansiranja, najveći procenat ispitanika navodi da su to „stranci” (25%), a zatim slede kategorija „ostalih” (21%). Udruženja dijaspora učestvuju sa 11% finansijske potpore, a strana produkcija sa 10% učešća. „Samofinansiranje umetnika” je zastupljeno sa 5%, a „nevladine organizacije” imaju 3% učešća. Neka od „nadležnih ministarstava” imaju svega 2% učešća, ali u kombinaciji sa drugim izvorima finansiranja imaju još 6% učešća. Uzevši u celini, čak 23% aktivnosti (programa) je finansirano u kombinaciji sa različitim izvorima, pri čemu „stranci” i „strane produkcije” imaju 12% učešća u takvim kombinacijama, udruženja dijaspora 11%, a nevladine organizacije 5% učešća (tabela 34).

Tabela 34. P5: Ko je prvenstveno finansirao Vaša dosadašnja gostovanja u inostranstvu?

	Organi finansiranja gostovanja umetnika u inostranstvu	Procenat	Kumulativni procenat	Frekvencija
1	Neko od nadležnih ministarstava RS	2	2.0	2.0
2	Stranci	25	25.0	27.0
3	Nevladine organizacije	3	3.0	30.0
4	Udruženja dijaspora	11	11.0	41.0
5	Strana produkcija	10	10.0	51.0
6	Ostali	21	21.0	72.0
7	Samofinansiranje	5	5.0	77.0
1,2	Nadležna ministarstava RS; stranci	1	1.0	78.0
1,5	Nadležna ministarstava RS, strana produkcija	2	2.0	80.0
2,3	Stranci, nevladine organizacije	2	2.0	82.0

2,4	Stranci, udruženja dijaspora	3	3.0	85.0		
2,5	Stranci, strana produkcija	3	3.0	88.0		
2,6	Stranci, ostali	1	1.0	89.0		
3,5	Nevladine organizacije, strana produkcija	1	1.0	90.0		
4,5	Udruženja dijaspora, strana produkcija	3	3.0	93.0		
4,6	Udruženja dijaspora, ostali	2	2.0	95.0		
1,2,4	Nadležna ministarstva RS, stranci, udruženja dijaspora	1	1.0	96.0		
1,2,5	Nadležna ministarstva RS, stranci, strana produkcija	1	1.0	97.0		
2,4,5	Stranci, Udruženja dijaspora, strana produkcija	1	1.0	98.0		
3,4,6	Nevladine organizacije, udruženja dijaspora	1	1.0	99.0		
1,2,3,5	Nadležna ministarstva RS, stranci, nevladine organizacije, strana produkcija					
1		1	1.0	100.0		
Ukupno		100	100.0			

Susreti i saradnja sa našim diplomatama, našom dijasporom i stranim saradnicima prilikom realizacije programa iz kulture u inostranstvu

Na postavljeno šesto pitanje: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?, dobijeni su odgovori ispitanika koji su prikazani u tabeli 35. i na grafikonu 15. Odgovori ispitanika pokazuju da se oko 50% ispitanika izjasnilo da su su susreti umetnika koji su gostovali u inostranstvu sa našim diplomatama najčešće bili „retki” (51%). Da „nikad nije došlo do tog susreta” izjasnilo se 20% ispitanika. Svega 29% ispitanika se izjasnilo u prilog „redovnih” (13%) i „čestih” (16%) sastanaka sa našim diplomatama, što čini manje od jedne trećine ispitanika koji su imali pozitivan stav po ovom pitanju.

Tabela 35. P6: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?

	Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
4	Skoro uvek	13	13.0	13.0
3	Često	16	16.0	29.0
2	Retko	51	51.0	80.0
1	Nikada	20	20.0	100.0
Ukupno		100	100.0	

Grafikon 15. Susret sa našim diplomatama prilikom gostovanja u inostranstvu

Slično interesovanje je ispoljeno kod sedmog pitanja: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspora?, a odgovori ispitanika na ovo pitanje su prikazani u tabeli 36. i na grafikonu 16. Odgovori ispitanika na ovo pitanje pokazuju da se najveći procenat njih, oko jedna trećina (35%) „retko” susretao sa predstavnicima naše dijaspora, a zatim slede oni koji su se „skoro uvek” (29%) i „često” (24%) susretali s njima. Svega 12% ispitanika se „nikada” nije susretao sa predstavnicima naše dijaspora.

Tabela 36. P7: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspora

	Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
4	Skoro uvek	29	29.0	29.0
3	Često	24	24.0	53.0
2	Retko	35	35.0	88.0
1	Nikada	12	12.0	100.0
Ukupno		100	100.0	

Grafikon 16. Susreti sa predstavnicima naše dijaspora prilikom gostovanja umetnika u inostranstvu

Na postavljeno osmo pitanje: Kome su najčešće bili namenjeni programi sa kojima ste gostovali u inostranstvu?, dobijeni su odgovori koji su prikazani u tabeli 37.

Prema dobijenim odgovorima, skoro dve trećine ispitanika se izjasnilo da su programi najčešće bili namenjeni „stranoj publici” (64%). U znatno manjem procentu programi su bili namenjeni „našoj dijaspori” (19%). S obzirom na to da su programi izvođeni za više korisnika, među kojima je najčešće bila strana publika i naša dijaspora, još 11% ovih korisnika je prisustvovalo prezentaciji ovih programa. Kada je reč o našim diplomatama, oni se najčešće pojavljuju kao konzumenti ovih aktivnosti u kombinaciji sa više korisnika (strana publika, naša dijaspora, neko drugi), što čini još 4% publike koja je prisustvovala ovim programima.

Tabela 37. P8: Kome su najčešće bili namenjeni programi sa kojima ste gostovali u inostranstvu?

Vrsta namene programa sa kojima su umetnici gostovali u inostranstvu		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat		
1	Stranoj publici	64	64.0	64.0		
3	Našoj dijaspori	19	19.0	83.0		
4	Nekom drugom	4	4.0	87.0		
1,3	Stranoj publici, našoj dijaspori	8	8.0	95.0		
2,3	Diplomatama, našoj dijaspori,	1	1.0	96.0		
1,2,3	Stranoj publici, diplomatama, našoj dijaspori	2	2.0	98.0		
1,3,4	Stranoj publici, našoj dijaspori, nekom drugom	1	1.0	99.0		
1,2,3,4	Stranoj publici, diplomatama, našoj dijaspori, nekom drugom	1	1.0	100.0		
Ukupno		100	100.0	100.0		

Deveto pitanje se odnosilo na to koliko često naša ambasada poziva naše umetnike, ukoliko žive u inostranstvu, da učestvuju u kulturnim aktivnostima. Odgovori ispitanika su prikazani u tabeli 38. i na grafikonu 17. Treba istaknuti da među našim ispitanicima čak 76% njih ne živi u inostranstvu, pa zbog toga oni imaju češća putovanja u inostrane zemlje. Oko 24% ispitanika koji žive u inostranstvu, u najvećem procentu se izjašnjava da su „nikada” (9%) ili „veoma retko” (7%) dobili poziv od ambasade da učestvuju u kulturnim aktivnostima. S druge strane, oko 8% njih smatra da su „veoma često” (3%), „često” (1%) ili „ponekad” (4%) pozivani da učestvuju u kulturnim programima.

Tabela 38. P9: Ako živite u inostranstvu, koliko često Vas Vaša ambasada poziva da učestvujete u kulturnim programima?

Učestalost poziva umetnicima koji žive u inostranstvu za učešće u kulturnim programima		Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat		
5	Veoma često	3	3.0	3.0		
4	Često	1	1.0	4.0		
3	Ponekad	4	4.0	8.0		
2	Veoma retko	7	7.0	15.0		
1	Nikada	9	9.0	24.0		
0	Ne živim u inostranstvu	76	76.0	100.0		
Ukupno		100	100.0			

Grafikon 17. Učestalost poziva naše ambasade za umetnika koji žive u inostranstvu da učestvuju u kulturnim programima

Kada je reč o vrsti dela (prema autorima) koje su naši umetnici (muzičari) izvodili u inostranstvu, što čini suštinu 10. pitanja, ispitanici su dali odgovore koji su prikazani u tabeli 39. Prema dobijenim podacima, preko 50% ispitanika se izjasnilo da su se u inostranstvu predstavljali „sopstvenim umetničkim delima” (53%). Zatim slede oni koji su u podjednako obimu izvodili dela domaćih i stranih autora (23%), a isključivo dela domaćih autora je izvodilo 14% ispitanika, dok su dela stranih autora činila sadržaj programa kod 5% ispitanika. Tradicionalnu muziku je izvodilo svega 5% ispitanika, iako je ona (u daljem toku analize) pokazala znatan uticaj na promociju srpskog identiteta i poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu.

Tabela 39. P10: Prilikom Vaših gostovanja u inostranstvu, čija dela ste najčešće izvodili?

Vrste muzičkih dela koje su izvodili naši umetnici				Frekven-cija	Procenat
Kumulativni procenat					
1.	Dela domaćih autora	14	14.0	14.0	
2.	Dela stranih autora	5	5.0	19.0	
3.	Podjednako i strana i srpska dela	23	23.0	42.0	
4.	Sopstvena autorska dela	53	53.0	95.0	
5.	Tradicionalnu muziku	5	5.0	100.0	
Ukupno		100	100.0		

I naredno, 11. pitanje, odnosi se na dela koje su naši umetnici izvodili u inostranstvu: Na kom jeziku su najčešće izvođeni programi u kojima su učestvovali? Odgovori ispitanika su prikazani u tabeli 40. Prema dobijenim rezultatima, preko 50% ispitanika je svoja umetnička dela izvodilo na srpskom jeziku (54%), zatim na jeziku zemlje prijema (21%) i na trećem mestu – na engleskom jeziku (11%). Ostala izvođenja umetničkih dela su bila u različitim kombinacijama ova tri jezika (11%). Zanimljivo je istaći jednu vrstu odgovora ispitanika, a to je da su njihova izvođenja muzičkih dela bila na „jeziku muzike” (3%).

Tabela 40. P11: Na kom jeziku su najčešće izvođeni programi u kojima ste učestvovali?

Jezici na kojima su izvođeni programi				Frekven-cija	Procenat	Kumulativni procenat
1.	Na srpskom jeziku	54	54.0	54.0		
2.	Na engleskom jeziku	11	11.0	65.0		
3.	Na jeziku zemlje prijema	21	21.0	86.0		
4.	Na jeziku muzike	3	3.0	89.0		
1,2	Na srpskom i engleskom jeziku	5	5.0	94.0		
1,3	Na srpskom i jeziku zemlje prijema	4	4.0	98.0		
2,3	Na engleskom i jeziku zemlje prijema	1	1.0	99.0		
1,2,3	Na srpskom, engleskom i jeziku zemlje prijema	1	1.0	100.0		
Ukupno		100	100.0			

Kada je trebalo da rangiraju pojedine vrste programa po njihovoj prijemčivosti za publiku, ispitanici su prvi rang dodelili muzičkim programima, drugi i treći rang likovnim i filmskim programima, četvrti rang dramskim programima, peti – folklornim i šesti – književnim i prevodilačkim programima (tabela 41. i grafikon 18).

Tabela 41. P12: Prema Vašim saznanjima, koji od navedenih programa su najprijemčiviji za publiku?

Vrste programa		Frekvencija	Rang
1.	Muzički	61	1
2.	Dramski	25	4
3.	Likovni	34	2-3
4.	Filmski	34	2-3
5.	Folklorni	19	5
6.	Književi i prevodilački	8	6

Grafikon 18. Prijemčivost pojedinih vrsta programa za publiku

Naredna dva pitanja se odnose na potencijalnu saradnju naših umetnika sa našom dijasporom kao i stranim umetnicima u pripremi kulturnih događaja. U vezi s tim, postavljeno je 13. pitanje iz ove subskale koje glasi: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?, a odgovori ispitanika su prikazana u tabeli 42. i na grafikonu 19. U ovom slučaju, najveći procenat ispitanika se izjasnio da „nije nikada” sarađivao sa našom dijasporom po pitanju pripreme kulturnih događaja (39%), 23% njih se izjasnilo da je to bilo „ponekad” ili „vrlo retko” (20%). Da je to bio „redovan” ili „čest” slučaj izjasnilo se svega 18% ispitanika.

Tabela 42. P13: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?

Učestalost saradnje sa dijasporom				Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
5.00	Redovno	10	10.0	10.0		
4.00	Često	8	8.0	18.0		

3.00	Ponekad	23	23.0	41.0
2.00	Vrlo retko	20	20.0	61.0
1.00	Nikada	39	39.0	100.0
	Ukupno	100	100.0	

Grafikon 19. Učestalost saradnje naših umetnika sa našom dijasporom u pripremi programa naših umetnika

Kada je reč o saradnji naših umetnika sa stranim umetnicima prilikom realizacije programa, što čini suštinu 14. pitanja, dobijeni su odgovori ispitanika koji su prikazani u tabeli 43. i na grafikonu 20. Dobijeni rezultati ukazuju na to da je ta saradnja načešće imala karakter „redovnosti” (27%), zatim da se ona odvijala „često” (26%) i „ponekad” (25%). Da je ta saradnja bila „vrlo retka” izjasnilo se 13% ispitanika, a da se ona „nikada” nije odvijala odgovorilo je 9% ispitanika. Uzevši u celini, čak 53% ispitanika se izjasnilo u prilog redovnosti odvijanja saradnje između naših i stranih umetnika prilikom pripreme i realizacije programa naših umetnika.

Tabela 43. P14: U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa inostranim umetnicima?

		Učestalost saradnje sa inostranim umetnicima	Frekvencija	Procenat
		Kumulativni procenat		
5.	Redovno	27	27.0	27.0
4.	Često	26	26.0	53.0
3.	Ponekad	25	25.0	78.0
2.	Vrlo retko	13	13.0	91.0
1.	Nikada	9	9.0	100.0
	Ukupno	100	100.0	

Grafikon 20. Saradnja naših umetnika sa inostranim umetnicima prilikom realizacije njihovih programa

Medijska prezentacija gostovanja naših umetnika u inostranstvu u medijima zemlje prijema i u domaćim medijima

Naredna dva pitanja se odnose na praćenost gostovanja naših umetnika u medijima zemlje prijema i u domaćim medijima. Shodno tome, 15. pitanje je glasilo: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema?, a odgovori ispitanika na ovo pitanje su prikazani u tabeli 44. i na grafikonu 21. Prema dobijenim rezultatima, najveći procenat ispitanika „ne može da oceni” kako su mediji zemlje prijema izveštavali o njihovom gostovanju (41%). Pozitivno mišljenje o njihovom gostovanju ističe preko 50 odsto ispitanika („uvek veoma dobro” – 19% i „uglavnom dobro” – 33%). Za negativno mišljenje medija zemlje prijema o njihovom gostovanju izjasnilo se svega 7% ispitanika.

Tabela 44. P15: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema?

		Kvalitet praćenosti gostovanja u inostranim medijima	Frekvencija
		Procenat	Kumulativni procenat
5.	Uvek veoma dobro	19	19.0
4.	Uglavnom dobro	33	33.0
3.	Ne mogu da ocenim	41	41.0
2.	Uglavnom loše	2	2.0
1.	Veoma loše	5	5.0
	Ukupno	100	100.0

Grafikon 21. Praćenost gostovanja naših umetnika u medijima zemlje prijema

Na 16. pitanje: Kako su gostovanja naših umetnika u inostranstvu praćena u domaćim medijima, dobijeni su odgovori ispitanika koji su prikazani u tabeli 45. i na grafikonu 22. I u ovom slučaju, najveći procenat ispitanika „ne može da oceni” kako su domaći mediji pratili njihovo gostovanje u inostranstvu (34%). Međutim, 29 odsto

ispitanika smatra da su gostovanja bila „veoma dobro” i „uglavnom dobro” praćena, dok 37 odsto njih procenjuje da je praćenost u našim medijima bila „uglavnom loša” i „veoma loša”.

Tabela 45. P16: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima?

	Kvalitet praćenosti gostovanja u domaćim medijima	Frekvencija
	Procenat	Kumulativni procenat
5.	Uvek veoma dobro	5 5.0 5.0
4.	Uglavnom dobro	24 24.0 29.0
3.	Ne mogu da ocenim	34 34.0 63.0
2.	Uglavnom loše	23 23.0 86.0
1.	Veoma loše	14 14.0 100.0
Ukupno	100	100.0

Grafikon 22. Praćenost gostovanja naših umetnika u inostranstvu u domaćim medijima

Organizacija književnih večeri u inostranstvu, učeće na međunarodnim sajmovima knjiga i prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike promovišu srpsko književno stvaralaštvo i doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta

Odgovori na 26. pitanje: U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vida promocije srpskog književnog stvaralaštva?, prikazani su u tabeli 46. i na grafikonu 23. Prema dobijenim rezultatima, najveći procenat ispitanika smatra da je organizacija književnih večeri „osrednja” (43%), a zatim slede oni ispitanici koji smatraju da je ona „u maloj meri” prisutna (35%). Da je ona prisutna „u veoma velikoj” i „u velikoj meri” smatra 16% ispitanika, dok 6% njih misli da je prisutna „u veoma maloj meri”.

Tabela 46. P26: U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vida promocije srpskog književnog stvaralaštva?

	Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
5.	U veoma velikoj meri	1 1.0 1.0		
4.	U velikoj meri	15 15.0 16.0		
3.	Osrednje	43 43.0 59.0		
2.	U maloj meri	35 35.0 94.0		
1.	U veoma maloj meri	6 6.0 100.0		
Ukupno	100	100.0		

Grafikon 23. Prisutnost organizacije književnih večeri u inostranstvu kao vida promocije srpskog književnog stvaralaštva

Promocija srpskog književnog stvaralaštva u inostranstvu čini suštinu narednog 27. pitanja koje glasi: Koliko učeće naših književnih izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža u svetu? Odgovori ispitanika na ovo pitanje su prikazani u tabeli 47. i na grafikonu 24. Prema tim odgovorima, učeće na ovoj manifestaciji može „mnogo” (41%) i „veoma mnogo” (23%) da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža u svetu. Da je taj uticaj „osrednji” smatra 26% ispitanika, a negativan stav po ovom pitanju ima svega 10% ispitanika.

Tabela 47. P27: Koliko učeće naših književnih izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža u svetu?

	Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
5.00	Veoma mnogo	23 23.0 23.0		
4.00	Mnogo	41 41.0 64.0		
3.00	Osrednje	26 26.0 90.0		
2.00	Malo	9 9.0 99.0		
1.00	Veoma malo	1 1.0 100.0		

Ukupno 100 100.0

Grafikon 24. Uticaj učešća naših izdavača i pisaca na međunarodnim sajmovima knjiga na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža u svetu

Treće pitanje iz ove oblasti glasi: Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta? Odgovori na 28. pitanje su prikazani u tabeli 48. i na grafikonu 25. Prema dobijenim odgovorima, čak 92% ispitanika ima pozitivan stav po ovom pitanju („u potpunosti” – 49%, „uglavnom da” – 43%), neodlučnih ima 7%, a negativan stav po ovom pitanju ima svega 1% ispitanika. Tabela 48. P28: Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta?

	Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
5.00	Da, u potpunosti	49	49.0	49.0
4.00	Uglavnom da	43	43.0	92.0
3.00	Ne mogu da odlučim	7	7.0	99.0
2.00	Uglavnom ne	1	1.0	100.0
Ukupno		100	100.0	

Grafikon 25. Doprinos prevoda naših književnika na svetske jezike boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta

3.1.2. Faktorska analiza procena kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture

Jedan od zadataka istraživanja je bio da se utvrdi faktorska struktura 17 manifestnih varijabli procena kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu (kao nezavisne varijable) sa stanovišta procene naših istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu. Ovim postupkom multivarijacione analize trebalo je da se utvrdi da li se 17 manifestnih varijabli (pitanja, indikatora) sa stanovišta procene naših istaknutih umetnika mogu svesti na manji i ograničeni broj latentnih varijabli (faktora) u skladu sa odabranim kriterijumom ekstrakcije latentnih varijabli (faktora).

U faktorskoj analizi korišćeno je sledećih 17 manifestnih varijabli (pitanja, indikatora) kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, i to: 1)P2: Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?; 2)P3: Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu izbora programa sa kojimaa naši umetnici gostuju u inostranstvu?; 3)P6: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?; 4)P7: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijasporae?; 5)P13: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?; 6)P14: U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima?; 7)P15: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu propraćena u medijima zemlje prijema?; 8)P16: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu propraćena u domaćim medijima?; 9)P26: U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vid promocije srpskog književnog stvaralaštva?; 10)P27: Koliko učešće naših izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža Srbije u svetu?; 11)P28: Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta?; P32: Molimo vas da procenite u kojoj meri su navedene tvrdnje u vezi sa uticajem pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu osnovane; 12)P32.1: Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?; 13)P32.2:

Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?; 14)P32.3: Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje?; 15)P32.4: Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije?; 16)P32.5: Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturalnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou?; 17)P32.6: Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji?

Prva faza u faktorskoj analizi obuhvata određivanje komunaliteta manifestnih varijabli (h²) koji čini deo svake manifestne varijable i „koji je zajednički sa drugim varijablama na osnovu kojeg koreliraju. Ovaj deo varijanse objašnjavaju zajednički faktori” (Tenjović, 2000:224).

Radi izdvajanja (ekstrakcije) komponenti (faktora) primenjena je metoda glavnih komponenti. Za određivanje broja zajedničkih komponenti (faktora) korišćen je Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena prema kome se u daljem postupku faktorske analize zadržava onoliko zajedničkih komponenti (faktora) koji su veći od jedinice. Prema dobijenim rezultatima, prikazanim u tabeli 49, uočljivo je da je šest karakterističnih korenova veće od jedinice, pa je u daljem postupku faktorske analize, u skladu sa odabranim kriterijumom zadržano šest komponenti (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ovih šest komponenti (faktora) iznosi 61,674%, što ukazuje na visok procenat objašnjene varijanse s obzirom na to da je u ovu analizu bilo uključeno svega 17 varijabli.

Tabela 49. Ukupna objašnjena varijansa (Total Variance Explained)

Kom-ponen-te	Početne karakteristične vrednosti			Ekstrahovane sume kvadratnog opterećenja			Ekstrahovane sume kvadratnog opterećenja		
	Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %	Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %	Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %
1	2.615	15.384	15.384	2.615	15.384	15.384	2.208	12.986	12.986
2	2.280	13.411	28.795	2.280	13.411	28.795	1.935	11.385	24.371
3	1.781	10.477	39.272	1.781	10.477	39.272	1.717	10.098	34.469
4	1.514	8.904	48.176	1.514	8.904	48.176	1.710	10.062	44.531
5	1.221	7.182	55.357	1.221	7.182	55.357	1.468	8.634	53.165
6	1.089	6.407	61.765	1.089	6.407	61.765	1.462	8.600	61.765
7	.996	5.857	67.621						
8	.883	5.193	72.815						
9	.828	4.871	77.685						
10	.678	3.989	81.675						
11	.661	3.889	85.564						
12	.577	3.393	88.957						
13	.476	2.801	91.758						
14	.432	2.542	94.300						
15	.391	2.299	96.599						
16	.345	2.030	98.629						
17	.233	1.371	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

U tabeli 50. prikazana je matrica komponentata koja je u narednoj etapi faktorske analize rotirana u pravcu jednostavne strukture pomoću „Varimax” kriterijuma (Kaiser, 1958), kao analitičkog modela ortogonalne rotacije. Ortogonalna rotacija komponentata (faktora) predstavlja ortogonalnu transformaciju faktorskih osa (faktora) tako da međusobni odnos tih osa ostaje nepromenjen, odnosno pod uglom od 90 stepeni. Tako dobijena rotirana matrica jednostavne strukture i faktorskih opterećenja pomoću koje se lakše „ocenuje model faktorske analize” (Kovačić, 1994: 226). Nakon „ocene modela faktorske analize” izračunata je vrednost faktorskih skorova koji su korišćeni za korelacijsku analizu. Rotirana matrica komponentata (faktora) prikazana je u tabeli 51.

Tabela 50. Matrica Komponenata (Component Matrixa)

Manifestne nezavisne varijable (pitanja)	1	2	3	4	5	6
P2 Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?	.171	.015	.239	.437	-.092	.117
P3 Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu izbora programa sa kojimaa naši umetnici gostuju u inostranstvu?	.095	.211	.245	.726	-.122	.247
P6 Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?	.446	.466	-.063	.314	.374	-.255
P7 Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspore?	.483	.581	-.329	.147	.198	.034
P13 U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?	.369	.584	-.308	.179	-.284	-.046
P14 U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima?	-.254	-.017	.591	.188	.159	-.104
P15 Kako su vaša gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema?	-.286	.001	.521	.195	.372	.048
P16 Kako su vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima?	.328	.123	-.358	.462	-.365	.352
P26 U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vid promocije srpskog književnog stvaralaštva?	.184	.379	.316	-.191	-.271	-.018
P27 Koliko učešće naših izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža Republike Srbije u svetu?	.348	-.046	.385	-.105	-.458	-.334
P28 Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta?	-.331	-.437	.394	-.125	.409	.072
p321 Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?	.631	-.442	-.120	-.212	.043	.069
p322 Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kult. diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?	-.017	.239	.268	.586	-.331	.201
p323 Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje?	.429	-.030	.544	.376	-.258	-.041
p324 Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije?	.105	.468	.270	-.505	-.124	.353
p325 Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou?	.493	-.313	.343	-.083	.267	.083
p326 Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji?	.657	-.389	-.136	.125	-.144	.324

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Tabela 51. Rotirana matrica komponenata (Rotated Component Matrixa)

Manifestne nezavisne varijable (pitanja)	1	2	3	4	5	6
P2 Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?	.114	.055	.107	-.015	.507	.121
P3 Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu izbora programa sa kojimaa naši umetnici gostuju u inostranstvu?	-.040	.134	.126	.030	.825	.009
P6 Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?	.051	.831	.027	-.057	.162	.037
P7 Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspore?	.043	.743	-.344	.161	.146	-.147
P13 U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?	-.201	.487	-.531	.190	.270	.131

- P14 U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima? -.088 -.067 .652 .036 .157 .149
- P15 Kako su vaša gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema? -.022 -.007 .705 .052 .145 -.104
- P16 Kako su vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima? .156 .628 .185 .174 -.463 .156
- P26 U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vid promocije srpskog književnog stvaralaštva? -.067 .113 -.030 .488 .040 .360
- P27 Koliko učešće naših izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža Srbije u svetu? .109 -.048 -.050 .114 .027 .757
- P28 Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta? .164 .051 .062 -.075 .101 .771
- p321 Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? .716 .001 -.291 -.131 -.166 .132
- p322 Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu .779 .067 .058 .030 .089 .020
- p323 Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje? -.070 .054 .135 .805 .094 -.087
- p324 Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije? .029 .025 -.052 .822 -.133 .021
- p325 Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou? .680 .078 .225 .024 -.026 .153
- p326 Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji? .697 -.064 -.406 -.103 .273 .059

Extraction Method: Principal Component Analysis, Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Na osnovu rezultata rotirane matrice komponenata (faktora) prikazanih u tabeli 51. prvi faktor određuju manifestne varijable koje se odnose na izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju i definisanje strategije kulturne politike Republike Srbije, to: p322: Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? (0,779); p321: Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? (0,716); p326: Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji? (0,697) i p325: Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou? (0,680). Na osnovu navedenih određenja PRVI FAKTOR se može jedinstveno definisati kao izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou.

Drugi faktor najviše određuju manifestne varijable koje se odnose na saradnju naših umetnika sa našim diplomatama i našom dijasporom prilikom pripreme kulturnih događaja i praćenje gostovanja naših umetnika u domaćim medijima, i to: P6: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susrećali sa našim diplomatama? (0,831); P7: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susrećali sa predstavnicima naše dijaspor? (0,743); P16: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima? (0, 628) i P13: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja? (0,487). Shodno tome, DRUGI FAKTOR se može odrediti kao saradnja naših umetnika sa

našim diplomatama i sa predstavnicima naše dijasporu u pripremi kulturnih događaja, kao i praćenje gostovanja naših umetnika u domaćim medijima.

TREĆI FAKTOR najviše određuju sledeće manifestne varijable: P15: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema? (0,705); P14: U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima? (0,652); P13: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja? (-0,531). Ovaj faktor ima dvopolni karakter, pa se može jedinstveno definisati kao praćenje gostovanja naših umetnika u medijima zemalja u kojima gostuju i saradnja sa stranim umetnicima u pripremi kulturnih događaja naspram saradnje naših umetnika sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja.

Četvrti faktor u najvećoj meri određuju manifestne varijable koje se odnose na adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava kadrom koji se bavi ostvarivanjem kulturne saradnje, adekvatnost angažovanja naših istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji i adekvatnost organizacije književnih večeri u inostranstvu radi promocije srpskog književnog stvaralaštva. Shodno tome, ČETVRTI FAKTOR se može jedinstveno definisati kao adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji.

Peti faktor ima takođe dvopolni karakter, jer ga određuju programi u kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu, s jedne strane, i praćenost gostovanja naših umetnika u inostranim medijima, s druge strane, i to: P3: Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu izbora programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu? (0,825); P2: Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema? (0,507) i P16: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima? (-0,463). Na osnovu navedenih značenja manifestnih varijabli, PETI FAKTOR se može odrediti kao izbor programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu, uključujući i karakteristike zemlje prijema, nasuprot praćenosti njihovog gostovanja u domaćim medijima.

Šesti faktor najviše određuju varijable kojima se opisuje srpsko književno stvaralaštvo kao vid kulturne diplomatije, i to: P28: Da li prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta? (0,771); P27: Koliko učešće naših izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na predstavljanje naše kulture i izgradnju imidža Srbije u svetu? (0,757) i P26: U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vid promocije srpskog književnog stvaralaštva? (0,360). Shodno tome, ŠESTI FAKTOR se može jedinstveno definisati kao prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike, učešće naših izdavača na međunarodnim sajmovima knjiga i organizacija književnih večeri u inostranstvu utiču na predstavljanje naše kulture i našeg kulturnog identiteta.

3.2. Procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu

Drugi deo analize rezultata istraživanja obuhvata deskriptivnu i faktorsku analizu manifestnih i latentnih varijabli doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu. U prvoj fazi ovog dela analize obavljena je deskriptivna analiza procena naših istaknutih umetnika o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu na uzorku od 64 manifestne varijable (pitanja, tvrdnji, indikatora). Druga faza ovog dela analize sadrži faktorsku analizu procena naših istaknutih umetnika o „doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu” na uzorku od 64 manifestne varijable (pitanja, tvrdnji, indikatora).

3.2.1. Deskriptivna analiza procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije

Deskriptivna analiza procene manifestnih varijabli o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu obuhvata tabelarni i grafički prikaz procena, odnosno odgovora ispitanika za 64 varijable (pitanja, tvrdnji, indikatora) na petostepenoj skali Likertovog tipa. Rezultati

istraživanja su prikazani pomoću osnovnih statističkih parametara: frekvencije i procenata.

Zavisna varijabla, definisana kao promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu, operacionalizovana je putem sledećih grupa indikatora: 1) uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu (5 indikatora); 2) doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu (14 indikatora); 3) doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (17 indikatora); 4) uticaja pojedinih kulturnih manifestacija međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji na njen imidž u svetu (28 indikatora).

Ovaj deo deskriptivne analize obavljen je pomoću sledećih pitanja (tvrdnji, indikatora) u Subskali za procenu uticaja pojedinih vrsta delatnosti iz oblasti kulture u inostranstvu i delatnosti iz oblasti kulture međunarodnog karaktera koje se održavaju u našoj zemlji na promovisanju srpskog identiteta i poboljšau imidža Republike Srbije:

P32: Vrednovanje uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu: 32.7. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša?; 32.8. Imidž Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti?; 32.9. Gostovanje naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu?; 32.10. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?; P17: Kakav je bio imidž Srbije u zemljama u kojima ste gostovali?

P18: Vrednovanje doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu: 18.1. Koncerti klasične muzike; 18.2. Horski koncerti; 18.3. Koncerti popularne muzike; 18.4. Koncerti etno muzike; 18.5. Pozorišne predstave; 18.6. Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples); 18.7. Učešće na filmskim festivalima; 18.8. Folklorne predstave; 18.9. Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva; 18.10. Učešće na međunarodnim sajmovima knjiga (1890); 18.11. Prevodi naših dela na strane jezike (1891); 18.12. Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (1892); 18.13. Medijska promocija kulturne baštine (1893); 18.14. Izložbe o kulturnom turizmu (1894).

P19: Vrednovanje doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Srbije u svetu: 19.1. Koncerti klasične muzike; 19.2. Horski koncerti; 19.3. Koncerti popularne muzike; 19.4. Koncerti etno muzike; 19.5. Pozorišne predstave; 19.6. Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples); 19.7. Učešće na filmskim festivalima; 19.8. Folklorne predstave; 19.9. Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva; 19.10. Učešće na međunarodnim sajmovima knjiga (1991); 19.11. Prevodi naših dela na strane jezike (1992); 19.12. Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (1993); 19.13. Negovanje nacionalnog identiteta (1994); 19.14. Medijska promocija kulturne baštine (1995); 19.15. Izložbe o kulturnom turizmu (1996); P24: Uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža; P25: Medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke lista svetske baštine (Gamzigrad, Gračanica, Dečani, Pečka patrijaršija, Studenica, Bogorodica Ljeviška, Stari Ras, Sopoćani);

P20: Vrednovanje pojedinih muzičkih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu: 20.1. BEMUS (Beogradske muzičke svečanosti); 20.2. BELEF (Beogradski letnji festival); 20.3. EGZIT (Međunarodni muzički festival); 20.4. GITAR ART FESTIVAL; 20.5. Međunarodno takmičenje muzičke omladine; 20.6. NISSVILLE (Međunarodni džez festival); 20.7. Dragačevski sabor trubača u Guči;

P21: Vrednovanje uticaja pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu: 21.1. BITEF (Beograd); 21.2. Sterijino pozorje (Novi Sad); 21.3. Festival tvrđava teatar (Smederevo); 21.4. Festival monodrame i pantomime (Zemun); 21.5. Međunarodni festival pozorišta za decu (Subotica); 21.6. Beogradski festival igre i 21.7. BELEF (Beogradski letnji festival - muzički i pozorišni);

P22: Vrednovanje pojedinih filmskih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu: 22.1. FEST (Međunarodni filmski festival); 22.2. Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma; 22.3. Međunarodni filmski festival (Palić); 22.4. Festival autorskog filma (Beograd); 22.5. Festival evropskog dugometražnog

dokumentacionog filma „7 veličanstvenih”; 22.6. SOFEST (Filmski festival u Sopotu) i 22.7. KUSTENDORF (Međunarodni filmski i muzički festival);

P23: Vrednovanje uticaja pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu?: 23.1. Oktobarski salon (Beograd); 23.2. Međunarodno bijenale ilustracije „Zlatno pero Beograda”; 23.3. Međunarodna kolonija umetničke keramike „Zlakusa” (Užice) i 23.4. Međunarodno bijenale umetnosti minijature (Gornji Milanovac);

P29: Vrednovanje uticaja pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na njen imidž u svetu? 29.1. Međunarodni sajam knjiga (Beograd); 29.2. Međunarodni susreti pisaca (Beograd) i 29.3. Beogradski prevodilački susreti;

Uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu

Prve četiri tabele se odnose na tvrdnje kojima je utvrđen značaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije Republike Srbije sa stanovišta njihovog uticaja na promociju kulture Republike Srbije i na njen imidž u svetu, a peta tabela na proceni imidža Republike Srbije u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali.

Prva tvrdnja sadrži stav da što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša”. Ispitanici su u najvećem procentu izrazili „potpunu saglasnost” sa ovom tvrdnjom (73%), „uglavnom” je bilo saglasno 22% ispitanika, a „delimičnu saglasnost” je izrazilo 4% ispitanika. Sa ovim stavom „nije bilo saglasno” svega 1% ispitanika (tabela 52).

Tabela 52. p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni 73	73.0	73.0	
Uglavnom saglasni 22	22.0	95.0	
Ne mogu da se odlučim 4	4.0	99.0	
Uglavnom nisu saglasni 1	1.0	100.0	
Uopšte nisu saglasni 0	0	100.0	
Ukupno 100	100.0		

Drugom tvrdnjom je izražen stav da se imidž Republike Srbije u svetu poboljšava srazmerno povećanju njene političke stabilnosti. Jedna trećina ispitanika je „u potpunosti saglasna” s ovom tvrdnjom, a „uglavnom je saglasno” još 25% ispitanika, što čini ukupno 58% ispitanika. Neodlučan stav po ovom pitanju ima jedna četvrtina ispitanika (25%), dok negativan stav ima 17% ispitanika (tabela 53).

Tabela 53. p328. Imidž Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni 33	33.0	33.0	
Uglavnom saglasni 25	25.0	58.0	
Ne mogu da se odlučim 25	25.0	73.0	
Uglavnom nisu saglasni 15	15.0	88.0	
Uopšte nisu saglasni 2	2.0	100.0	
Ukupno 100	100.0		

Kad je u pitanju treća tvrdnja - gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu, čak 71% ispitanika je „saglasno” s ovom tvrdnjom, a 19% ispitanika se „uglavnom slaže”, pa ukupan procenat ispitanika s pozitivnim stavom iznosi čak 90 odsto. Neodlučnih ispitanika ima 3%, a negativan stav po ovom pitanju ima 7 odsto (tabela 54).

Tabela 54. p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni 71	71.0	71.0	
Uglavnom saglasni 19	19.0	90.0	
Ne mogu da se odlučim 3	3.0	93.0	
Uglavnom nisu saglasni 7	7.0	100.0	
Uopšte nisu saglasni 0	0	100.0	

Ukupno 100 100.0

Kod četvrte tvrdnje iz ove grupe izražen je stav da kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu, „potpunu saglasnost” izražava 58% ispitanika, dok je „uglavnom saglasno” 25% ispitanika. Neodlučan stav po ovom pitanju ima 13% ispitanika, a nesaglasnost izražava svega 4% ispitanika (tabela 55).

Tabela 55. p330. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
U potpunosti saglasni 58	58.0	58.0	
Uglavnom saglasni 25	25.0	83.0	
Ne mogu da se odlučim 13	13.0	96.0	
Uglavnom nisu saglasni 4	4.0	100.0	
Uopšte nisu saglasni 0	0	100.0	
Ukupno 100	100.0		

Kod petog pitanja: Kakav je bio imidž Srbije u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali?, dobijeni su odgovori koji su prikazani u tabeli 56. i na grafikonu 26. Oko 50% ispitanika se izjasnilo da je taj imidž bio „negde povoljan, i negde nepovoljan” (48%). Zatim slede oni odgovori koji ukazuju na „uglavnom povoljan” imidž Republike Srbije (23%), a na trećem mestu je stav da je u zemljama gostovanja naših umetnika bio „uglavnom nepovoljan” imidž (16%). Za „veoma povoljan” imidž se izjasnilo 8%, a za „veoma nepovoljan” imidž 5% ispitanika. Uzevši u celini, oko jedna trećina ispitanika se izjasnila u prilog povoljnog imidža Republike Srbije (31%), oko 50 odsto njih je bilo neodlučno, a negativan stav je izrazilo 21% ispitanika.

Tabela 56. P17: Kakav je bio imidž Srbije u zemljama u kojima ste gostovali?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni procenat
5. Veoma povoljan 8	8.0	8.0	
4. Uglavnom povoljan 23	23.0	31.0	
3. Negde povoljan, negde nepovoljan 48	48.0	79.0	
2. Uglavnom nepovoljan 16	16.0	95.0	
1. Veoma nepovoljan 5	5.0	100.0	
Ukupno 100	100.0		

Grafikon 26. Imidž Srbije u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali

Vrednovanje doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu

Procena ispitanika o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu, prikazana je u tabeli 57. i na grafikonu 27.

Tabela 57. P18: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite doprinos pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu, tako da broj 1 označava lošu promociju, a broj 5 veoma dobru promociju

Vrste programa iz kulture	1	2	3	4	5	sv	sd	Rang
p181 Koncerti klasične muzike 6	3	6	26	28	37	3,90	1,07	
p182 Horski koncerti 3	3	20	29	45	4,10	1,02	3	
p183 Koncerti popularne muzike 14	6	25	26	22	21	3,27	1,22	
p184 Koncerti etno muzike 2	4	16	20	58	4,28	1,01	1-2	
p185 Pozorišne predstave 0	5	22	42	31	3,99	0,86	5	
p186 Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples) 33	3,78	1,09	8	3	8	30	26	
p187 Učešće na filmskim festivalima 0,85	1-2	0	2	20	26	52	4,28	

p188	Folklorne predstave	1	6	25	25	43	4,03	1,01	4
p189	Izložbe likovnog stvaralaštva	1	9	26	37	27	27	3,80	0,97
	7								
p1890	Međunarodni sajmovi knjiga	3	11	28	31	27	27	3,68	0,97
	10								
p1891	Prevodi naših dela na strane jezike	8	8	24	22	38	38	3,74	
	1,27	9							
p1892	Muzeološke, sociokulturne i monograf. izložbe	6		12	38	22	22		
	3,42	1,14	12						
p1893	Medijska promocija kulturne baštine	11	16	22	14	37	37	3,50	
	1,41	11							
P1894	Izložbe o kulturnom turizmu	9	14	34	16	27	27	3,38	1,27
	13								

Grafikon 27. Doprinos pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu

Prema proceni ispitanika, najveću promotivnu funkciju srpskog identiteta u inostranstvu imaju koncerti etno muzike i učešće na filmskim festivalima (preko 50% ispitanika je procenilo da oni imaju veoma dobru promociju, SV=4,28), zatim slede horski koncerti (veoma dobru - 45% ispitanika; SV=4,10), folklorne (veoma dobru - 43% ispitanika; SV=4,03) i pozorišne predstave (vrlo dobru - 42%, a veoma dobru - 31% ispitanika; SV=3,99). Nasuprot tome, najmanju promotivnu funkciju za srpski identitet imaju muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe, izložbe o kulturnom turizmu i koncerti popularne muzike. Najveći stepen slaganja u procenama ispitanika ispoljen je kod procene doprinosa učešća na filmskim festivalima (SD=0,85) i pozorišnih predstava (SD=0,86), a najmanji stepen slaganja kod procene značaja medijske promocije kulturne baštine (SD=1,41).

Vrednovanje doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu

Kada je reč o proceni doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu, dobijeni su odgovori ispitanika koji su prikazani u tabeli 58. i na grafikonu 28. Prema prikazanim rezultatima, najveći doprinos poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu imaju koncerti etno muzike (SV=4,35), učešće na filmskim festivalima (SV=4,28); prevodi naših dela na strane jezike (SV=4,17) i folklorne predstave (SV=4,16). Preko 50% ispitanika je procenilo da ove manifestacije imaju veoma veliki doprinos poboljšanju imidža Republike Srbije. Potom sledi doprinos horskih koncerata (SV=4,10). Značajan, ali znatno manji doprinos u tom pogledu imaju muzičke i plesne predstave (SV=3,85), medijska promocija kulturne baštine (SV=3,85), muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (SV=3,63) i izložbe o kulturnom turizmu (SV=3,61). Najveći stepen slaganja među ispitanicima ispoljen je kod procene doprinosa koncerata etno muzike (SD=0,91) i učešća na filmskim festivalima (SD=0,92) poboljšanju imidža Republike Srbije. Najmanji stepen slaganja među ispitanicima je ispoljen kod procene doprinosa izložbe o kulturnom turizmu (SD=1,23) i medijske promocije kulturne baštine (SD=1,27).

Tabela 58. P19: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Srbije u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki doprinos

Vrste programa iz kulture			Frekvencije i procenti				sv	sd	Rang	
1	2	3	4	5						
p191	Koncerti klasične muzike		4	5	20	25	46	4,04	1,11	
	6-7									
p192	Horski koncerti	3	4	21	24	48	4,10	1,06	5	
p193	Koncerti popularne muzike		12	16	29	21	22	3,25	1,30	
	15									
p194	Koncerti etno muzike	1	3	15	22	59	4,35	0,91	1	
p195	Pozorišne predstave	1	9	24	30	36	3,91	1,03	9-10	

p196	Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples)	3	6	26	33	32	3,85	1,04	11-12
p197	Učešće na filmskim festivalima	1	3	16	27	53	4,28	0,92	2
p198	Folklorne predstave	2	6	17	24	51	4,16	1,04	4
p199	Izložbe likovnog stvaralaštva	2	4	24	28	42	4,04	1,00	6-7
p1991	Međunarodni sajmovi knjiga	3	8	17	39	33	3,91	1,05	9-10
p1992	Prevodi naših dela na strane jezike	5	5	16	16	58	4,17	1,17	3
p1993	Muzeološke, sociokulturne i monogr. izložbe	4	12	28	29	27	3,63	1,13	13
p1994	Negovanje nacionalnog identiteta	4	10	20	20	46	3,94	1,20	8
p1995	Medijska promocija kulturne baštine	6	14	11	27	42	3,85	1,27	11-12
p1996	Izložbe o kulturnom turizmu	6	12	30	19	33	3,61	1,23	14

Grafikon 28. Doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža R. Srbije u svetu

Osim programa iz oblasti kulture sa kojima su naši vrhunski umetnici gostovali u inostranstvu, promovišući srpski kulturni identitet i poboljšavajući imidž Republike Srbije u svetu, podjednak značaj u kulturnoj diplomatiji naše zemlje su imale kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje su se održavale u našoj zemlji. Shodno tome, u narednim tabelama biće prikazani rezultati procene doprinosa pojedinih manifestacija koje se održavaju u našoj zemlji na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu. Vrednovanje pojedinih muzičkih festivala u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Rezultati procene doprinosa pojedinih muzičkih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, prikazani su u tabeli 59. i na grafikonu 29. Tabela 59. P20: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite doprinos pojedinih muzičkih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznatan, a broj 5 veoma veliki doprinos

Vrste programa iz kulture		Frekvencije i procenti					sv	sd	Rang
1	2	3	4	5					
p201	BEMUS (Beogradske muzičke svečanosti)	1	6	16	34	43	4,12	0,96	2
p202	BELEF (Beogradski letnji festival)	11	11	29	23	26	3,42	1,29	7
p203	EGZIT (Međunarodni muzički festival)	3	3	8	20	66	4,43	0,98	1
p204	GITAR ART FESTIVAL	4	3	31	34	28	3,79	1,02	5
p205	Međunarodno takmičenje muzičke omladine	3	15	29	27	26	3,58	1,12	6
p206	NIŠVILLE (Međunarodni džez festival)	3	5	26	31	35	3,90	1,04	4
p207	Dragačevski sabor trubača u Guči	2	8	20	24	46	4,04	1,08	3

Grafikon 29. Doprinos pojedinih muzičkih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Prema prikazanim rezultatima u navedenoj tabeli i na grafikonu, među muzičkim manifestacijama međunarodnog karaktera koje se održavaju u zemlji, najveći doprinos poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu ima Međunarodni muzički festival – EGZIT (SV=4,43), zatim slede Beogradske muzičke svečanosti – BEMUS (SV=4,12) i Dragačevski sabor trubača u Guči (SV=4,04). Najmanji doprinos u ovom pogledu ima Beogradski letnji festival – BELEF (SV=3,42). Prilikom procene doprinosa EGZIT-a, čak 66% ispitanika se izjasnilo u prilog njegovog velikog doprinosa poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu. Takođe, može se uočiti da je znatno velik procenat ispitanika procenio veoma povoljnim doprinos Dragačevskog sabora u Guči (46%) i BEMUS-a (43%). Najveći stepen slaganja među ispitanicima u proceni doprinosa navedenih muzičkih manifestacija poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu utvrđene su kod procena doprinosa BEMUS-a (SD=0,96) i EGZIT-a (SD=0,98).

Vrednovanje uticaja pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Rezultati procene ispitanika o uticaju pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, prikazani su u tabeli 60. i na grafikonu 30. Tabela 60. P21: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki doprinos

Vrste pozorišnih i plesnih predstava u Srbiji						Frekvencije i procenti					sv	sd			
Rang															
	1	2	3	4	5										
P21.1	BITEF (Beograd)		1	5	17	23	54	4,25	0,95	1					
P21.2	Sterijino pozorje festival (Novi Sad)				1	6	32	39	22	3,75					
	0,90	2													
P21.3	Festival tvrđava teatar (Smederevo)				8	16	42	19	15	3,17					
	1,12	7													
P21.4	Festival monodrame i pantomime (Zemun)					5	18	25	31	21					
	3,45	1,16	4												
P21.5	Međunarodni festival pozorišta za decu (Subotica)					3	20	31	27						
	19	3,39	1,10	5											
P21.6	Beogradski festival igre			1	16	35	28	20	3,50	1,02					
	3														
P21.7	BELEF (Beogradski letnji festival)				3	19	33	27	18	3,38					
	1,08	6													

Grafikon 30. Uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu

Prema dobijenim rezultatima, ispitanici procenjuju da najveći uticaj na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu ima međunarodni pozorišni festival BITEF (SV=4,25). Preko 50% ispitanika smatra da ovaj festival ima veoma veliki doprinos poboljšanju njenog imidža. Drugo mesto prema veličini doprinosa ima Sterijino pozorje iz Novog Sada (3,75), a na trećem mestu se nalazi Beogradski festival igre (SV=3,50). Najveći stepen slaganja među ispitanicima po pitanju procene doprinosa navedenih pozorišnih i plesnih festivala poboljšanju imidža Republike Srbije, utvrđen je kod procene doprinosa Sterijinog pozorja iz Novog Sada (SD=0,90) i međunarodnog pozorišnog festivala BITEF (SV=4,25). U radu posvećenom doprinosu Bitef-a kulturnoj diplomatiji, Anja Suša konstatuje da je Bitef osnovan 1967. godine, kada je Jugoslavija povezivala najbolje sa dve strane sveta – Istoka i Zapada, kada se shvata važnost i postavljaju osnove dugoročne kulturne politike, potpisuju ugovori koji obavezuju strane države da dovedu u Jugoslaviju svoja pozorišta....U periodu 1960-1968, 428 osoba je boravilo u 28 zemalja Evrope, Azije, Afrike i Amerike, ukupne dužine 3987 meseci” – navodi ona podatke Udruženja dramskih umetnika iz 1968. godine (Suša, 2017: 156,157). Suša smatra da je početkom milenijunuma Bitef „počeo sa ozbiljnim međunarodnim umrežavanjem i povezivanjem sa ostalim međunarodnim pozorišnim festivalima, radeći velike koprodukcije sa važnim i poznatim partnerima”, ali da, posle 2010. godine, država „nije brinula mnogo o srpskoj kulturi kao

potencijalnom instrumentu diplomatije", pa zaključuje da su „kulturna diplomatija i Bitef bili tesno vezani samo tokom postojanja bivše Jugoslavije i da to, iz ove perspektive, izgleda kao izgubljen i zaboravljen koncept" (Ibid: 158-160). Stavovi anketiranih umetnika pokazuju da festival Bitef, uprkos turbulentnim okolnostima, i dalje ima ugled i status kulturnog brenda. Milena Dragičević Šešić analizirala je doprinos Mire Trailović kulturnoj diplomatiji kroz Bitef. „Ne samo da je Mira Trailović dovela svet u Beograd, ona je odvela jugoslovensko pozorište u svet", bila je pravi ambasador kulture Jugoslavije i „Bitef je postao mesto susreta politički konfrontiranih ili odvojenih kultura" (Dragičević Šešić, 2017: 12).

Vrednovanje pojedinih filmskih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Kada su u pitanju filmski festivali međunarodnog karaktera koji se održavaju u našoj zemlji, procena njihovog doprinosa poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu prikazana je u tabeli 61. i na grafikonu 31.

Tabela 61. P22: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih filmskih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznatan, a broj 5 veoma veliki doprinos

	Vrste programa iz kulture					Frekvencije i procenti		sv	sd	Rang	
	1	2	3	4	5						
P22.1 FEST (Međunarodni filmski festival)	0	6	17	23	54	4,25					
	0,95	1									
P22.2 Festival dugometražnog i kratkometražnog dokumentarnog filma (Beograd)	12	26	39	22	3,69	0,98	3				
P22.3 Međunarodni filmski festival (Palić)	9	15	42	19	15	3,16					
	1,13	6									
P22.4 Festival autorskog filma (Beograd)	11	22	28	23	16	3,11					
	1,24	7									
P22.5 Festival evropskog dugometražnog dokumentarnog filma „7 veličanstvenih" (Beograd)	3	16	30	28	33	3,52	1,11	5			
P22.6 SOFEST (Filmski festival u Sopotu)	2	6	22	33	37	3,97					
	1,01	2									
P22.7 KUSTENDORF (Međunarodni filmski i muzički festival)		3	14	31							
	26	26	3,58	1,11	4						

Grafikon 31. Uticaj pojedinih filmskih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Prema proceni ispitanika, na osnovu rezultata prikazanih u prethodnoj tabeli i na grafikonu, najveći uticaj na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu imaju Međunarodni filmski festival – FEST (SV=4,25), zatim Filmski festival u Sopotu – SOFEST (3,97) i Festival dugometražnog i kratkometražnog dokumentarnog filma u Beogradu (SV=3,69). Na osnovu pregleda frekvencija i procenata odgovora ispitanika, čak 54% ispitanika je procenilo da Međunarodni filmski festival – FEST ima veoma veliki uticaj na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu. Najmanji doprinos u ovom pogledu, prema proceni ispitanika ima Festival autorskog filma u Beogradu (SV=3,11). Najveći procenat slaganja među ispitanicima je bio u proceni uticaja Međunarodnog filmskog festivala – FEST-a (0,95) i Festivala dugometražnog i kratkometražnog filma u Beogradu (0,98). Najmanji stepen slaganja među ispitanicima je bio u proceni uticaja Festivala autorskog filma–Beograd (1,24).

Vrednovanje uticaja pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Kada je reč o proceni uticaja pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, rezultati prikazani u tabeli 62. i na grafikonu 32. pokazuju da najveći uticaj u tom pogledu ima Oktobarski salon koji se održava u Beogradu (SV=3,80). Kod ove varijable najmanji stepen slaganja među ispitanicima ispoljen je prilikom procene uticaja Međunarodnog bijenala umetnosti minijature u Gornjem Milanovcu (SD=1,29).

Tabela 62. P23: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznatan, a broj 5 veoma veliki doprinos

Vrste programa iz kulture		Frekvencije i procenti				sv	sd	Rang	
1	2	3	4	5					
1	Oktobarski salon (Beograd)	5	7	25	29	34	3,80	1,14	
2	Zlatno pero Beograda (Međunarodno bijenale ilustracije)	6	13	24					
3	Međunarodna kolonija umetničke keramije „Zlakusa“ (Užice)	10	17	33					
4	Međunarodno bijenale umetnosti minijature (Gornji Milanovac)	10	22						

Grafikon 32. Uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Promocija naše kulturne baštine i medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine

Od posebnog značaja za međunarodnu kulturnu saradnju je promocija naše kulturne baštine kao temelja srpskog identiteta. Shodno tome, ispitanicima je postavljeno pitanje: Kakav je, po Vašem mišljenju, uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža? Rezultati procene ispitanika prikazani su u tabeli 63. i na grafikonu 33. Čak 64% ispitanika smatra da promocija naše kulturne baštine ima „veoma veliki“ i „veliki uticaj“ na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu. Da ova aktivnost ima „osrednji uticaj“ na poboljšanje njenog imidža smatra 27% ispitanika, a da je taj uticaj „mali“ i „veoma mali“ ističe svega 9% ispitanika.

Tabela 63. P24: Uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni
procenat			
5.00 Veoma veliki	32	32.0	32.0
4.00 Veliki	32	32.0	64.0
3.00 Osrednji	27	27.0	91.0
2.00 Mali	7	7.0	98.0
1.00 Veoma mali	2	2.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 33. Uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije na izgrađivanje njenog imidža?

Na pitanje Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine?, dobijeni su odgovori ispitanika koji su prikazani u tabeli 64. i na grafikonu 34. Prema dobijenim rezultatima, oko polovine ispitanika smatra da je medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine „osrednja“ (52%), a da je „slaba“ - 23% i „izuzetno slaba“ - 14%. Da je ta promocija „veoma dobra“ smatra 3% ispitanika, a da je ona „dobra“ ističe 8% ispitanika, što čini svega 11% ispitanika koji imaju pozitivan stav po ovom pitanju.

Tabela 64. P25: Kakva je medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine?

Stepen saglasnosti sa tvrdnjom	Frekvencija	Procenat	Kumulativni
procenat			
5. Veoma dobra	3	3.0	3.0
4. Dobra	8	8.0	11.0
3. Osrednja	52	52.0	63.0
2. Slaba	23	23.0	86.0
1. Izuzetno slaba	14	14.0	100.0
Ukupno	100	100.0	

Grafikon 34. Medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovе liste svetske baštine

Vrednovanje uticaja pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na njen imidž u svetu

Prilikom procene ispitanika o uticaju pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera na imidž Republike Srbije u svetu, dobijeni su odgovori koji su prikazani u tabeli 65. i na grafikonu 35. Ovi rezultati ukazuju na to da među navedenim manifestacijama, Međunarodni sajam knjiga u Beogradu ima najznačajniji uticaj na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu (SV=4,46). Čak 63% ispitanika se izjasnilo da ova manifestacija ima „veoma veliki uticaj”. Po ovom pitanju ispitanici imaju najveću saglasnost u procenama (SD=0,80).

Tabela 65. P29: Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na njen imidž, tako da broj 1 označava neznatan, a broj 5 veoma veliki uticaj

Vrste književnih manifestacija		Frekvencije i procenti					sv	sd	Rang	
		1	2	3	4	5				
P291	Međunarodni sajam knjiga (Beograd)	0	3	11	23	63	4,46			
	0,80	1								
P292	Međunarodni susreti pisaca (Beograd)	0	13	28	34	25				
	3,71	0,99	2							
P293	Beogradski prevodilački susreti	5	17	31	20	27	3,47			
	1,20	3								

Grafikon 35. Uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na njen imidž

3.2.2. Faktorska analiza procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu

Jedan od zadataka istraživanja je bio da se utvrdi faktorska struktura 64 manifestne varijable procena doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (kao zavisne varijable) sa stanovišta procene istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu sa svojim programima iz oblasti kulture. Ovim postupkom multivarijacione analize trebalo je da se utvrdi da li se 64 manifestne varijable (pitanja, indikatora), sa stanovišta procene naših istaknutih umetnika mogu svesti na manji i ograničeni broj latentnih varijabli (faktora) u skladu sa odabranim kriterijumom ekstrakcije latentnih varijabli (faktora).

U faktorskoj analizi korišćene su 64 manifestne varijable (pitanja, indikatora) na petostepenoj skali Likertovog tipa o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu. Ova analiza je urađena zasebno za četiri grupe varijabli, i to:

a) Vrednovanje doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu (P18): 18.1. Koncerti klasične muzike; 18.2. Horski koncerti; 18.3. Koncerti popularne muzike; 18.4. Koncerti etno muzike; 18.5. Pozorišne predstave; 18.6. Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples); 18.7. Učešće na filmskim festivalima; 18.8. Folklorne predstave; 18.9. Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva; 18.10. Učešće na međunarodnim sajamovima knjiga (1890); 18.11. Prevodi naših dela na strane jezike (1891); 18.12. Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (1892); 18.13. Medijska promocija kulturne baštine (1893) i 18.14. Izložbe o kulturnom turizmu (1894);

b) Vrednovanje doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (P19): 19.1. Koncerti klasične muzike; 19.2. Horski koncerti; 19.3. Koncerti popularne muzike; 19.4. Koncerti etno muzike; 19.5. Pozorišne predstave; 19.6. Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples); 19.7. Učešće na filmskim festivalima; 19.8. Folklorne predstave; 19.9. Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva; 19.10. Učešće na međunarodnim sajamovima knjiga (1991); 19.11. Prevodi naših dela na strane jezike (1992);

19.12. Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (1993); 19.13. Negovanje nacionalnog identiteta (1994); 19.14. Medijska promocija kulturne baštine (1995); 19.15. Izložbe o kulturnom turizmu (1996); P24: Uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije na izgrađivanje njenog imidža; P25: Medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovke lista svetske baštine;

v) Vrednovanje pojedinih muzičkih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu (P20): 20.1. BEMUS (Beogradske muzičke svečanosti); 20.2. BELEF (Beogradski letnji festival); 20.3. EGZIT (Međunarodni muzički festival); 20.4. GITAR ART FESTIVAL; 20.5. Međunarodno takmičenje muzičke omladine; 20.6. NISSVILLE (Međunarodni džez festival); 20.7. Dragačevski sabor trubača u Guči; P21: Vrednovanje uticaja pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu: 21.1. BITEF (Beograd); 21.2. Sterijino pozorje (Novi Sad); 21.3. Festival tvrđava teatar (Smederevo); 21.4. Festival monodrame i pantomime (Zemun); 21.5. Međunarodni festival pozorišta za decu (Subotica); 21.6. Beogradski festival igre i 21.7. BELEF (Beogradski letnji festival - muzički i pozorišni); P22: Vrednovanje pojedinih filmskih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu: 22.1. FEST (Međunarodni filmski festival); 22.2. Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma; 22.3. Međunarodni filmski festival (Palić); 22.4. Festival autorskog filma (Beograd); 22.5. Festival evropskog dugometražnog dokumentacionog filma „7 veličanstvenih”; 22.6. SOFEST (Filmski festival u Sopotu) i 22.7. KUSTENDORF (Međunarodni filmski i muzički festival); P23: Vrednovanje uticaja pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu?: 23.1. Oktobarski salon (Beograd); 23.2. Međunarodno bijenale ilustracije „Zlatno pero Beograda”; 23.3. Međunarodna kolonija umetničke keramike „Zlakusa” (Užice) i 23.4. Međunarodno bijenale umetnosti minijature (Gornji Milanovac); P29: Vrednovanje uticaja pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na njen imidž u svetu? 29.1. Međunarodni sajam knjiga (Beograd); 29.2. Međunarodni susreti pisaca (Beograd) i 29.3. Beogradski prevodilački susreti;

g) Vrednovanje uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu (P32): 32.7. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša?; 32.8. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti?; 32.9. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu?; 32.10. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?; P17: Kakav je bio imidž Srbije u zemljama u kojima ste gostovali?

1) Doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu

Faktorska analiza 14 manifestnih varijabli iz prve grupe zavisnih varijabli doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu obuhvatala je određivanje komunaliteta, ukupne objašnjene varijanse, matrice komponenta i rotirane matrice komponenta.

Radi izdvajanja (ekstrakcije) komponenti (faktora) primenjena je metoda glavnih komponenti. Za određivanje broja zajedničkih komponenti (faktora) korišćen je Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena. Prema dobijenim rezultatima, prikazanim u tabeli 66, uočljivo je da su četiri karakteristična korena veće od jedinice, pa su u daljem postupku faktorske analize, u skladu sa odabranim kriterijumom, zadržane četiri komponente (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ove četiri komponente (faktora) iznosi 69,572%.

Tabela 66. Ukupna objašnjena varijansa (Total Variance Explained)

Komponente	Početne karakteristične vrednosti				Ekstrahovane sume kvadratnog opterećenja			
	Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %		Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %	
1	5.488	39.203	39.203	5.488	39.203	39.203	3.536	25.257
2	1.909	13.635	52.838	1.909	13.635	52.838	2.334	16.675

3	1.266	9.045	61.883	1.266	9.045	61.883	2.034	14.531	56.463
4	1.076	7.689	69.572	1.076	7.689	69.572	1.835	13.109	69.572
5	.781	5.581	75.152						
6	.630	4.498	79.651						
7	.583	4.166	83.816						
8	.487	3.482	87.298						
9	.394	2.815	90.113						
10	.380	2.712	92.825						
11	.335	2.395	95.220						
12	.273	1.949	97.169						
13	.203	1.449	98.618						
14	.193	1.382	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

U tabeli 67. prikazana je matrica komponenata manifestnih varijabli prve grupe zavisnih varijabli doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu koja je u narednoj etapi faktorske analize rotirana u pravcu jednostavne strukture pomoću „Varimax” kriterijuma, kao analitičkog modela ortogonalne rotacije.

Tabela 67. Matrica Komponenata (Component Matrixa) manifestnih varijabli „vrednovanje doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu”

Manifestne varijable	Komponente							
	1	2	3	4				
p181	Konceri klasične muzike		.420	.458	-.168	-.579		
p182	Horski koncerti	.506	.651	-.062	-.118			
p183	Koncerti popularne muzike	.310	.115	.448	.555			
p184	Koncerti etno muzike	.602	.245	-.452	.345			
p185	Pozorišne predstave	.707	.126	.248	.063			
p186	Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples)			.788	.205	.293	-.025	
p187	Učešće na filmskim festivalima		.554	.265	.269	-.329		
p188	Folklorne predstave	.449	.594	-.204	.347			
p189	Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva	.648	-.080	.342	.085			
p1890	Učešće na međunarodnim sajmovima knjiga	.661	-.393	.384	-.145			
p1891	Prevodi naših delana strane jezike	.715	-.490	-.029	-.070			
p1892	Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe	.743	-.297	-.251	-.138			
p1893	Medijska promocija kulturne baštine	.729	-.397	-.302	.074			
p1894	Izložbe o kulturnom turizmu	.720	-.274	-.385	.088			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotirana matrica komponenata (faktora) prve grupe zavisnih manifestnih varijabli doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu prikazana je u tabeli 68.

Tabela 68. Rotirana matrica komponenata (Rotated Component Matrixa) manifestnih varijabli vrednovanja „doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu”

Manifestne varijable	Komponente							
	1	2	3	4				
p181	Konceri klasične muzike	.125	-.103	.837	.151			
p182	Horski koncerti	-.006	.189	.637	.506			
p183	Koncerti popularne muzike	-.068	.705	-.208	.271			
p184	Koncerti etno muzike	.424	.075	.100	.742			
p185	Pozorišne predstave	.314	.581	.316	.213			
p186	Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples)			.312	.630	.458	.213	
p187	Učešće na filmskim festivalima		.145	.390	.620	.014		
p188	Folklorne predstave	.012	.205	.232	.788			
p189	Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva	.358	.626	.169	.040			
p1890	Učešće na međunarodnim sajmovima knjiga	.554	.577	.180	-.294			

p1891	Prevodi naših dela na strane jezike	.807	.300	.079	-.099		
p1892	Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe	.802	.122	.235	.091		
p1893	Medijska promocija kulturne baštine	.857	.144	.017	.172		
75394	Izložbe o kulturnom turizmu	.809	.083	.065	.290		

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 11 iterations.

Na osnovu rezultata rotirane matrice komponenata (faktora) prikazanih u tabeli 68, prvi faktor najviše definišu sledeće manifestne varijable vrednovanja „doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu”: medijska promocija kulturne baštine (0,857); izložbe o kulturnom turizmu (0,809); prevodi naših dela na strane jezike (0,807) i muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (0,802). Na osnovu navedenih određenja manifestnih varijabli PRVI FAKTOR se može definisati kao promocija kulturne baštine, izložbe o kulturnom turizmu, prevodi naših dela na strane jezike i muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Drugi faktor najviše određuju manifestne varijable koje se odnose na održavanje koncerata i predstava različitog karaktera radi predstavljanja kulturnog identiteta naše zemlje, i to: muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples) (0,630); smotre (izložbe) likovnog stvaralaštva (0,626); pozorišne predstave (0,581) i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga (0,577). Značenje navedenih manifestnih varijabli upućuje na zaključak da se DRUGI FAKTOR može definisati kao muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Treći faktor najviše definišu manifestne varijable vrednovanja „doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu” koje se odnose na učešće naših istaknutih umetnika na koncertima i na filmskim festivalima. To su sledeće manifestne varijable: koncerti klasične muzike (0,837); horski koncerti (0,637) i učešće na filmskim festivalima (0,620). Na osnovu značenja navedenih varijabli, TREĆI FAKTOR se može jedinstveno definisati kao učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Četvrti faktor u najvećoj meri definišu manifestne varijable vrednovanja „doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu” koje se odnose na etnografske elemente kao središnje tačke kulturnog identiteta naše zemlje, i to: folklorne predstave (0,788); koncerti etno muzike (0,742) i horski koncerti (0,506). Polazeći od značenja navedenih varijabli, ČETVRTI FAKTOR se može definisati kao predstavljanje etnografskih sadržaja i motiva naše zemlje kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Na kraju ovog dela interpretacije rezultata može se zaključiti da je 14 manifestnih varijabli vrednovanja „doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu”: F1) promocija kulturne baštine, izložbe o kulturnom turizmu, prevodi naših dela na strane jezike i muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu; F2) muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu; F3) učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu i F4) predstavljanje etnografskih sadržaja i motiva naše zemlje kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

2) Doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Srbije u svetu

Faktorska analiza 17 manifestnih varijabli iz druge grupe zavisnih varijabli „doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu” obuhvatala je određivanje komunaliteta, ukupne objašnjene varijanse, matrice komponenata i rotirane matrice komponenata.

U postupku izdvajanja (ekstrakcije) komponenti (faktora) primenjena je metoda glavnih komponenti. Za određivanje broja zajedničkih komponenti (faktora) korišćen je

Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena. Prema dobijenim rezultatima, prikazanim u tabeli 69, uočljivo je da su četiri karakteristična korena veća od jedinice, pa su u daljem postupku faktorske analize zadržane četiri komponente (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ove četiri komponente (faktora) iznosi 66,799%.

Tabela 69. Ukupna objašnjena varijansa (Total Variance Explained)

Komponente	Početne karakteristične vrednosti				Ekstrahovane sume kvadratnog opterećenja			
	Rotirane sume kvadratnog opterećenja		Ukupno		Ukupno		Ukupno	
%	Ukupno	% od Varijanse	Ukupno	% od Varijanse	Ukupno	% od Varijanse	Ukupno	% od Varijanse
1	7.210	42.412	42.412	7.210	42.412	42.412	4.021	23.655
2	1.768	10.402	52.814	1.768	10.402	52.814	3.453	20.312
3	1.271	7.476	60.290	1.271	7.476	60.290	2.679	15.759
4	1.106	6.508	66.799	1.106	6.508	66.799	1.202	7.072
5	.932	5.483	72.281					
6	.829	4.879	77.160					
7	.799	4.703	81.863					
8	.642	3.778	85.641					
9	.470	2.765	88.405					
10	.420	2.470	90.875					
11	.388	2.280	93.155					
12	.327	1.923	95.079					
13	.302	1.779	96.857					
14	.192	1.132	97.989					
15	.152	.893	98.882					
16	.103	.603	99.485					
17	.088	.515	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

U tabeli 70. prikazana je matrica komponentata manifestnih varijabli druge grupe zavisnih varijabli „doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu” koja je u narednoj etapi faktorske analize rotirana u pravcu jednostavne strukture pomoću „Varimax” kriterijuma, kao analitičkog modela ortogonalne rotacije.

Tabela 70. Matrica komponentata (Component Matrixa) manifestnih varijabli „doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu”

Manifestne varijable		Komponente							
		1	2	3	4				
p191	Konceri klasične muzike			.515	.536	-.223	-.212		
p192	Horski koncerti	.540		.566	-.405	.189			
p193	Koncerti popularne muzike	.416		-.146	-.265	-.487			
p194	Koncerti etno muzike	.700		.116	-.032	.116			
p195	Pozorišne predstave	.520		.276	.510	.130			
p196	Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples)					.767	.240	.142	-.173
p197	Učešće na filmskim festivalima			.672	.258	.279	-.187		
p198	Folklorne predstave	.678	.192	-.429	.247				
p199	Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva	.810	-.147		.181	-.016			
p1991	Učešće na međunarodnim sajmovima knjiga	.761	-.163	.311	-.269				
p1992	Prevodi naših dela na strane jezike	.768	-.116	.280	-.165				
p1993	Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe	.815	-.176	-.175	-.116				
p1994	Negovanje nacionalnog identiteta	.780	-.275	-.033	.291				
p1995	Medijska promocija kulturne baštine	.774	-.301	-.280	.082				
p1996	Izložbe o kulturnom turizmu	.677	-.429	-.137	.215				
P24	Kakav je uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža?	.219	.282	.326	.582				
P25	Kakva je medijska prezentacija kulturne baštine Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine?	-.135	.605	-.025	-.205				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotirana matrica komponenata (faktora) druge grupe zavisnih manifestnih varijabli „doprinosu pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu” prikazana je u tabeli 71.

Tabela 71. Rotirana matrica komponenata (Rotated Component Matrixa) manifestnih varijabli „doprinosu pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu”

Manifestne varijable	Komponente							
	1	2	3	4				
p191 Konceri klasične muzike			.362	-.083	.700		-.139	
p192 Horski koncerti	.123	.117	.876	.121				
p193 Koncerti popularne muzike	.277	.215	.192	-.585				
p194 Koncerti etno muzike	.431	.382	.421	.096				
p195 Pozorišne predstave	.661	.035	.136	.408				
p196 Muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples)			.707	.178	.405		-.032	
p197 Učešće na filmskim festivalima	.734	.070	.295	.027				
p198 Folklorne predstave	.132	.474	.705	.046				
p199 Smotre/izložbe likovnog stvaralaštva	.651	.512	.156	.004				
p1991 Učešće na međunarodnim sajmovima knjiga	.788	.361	.023	-.152				
p1992 Prevodi naših dela na strane jezike	.742	.383	.086	-.065				
p1993 Muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe	.466	.589	.335	-.253				
p1994 Negovanje nacionalnog identiteta	.369	.757	.209	.126				
p1995 Medijska promocija kulturne baštine	.284	.753	.313	-.170				
p1996 Izložbe o kulturnom turizmu	.242	.797	.112	-.027				
P24 Kakav je uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža?	.177	.083	.157	.714				
P25 Kakva je medijska prezentacija kulturnih znamenito-sti Srbije sa Uneskovke liste								
74. tske baštine?	.048	-.554	.343	-.004				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Prema rezultatima prikazanim u rotiranoj matrici komponenata (tabela 71), prvi faktor najviše definišu manifestne varijable „doprinosu pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu” iz oblasti književnih i likovnih manifestacija, predstava i filmskih festivala, i to: učešće na međunarodnim sajmovima knjiga (0,788); prevodi naših dela na strane jezike (0,742); učešće na filmskim festivalima (0,734), muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples) i pozorišne predstave (0,661). Shodno navedenim određenjima, PRVI FAKTOR druge grupe varijabli se može definisati kao učešće na književnim i likovnim manifestacijama, na filmskim festivalima i na muzičkim, plesnim i dramskim predstavama.

Na osnovu dobijenih rezultata drugi faktor je dvopolni, jer ga najviše određuju manifestne varijable koje označavaju negovanje nacionalnog identiteta, s jedne strane, i neadekvatna medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine, s druge strane. To su sledeće manifestne varijable „doprinosu pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu”: izložbe o kulturnom turizmu (0,797); negovanje nacionalnog identiteta (0,757); medijska promocija kulturne baštine (0,753); muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe (0,589) i medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine (-0,554). Značenje navedenih varijabli ukazuju na to da se DRUGI FAKTOR iz druge grupe varijabli može definisati kao negovanje nacionalnog identiteta, promocija kulturne baštine i izložbe o kulturnom turizmu, muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe naspram medijske prezentacije kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine.

Treći faktor iz druge grupe varijabli je jednoznačnije određen i najviše ga određuju sledeće manifestne varijable „doprinosu pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu”: horski koncerti (0,876); folklorne predstave (0,705); koncerti klasične muzike (0,700) i koncerti etno muzike (0,421). Shodno tome, TREĆI FAKTOR se može jedinstveno definisati kao izvođenje horskih koncerata i koncerata etno

muzike radi promocije srpskog identiteta, uz izvođenje koncerata klasične muzike usmerenih poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu.

Četvrti faktor iz ove grupe varijabli je takođe dvopolan i najviše ga određuju tri manifestne varijable „doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu”, i to: uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža (0,714); pozorišne predstave (0,408) i koncerti popularne muzike (-0,585). Iz dobijenih koeficijenata korelacije sa faktorom i njegovim predznakom vidljivo je da jedan pol ovog faktora čini uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije na izgrađivanje njenog imidža (0,714) i izvođenje pozorišnih predstava (0,408), dok drugi pol ovog faktora čini uticaj koncerata popularne muzike (-0,585). U vezi s tim, ČETVRTI FAKTOR iz druge grupe manifestnih varijabli se jedinstveno može odrediti kao uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije i izvođenje pozorišnih predstava na izgrađivanje njenog imidža naspram uticaja izvođenja koncerata popularne muzike na izgradnju imidža Republike Srbije.

Nakon određenja faktora iz druge grupe manifestnih varijabli doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu na uzorku od 17 manifestnih varijabli, može zaključiti da su u ovoj grupi manifestnih varijabli izolovane četiri latentne komponente (faktori), i to: F1: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, kao i na filmskim festivalima i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava; F2: negovanje nacionalnog identiteta, promocija kulturne baštine i izložbe o kulturnom turizmu, muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe naspram medijske prezentacije kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovе liste svetske baštine; F3: izvođenje horskih koncerata i koncerta etno muzike radi promocije srpskog identiteta, uz izvođenje koncerata klasične muzike usmerenih poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i F4: uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije i izvođenje pozorišnih predstava na izgrađivanje njenog imidža naspram uticaja izvođenja koncerata popularne muzike na izgradnju imidža Republike Srbije.

3) Doprinos pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala, manifestacija likovnog stvaralaštva, manifestacija iz oblasti književnosti i stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Faktorska analiza 28 manifestnih varijabli iz treće grupe zavisnih varijabli doprinosa pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala, manifestacija likovnog stvaralaštva, manifestacija iz oblasti književnosti i stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu obuhvatala je određivanje komunaliteta, ukupne objašnjene varijanse, matrice komponenata i rotirane matrice komponenata.

Prilikom izdvajanja (ekstrakcije) komponenti (faktora) primenjena je metoda glavnih komponenti. Za određivanje broja zajedničkih komponenti (faktora) korišćen je Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena. Prema dobijenim rezultatima, prikazanim u tabeli 72, uočljivo je da je sedam karakterističnih korenova veća od jedinice, pa je, u daljem postupku faktorske analize, zadržano sedam komponenti (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ovih sedam komponenti (faktora) iznosi 72,033%. Tabela 72. Ukupna objašnjena varijansa (Total Variance Explained)

Komponente	Početne karakteristične vrednosti						Ekstrahovane sume kvadratnog opterećenja			
	Rotirane sume kvadratnog opterećenja									
%	Ukupno		% od Varijanse	Ukupni %		% od Varijanse	Ukupno		% od Varijanse	Ukupni %
1	12.180	43.502	43.502	12.180	43.502	43.502	5.141	18.361	18.361	
2	1.595	5.697	49.199	1.595	5.697	49.199	3.847	13.741	32.102	
3	1.552	5.542	54.741	1.552	5.542	54.741	3.447	12.310	44.411	
4	1.414	5.051	59.792	1.414	5.051	59.792	2.660	9.499	53.910	
5	1.317	4.704	64.496	1.317	4.704	64.496	2.216	7.915	61.825	
6	1.085	3.874	68.370	1.085	3.874	68.370	1.532	5.470	67.295	
7	1.026	3.663	72.033	1.026	3.663	72.033	1.327	4.738	72.033	
8	.974	3.477	75.510							
9	.808	2.884	78.394							

10	.741	2.648	81.042
11	.634	2.264	83.306
12	.559	1.998	85.304
13	.509	1.819	87.123
14	.429	1.533	88.656
15	.376	1.342	89.998
16	.374	1.334	91.332
17	.336	1.199	92.531
18	.322	1.149	93.680
19	.302	1.077	94.756
20	.279	.998	95.755
21	.240	.855	96.610
22	.182	.649	97.259
23	.175	.627	97.886
24	.159	.566	98.452
25	.142	.508	98.960
26	.123	.439	99.398
27	.093	.334	99.732
28	.075	.268	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

U tabeli 73. prikazana je matrica komponentata manifestnih varijabli treće grupe zavisnih varijabli „doprinos pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala i manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu” koja je u narednoj etapi faktorske analize rotirana u pravcu jednostavne strukture pomoću „Varimax” kriterijuma, kao analitičkog modela ortogonalne rotacije.

Tabela 73. Matrica komponentata (Component Matrixa) manifestnih varijablu vrednovanja pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala i manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Manifestne varijable	Komponente						
	1	2	3	4	5	6	7
p201 BEMUS (Beogradske muzičke svečanosti); -.149 .009	.654	.142	-.377	-.189	.139		
p202 BELEF (Beogradski letnji festival); .222	.709	.238	-.161	-.253	.017	-.153	
p203 EGZIT (Međunarodni muzički festival); .310 -.221	.278	.586	.468	.130	-.089		
p204 GITAR ART FESTIVAL; p205 Međunarodno takmičenje muzičke omladine -.117 .075	.697	.099	-.181	-.281	-.005	.284	.084
p206 NISSVILLE (Međunarodni džez festival); .123 -.160	.665	-.270	-.378	-.111	-.074		
p207 Dragačevski sabor trubača u Guči .391	.565	.109	-.236	-.194	.421		
p211 BITEF (Beograd); p212 Sterijino pozorje (Novi Sad); p213 Festival tvrđava teatar (Smederevo); .078	.594	.291	.103	-.249	.031	.019	-.312
p214 Festival monodrame i pantomime (Zemun); -.030 .155	.700	.027	.311	-.237	-.066	-.239	-.063
p215 Međunarodni festival pozorišta za decu (Subotica); .197 .102 .186	.687	-.163	.346	-.220	-.106	-.355	
p216 Beogradski festival igre p217 BELEF (Beogradski letnji festival - muzički i pozorišni) -.276 -.003 -.077 .338	.718	-.338	.223	.092	.212		
	.735	-.329	.120	.211			
	.586	-.194	.149	-.070	-.175	.499	.187
	.676	.217	.012				

p221	FEST (Međunarodni filmski festival);	.568	.391	.231	.025	.145	-.321
	-.111						
p222	Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma;					.710	-.060
	-.193 .226 .346 -.010 .078						
p223	Međunarodni filmski festival (Palić);	.723	-.227	.113	.044	.301	-.006
	-.138						
p224	Festival autorskog filma (Beograd);	.711	-.188	-.105	.202	.279	-.031
	-.256						
p225	Festival evropskog dugometražnog dokumentacionog filma	.784				-.037	-.067
	.206 -.194 .100 .006						
p226	SOFEST (Filmski festival u Sopotu)	.756	-.016	.294	.095	-.234	-.083
	.230						
p227	KUSTENDORF (Međunarodni filmski i muzički festival);				.466	.222	.039
	-.263 .229 .425 .255						
p231	Oktobarski salon (Beograd);	.735	-.020	.015	-.104	-.224	-.185
p232	Međunarodno bijenale ilustracije „Zlatno pero Beograda”;	.839				-.088	.028
	-.031 -.187 .034 -.152						
p233	Međunarodna kolonija umetničke keramike „Zlakuša” (Užice)					.787	-.208
	.152 .147 -.126 .065 -.245						
p234	Međunarodno bijenale umetnosti minijature (Gornji Milanovac)					.795	-.094
	.061 .092 -.028 .155 -.307						
p291	Međunarodni sajam knjiga (Beograd);	.435	.380	-.347	.380	.119	-.078
	-.102						
p292	Međunarodni susreti pisaca (Beograd)		.624	.247	-.351	.168	-.401
	-.007 .087						
p293	Beogradski prevodilački susreti;	.628	.014	-.286	.327	-.434	.040
	.010						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

Rotirana matrica komponentata (faktora) treće grupe zavisnih manifestnih varijabli „doprinosu pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala i manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu” prikazana je u tabeli 74.

Tabela 74. Rotirana matrica komponentata (Rotated Component Matrixa) manifestnih varijabli vrednovanja pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala i manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

Manifestne varijable	Komponente	1	2	3	4	5	6	7
p201	BEMUS (Beogradske muzičke svečanosti);	.175	.320	.310	.615	.216		
	-.109 -.043							
p202	BELEF (Beogradski letnji festival);	.091	.526	.314	.440	.370	-.047	
	.080							
p203	EGZIT (Međunarodni muzički festival);	.025	.114	.092	-.007	.182		
	.849 .185							
p204	GITAR ART FESTIVAL;	.250	.235	.321	.339	.575	.075	-.152
p205	Međunarodno takmičenje muzičke omladine	.381	.292	.438	.306	.178		
	-.346 -.167							
p206	NISSVILLE (Međunarodni džez festival);	.334	.090	.016	.646	.300		
	.080 -.090							
p207	Dragačevski sabor trubača u Guči	.098	.033	.053	.012	.010	.133	
	.841							
p211	BITEF (Beograd);	.201	.394	.128	.387	.171	.431	-.176
p212	Sterijino pozorje (Novi Sad);	.340	.714	.113	.137	.123	.187	-.052
p213	Festival tvrđava teatar (Smederevo);	.396	.797	.100	.000	.085	-.015	
	-.010							

p214	Festival monodrame i pantomime (Zemun);	.718	.371	.062	.064	.229
	-.102 .185					
p215	Međunarodni festival pozorišta za decu (Subotica);	.749	.218	.178	.071	
	.289 -.102 .231					
p216	Beogradski festival igre	.457	.122	.287	-.185	.603 .109 -.086
p217	BELEF (Beogradski letnji festival - muzički i pozorišni)		.092	.563	.232	
	.274 .477 -.013 .139					
p221	FEST (Međunarodni filmski festival);	.169	.536	.083	.382	-.045 .353
	.265					
p222	Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma;			.562	.116	
	.240 .467 .186 -.094 .269					
p223	Međunarodni filmski festival (Palić);	.713	.284	.041	.296	.131 .056
	.027					
p224	Festival autorskog filma (Beograd);	.703	.129	.206	.425	-.014 .043
	.025					
p225	Festival evropskog dugometražnog dokumentarnog filma		.491	.244	.576	
	.130 .209 .113 .071					
p226	SOFEST (Filmski festival u Sopotu)	.410	.573	.389	-.099	.243 .114
	.228					
p227	KUSTENDORF (Međunarodni filmski i muzički festival);		.144	.108	-.004	
	.246 .714 .166 .077					
p231	Oktobarski salon (Beograd);	.335	.550	.414	.175	.091 .070 -.107
p232	Međunarodno bijenale ilustracije „Zlatno pero Beograda“;		.527	.419	.452	
	.167 .192 .169 -.149					
p233	Međunarodna kolonija umetničke keramike „Zlakusa“ (Užice)		.693	.315		
	.377 .062 .066 .225 -.093					
p234	Međunarodno bijenale umetnosti minijature (Gornji Milanovac)		.650	.232		
	.352 .221 .138 .295 -.129					
p291	Međunarodni sajam knjiga (Beograd);	.121	-.050	.444	.536	-.073 .165
	.310					
p292	Međunarodni susreti pisaca (Beograd)		.062	.208	.797	.229 .160
	.060 .075					
p293	Beogradski prevodilački susreti;	.282	.117	.818	.074	.058 .030
5	.050					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 29 iterations.

Uzimajući u obzir rezultate prikazane u rotiranoj matrici manifestnih varijabli uticaja pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala i manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, može se zaključiti da prvi faktor iz treće grupe varijabli najviše određuju tri grupe varijabli: prva, kojom se ocenjuje uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža, a to su: Međunarodni festival pozorišta za decu u Subotici (0,749); Festival monodrame i pantomime u Zemunu (0,718) i Beogradski festival igre (0,457), druga, koje određuju ovaj faktor čine međunarodni filmski festivali koji se održavaju u Srbiji, a to su: Međunarodni filmski festival u Paliću (0,713); Festival autorskog filma u Beogradu (0,703) i Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma (0,562); Festival evropskog dugometražnog dokumentacionog filma (0,491) i treća, kojima se ocenjuje uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, i to: Međunarodna kolonija umetničke keramike „Zlakusa“ iz Užica (0,693); Međunarodno bijenale umetnosti minijature iz Gornjeg Milanovca (0,650) i Međunarodno bijenale ilustracije „Zlatno pero“ iz Beograda (0,527). Na osnovu značenja navedenih varijabli PRVI FAKTOR se može odrediti kao uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala, uticaj pojedinih međunarodnih filmskih festivala i uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža.

Drugi faktor najviše određuju manifestne varijable kojima se ocenjuje uticaj pojedinih muzičkih festivala u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža, i to: BELEF (0,526); zatim uticaj pojedinih pozorišnih festivala u Republici Srbiji, i to: Festival tvrđava teatar u Smederevu (0,797); Sterijino pozorje u Novom Sadu (0,714); Beogradski letnji festival - BELEF (0,563); zatim uticaj pojedinih filmskih festivala u Srbiji, i to: Filmski festival u Sopotu – SOFEST (0,573); Međunarodni filmski festival – FEST (0,536); uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera, i to: Oktobarski salon (0,550). Shodno tome, DRUGI FAKTOR se može označiti kao uticaj pojedinih muzičkih, pozorišnih, filmskih i likovnih manifestacija međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža.

Treći faktor najviše definišu manifestne varijable kojima se ocenjuje uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, i to: Beogradski prevodilački susreti (0,818); Međunarodni susreti pisaca u Beogradu (0,797); pojedini filmski festivali međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji, i to: Festival evropskog dugometražnog dokumentarnog filma (0,576); pojedine manifestacije likovnog stvaralaštva, i to: Međunarodno bijenale ilustracije „Zlatno pero Beograda” (0,452); Oktobarski salon u Beogradu (0,414); pojedini muzički festivali u Srbiji - Međunarodno takmičenje muzičke omladine (0,438). Prema određenju navedenih varijabli, TREĆI FAKTOR se može definisati kao uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, filmskih festivala, likovnog stvaralaštva i muzičkih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu.

Četvrti faktor najviše određuju manifestne varijable kojima se ocenjuje uticaj pojedinih muzičkih festivala u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža, a to su: NISSVILLE - Međunarodni džez festival (0,646); BEMUS - Beogradske muzičke svečanosti (0,615); BELEF - Beogradski letnji festival (0,440); pojedini filmski festivali koji se održavaju u Srbiji - Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma (0,467); Festival autorskog filma u Beogradu (0,425); pojedine manifestacije iz oblasti književnog stvaralaštva – Međunarodni sajam knjiga u Beogradu (0,536). Shodno tome, ČETVRTI FAKTOR se može jedinstveno definisati kao uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti muzičkog, filmskog i književnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu.

Peti faktor najviše određuju manifestne varijable kojima se označavaju pojedini filmski festivali međunarodnog karaktera u Srbiji – KUSTENDORF (0,714); manifestacije iz oblasti plesnih festivala u Srbiji – Beogradski festival igre (0,603); muzički festivali – GITAR ART FESTIVAL (0,575); muzičkih i pozorišnih festivala - Beogradski letnji festival „BELEF” (0,477). Na osnovu značenja navedenih manifestnih varijabli, PETI FAKTOR se može odrediti kao uticaj pojedinačnih manifestacija iz oblasti filmskih, plesnih i muzičkih i pozorišnih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu.

Šesti faktor u najvećoj meri određuju manifestne varijable kojima se označava uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti kulture na imidž Republike Srbije u svetu: pojedini muzički festivali koji se održavaju u Srbiji, i to: Međunarodni muzički festival - EGZIT (0,849), Međunarodni pozorišni festival - BITEF u Beogradu (0,431); Međunarodni filmski festival - FEST (0,353). Imajući to i vidu, ŠESTI FAKTOR se može definisati kao uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu.

Sedmi faktor najviše određuju manifestne varijable koje označavaju uticaj pojedinih muzičkih manifestacija na imidž Srbije u svetu - Dragačevski sabor trubača u Guči (0,841) i uticaj pojedinih književnih manifestacija na imidž Republike Srbije u svetu – Međunarodni sajam knjiga u Beogradu (0,310). Na osnovu određenja ovih manifestnih varijabli, SEDMI FAKTOR se može odrediti kao uticaj pojedinačnih muzičkih i književnih manifestacija međunarodnog karaktera na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu.

Nakon analize faktorske strukture uticaja pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala i manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, može se zaključiti da je 28 manifestnih varijabli „uticaja pojedinih manifestacija iz oblasti kulture međunarodnog karaktera koje se održavaju u

Srbiji" svedeno na sedam bazičnih (latentnih) dimenzija (komponenata, faktora), i to: F1: uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala, uticaj pojedinih međunarodnih filmskih festivala i uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža; F2: uticaj pojedinih muzičkih, pozorišnih, filmskih i likovnih manifestacija međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža; F3: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, filmskih festivala, likovnog stvaralaštva i muzičkih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F4: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti muzičkog, filmskog i književnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F5: uticaj pojedinačnih manifestacija iz oblasti filmskih, plesnih, muzičkih i pozorišnih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F6: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu i F7: uticaj pojedinačnih muzičkih i književnih manifestacija međunarodnog karaktera na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu.

4) Uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu

Faktorska analiza manifestnih varijabli iz četvrte grupe zavisnih varijabli uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu obuhvatala je određivanje komunaliteta, ukupne objašnjene varijanse, matrice komponenata i rotirane matrice komponenata.

Radi izdvajanja (ekstrakcije) komponenti (faktora) primenjena je metoda glavnih komponenti. Za određivanje broja zajedničkih komponenti (faktora) korišćen je Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena. Prema dobijenim rezultatima, prikazanim u tabeli 75, uočljivo je da su dva karakteristična korena veća od jedinice, pa su u daljem postupku faktorske analize, zadržane dve komponente (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ovih sedam komponenti (faktora) iznosi 61,659%.

Tabela 75. Ukupna objašnjena varijansa (Total Variance Explained)

Komponente	Početne karakteristične vrednosti				Ekstrahovane sume kvadratnog opterećenja			
	Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %		Ukupno	% od Varijanse	Ukupni %	
1	2.002	40.030	40.030	2.002	40.030	40.030	1.982	39.646
2	1.081	21.629	61.659	1.081	21.629	61.659	1.101	22.013
3	.967	19.336	80.996					
4	.579	11.575	92.571					
5	.371	7.429	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Matrica komponenata četvrte grupe manifestnih zavisnih varijabli „vrednovanja uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije i kakav je bio njen imidž u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali” prikazana je u tabeli 76. Ova matrica je u narednoj etapi faktorske analize rotirana u pravcu jednostavne strukture pomoću „Varimax” kriterijuma, kao analitičkog modela ortogonalne rotacije.

Tabela 76. Matrica Komponenata (Component Matrixa) manifestnih varijabli „vrednovanja uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije i kakav je bio njen imidž u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali”

Manifestne varijable Komponente

	1	2
p327 Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša?	.729	-.178
p328 Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti?	.304	.528
p329 Gostovanje naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu?	.855	.006
p330 Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?	.803	-.013

P17 Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama u kojima ste gostovali? -.029
.878

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Rotirana matrica komponentata (faktora) četvrte grupe zavisnih manifestnih varijabli „vrednovanja uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije i kakav je bio njen imidž u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali” prikazana je u tabeli 77.

Tabela 77. Rotirana matrica komponentata (Rotated Component Matrixa) manifestnih varijabli „vrednovanja uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije i kakav je bio njen imidž u svetu”

Manifestne varijable Komponente

1 2

p327 Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? .747 -.071

p328 Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? .225 .566

p329 Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? .845 .129

p330 Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu? .796 .103

P17 Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama u kojima ste gostovali? -.155

24 .865

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Na osnovu rezultata prikazanih u rotiranoj matrici komponentata (faktora), prvi faktor definišu sledeće manifestne varijable: Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu (0,845); Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu (0,796); Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša (0,747). Na osnovu značenja navedenih varijabli, PRVI FAKTOR se može definisati kao gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu.

Drugi faktor se može odrediti pomoću sledećih manifestnih varijabli:

Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama u kojima ste gostovali? (0,865); Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti (0,566). Shodno tome, DRUGI FAKTOR se može odrediti kao: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, među kojima politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža.

Nakon obavljene faktorske analize manifestnih varijabli iz četvrte grupe zavisnih varijabli uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu utvrđene su dve latentne dimenzije (faktori) - F1: gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i F2: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, među kojima politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža.

Nakon obavljene faktorske analize za četiri grupe zavisnih varijabli, može se zaključiti da je u okviru prve i druge grupe zavisnih varijabli utvrđeno po četiri latentne dimenzije (faktori), u trećoj grupi čak sedam latentnih dimenzija (faktora), a u četvrtoj grupi dve latentne dimenzije (faktori), što ukupno čini 17 latentnih dimenzija faktora na uzorku od 64 manifestne varijable.

Faktorskom analizom prve grupe zavisnih manifestnih varijabli na uzorku od 14 manifestnih varijabli vrednovanja doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu utvrđene su sledeće latentne dimenzije (faktori): F1) promocija kulturne baštine, izložbe o kulturnom turizmu, prevodi naših dela na strane jezike i muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu; F2) muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu; F3) učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu i F4) predstavljanje etnografskih sadržaja i motiva naše zemlje kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Prilikom određivanja faktora iz druge grupe manifestnih varijabli doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu na uzorku od 17 manifestnih varijabli, izolovane su četiri latentne komponente (faktori), i to - F1: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, kao i na filmskim festivalima i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava; F2: negovanje nacionalnog identiteta, promocija kulturne baštine i izložbe o kulturnom turizmu, muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe naspram medijske prezentacije kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskovke liste svetske baštine; F3: izvođenje horskih koncerata i koncerata etno muzike radi promocije srpskog identiteta, uz izvođenje koncerata klasične muzike usmerenih poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i F4: uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije i izvođenje pozorišnih predstava na izgrađivanje njenog imidža naspram uticaja izvođenja koncerata popularne muzike na izgradnju imidža Republike Srbije.

Nakon obavljene analize faktorske strukture treće grupe zavisnih varijabli zaključeno je da se 28 manifestnih varijabli uticaja pojedinih manifestacija iz oblasti kulture međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji (muzički, pozorišni, plesni i filmski festivali i manifestacije likovnog stvaralaštva i manifestacije iz oblasti književnosti i prevodilaštva), mogu svesti na sedam bazičnih (latentnih) dimenzija (komponenta, faktora), i to - F1: uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala, uticaj pojedinih međunarodnih filmskih festivala i uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža; F2: uticaj pojedinih muzičkih, pozorišnih, filmskih i likovnih manifestacija međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža; F3: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, filmskih festivala, likovnog stvaralaštva i muzičkih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F4: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti muzičkog, filmskog i književnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F5: uticaj pojedinačnih manifestacija iz oblasti filmskih, plesnih, muzičkih i pozorišnih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F6: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu i F7: uticaj pojedinačnih muzičkih i književnih manifestacija međunarodnog karaktera na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu

Postupkom faktorske analize manifestnih varijabli iz četvrte grupe zavisnih varijabli uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu utvrđene su dve latentne dimenzije (faktori) - F1: gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i F2: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, među kojima politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža.

3.3. Povezanost između aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture i promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu

Analiza povezanosti između aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture i promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao nezavisne, i promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, obavljena je putem korelacione analize, uz korišćenje Pirsonovog koeficijenta korelacije. Ova analiza je obavljena kako na manifestnom tako i na latentnom (faktorskom) nivou. Pomoću korelacione analize testirane su pojedinačne, posebne i opšta hipoteza. Shodno tome, prvo će biti analizirana povezanost između manifestnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, a zatim će biti analizirana povezanost između latentnih varijabli (faktora) nezavisnih i zavisnih varijabli.

3.3.1. Povezanost između manifestnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture i manifestnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu

Prilikom utvrđivanja povezanosti između manifestnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, kao nezavisne i manifestnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, korišćene su sledeće manifestne varijable:

a) Nezavisne varijable: P2: Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?; P3: Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu selekcije programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?; P6: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našimdiplomata?; P7: Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspor?; P13: U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja?; P14: U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima?; P15: Kako su Vaše gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje prijema?; P16: Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima?; P.32.1: Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?; P.32.2: Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?; P.32.3: Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje?; P.32.4: Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije?; P.32.5: Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou? i P.32.6: Umrežavanje i partnerstvo su neophodni elementi u strategiji srpske kulturne diplomatije?

b) Zavisne varijable: P.17: Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama u kojima ste gostovali?; P.24: Od posebnog značaja za međunarodnu kulturnu saradnju je promocija naše kulturne baštine kao temelja srpskog identiteta. Kakav je, po Vašem mišljenju, uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža?; P.25: Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa UNESCO-ove liste svetske baštine?; P32.7: Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša?; P32.8: Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti?; P32.9: Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu?; P32.10: Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?

Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih varijabli na manifestnom nivou prikazani su u tabeli 78.

Tabela 78. Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih varijabli

	P17	P24	P25	p327	p328	p329	p330
P2	-.027	.020	-.057	.110	-.031	.186	.203*

	.789	.844	.574	.276	.760	.063	.043
	100	100	100	100	100	100	100
P3	-.221*	-.082	.046	.055	.113	.058	.082
	.027	.418	.648	.586	.262	.564	.419
	100	100	100	100	100	100	100
P6	-.022	.100	.098	.010	.183	.132	.093
	.824	.324	.330	.918	.068	.189	.355
	100	100	100	100	100	100	100
P7	.075	.075	.043	.197*	.231*	.118	.150
	.459	.460	.671	.049	.021	.241	.136
	100	100	100	100	100	100	100
P13	-.143	.093	.173	.125	.270**	-.028	.043
	.155	.356	.086	.217	.007	.780	.669
	100	100	100	100	100	100	100
P14	.140	-.005	-.076	-.051	.033	-.023	-.020
	.166	.960	.451	.617	.744	.821	.846
	100	100	100	100	100	100	100
P15	.122	-.032	-.123	.059	-.067	.014	.062
	.226	.754	.222	.561	.505	.893	.543
	100	100	100	100	100	100	100
P16	.330**	.157	.066	-.009	.284**	.013	.003
	.001	.119	.512	.927	.004	.901	.976
	100	100	100	100	100	100	100
p321	-.072	.186	-.145	.377**	.088	.303**	.269**
	.478	.064	.150	.000	.384	.002	.007
	100	100	100	100	100	100	100
p322	-.074	.305**	-.016	.403**	.127	.439**	.347**
	.466	.002	.874	.000	.207	.000	.000
	100	100	100	100	100	100	100
p323	.075	-.123	.031	-.173	-.145	-.083	.051
	.459	.224	.756	.084	.151	.413	.611
	100	100	100	100	100	100	100
p324	.184	.146	.201*	-.044	.091	.039	.016
	.067	.146	.045	.664	.366	.697	.878
	100	100	100	100	100	100	100
p325	.154	.184	.079	.178	.164	.309**	.176
	.126	.067	.433	.076	.104	.002	.081
	100	100	100	100	100	100	100
p326	-.100	.172	-.044	.425**	.197	.374**	.332**
	.325	.088	.662	.000	.050	.000	.001
5	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed); * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli koji su značajni na nivou 0,05 i 0,01 prikazani su u tabeli 79.

Tabela 79. Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli koji su značajni na nivou 0,05 i 0,01

R.br.	Korelacija	Nezavisne varijable	Zavisne varijable	Nivo značajnosti
1.	1)P2, p330	P2.Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje prijema?		

P330. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?	.203*
.043	

2.	2)P3 P17	P3. Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu selekcije programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu? P.17. Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama u kojima ste gostovali?	-.221* .027
----	----------	---	-------------

3. 3)P7 p327 P7. Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspor? P327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? .197* .049
4. 4)P7 p328 P7. Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspor? P328. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? .231* .021
5. 5)P13 p328 P13. U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja? P328. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? .270** .007
6. 6)P16 p328 P16. Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu propraćena u domaćim medijima? P328. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? .284** .004
7. 7)p321 p327 p321- Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? P327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? .377** .000
8. 8)p321 p328 p321- Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? P328. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? .303** .002
9. 9)p321 p329 p321- Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? P329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? .269** .007
10. 10)p322 P24 p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? P24. Od posebnog značaja za međunarodnu kulturnu saradnju je promocija naše kulturne baštine kao temelja srpskog identiteta. Kakav je, po Vašem mišljenju, uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije na izgrađivanje njenog imidža? .201* .045
11. 10)P16 P17 P16. Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu propraćena u domaćim medijima? P17. Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama u kojima ste gostovali? .330** .001
12. 11)P16 p328 P16. Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu propraćena u domaćim medijima? p328. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? .284** .004
13. 12)p321 p327 p321- Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? .377** .000
14. 13)p321 p329 p321. Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? .303** .002
15. 14)p321 p330 p321. Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? p330. Kulturne manifestacije međunarodnog

karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu? .269** .007

16 15)p322 p327 p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? .403** .000

17 16)p322 p329 p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?

p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? .439** .000

18 17)p322 p330 p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?

p330. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu? .347** .000

19 18)p324 P25 p324. Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije?

P25. Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskove liste svetske baštine? .201* .045

20 19)p325 p329 p325. Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou? p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? .309** .002

21 20)p326 p327 p326. Umrežavanje i partnerstvo su neophodni elementi u strategiji srpske kulturne diplomatije?

p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? .425** .000

22 21)p326 p329 p326. Umrežavanje i partnerstvo su neophodni elementi u strategiji srpske kulturne diplomatije?

p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? .374** .000

23 22)p326 p330 p326. Umrežavanje i partnerstvo su neophodni elementi u strategiji srpske kulturne diplomatije?

p330. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu? .332** .001

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Nakon izračunatih korelacija između manifestnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, kao nezavisne i manifestnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, sa stanovišta procene naših istaknutih umetnika koji su sa svojim programima više puta gostovali u inostranstvu, obavljeno je testiranje sledećih pet pojedinačnih hipoteza u ovom radu (dve pojedinačne hipoteze u prvoj i tri pojedinačne hipoteze u drugoj posebnoj hipotezi).

Radi potvrđivanja pojedinih hipoteza korišćene su značajne korelacije između nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli koje svojim sadržajem odgovaraju postavljenim hipotezama.

Radi testiranja prve pojedinačne hipoteze definisane kao: H11: Što se pridaje veći značaj kadrovskoj politici u kulturnoj diplomatiji, to će i međunarodna kulturna saradnja

biti produktivnija i suprotno, korišćena je korelacija između tri para nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli, i to:

16)p322 p327 : p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? (.403** .000);

17)p322 p329: p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.439** .000);

19)p325 p329: p325. Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturalnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou?; p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.309** .002);

Na osnovu dobijenih rezultata može se zaključiti da je prva pojedinačna hipoteza (H11) potvrđena.

Prilikom testiranja druge pojedinačne hipoteze, definisane kao: H12: Što je veće učešće istaknutih umetnika i sportista u kulturnoj diplomatiji, to su i interkulturalni dijalog i umrežavanje na evropskom i globalnom nivou veći, korišćena je, takođe, korelacija između tri para manifestnih varijabli, i to:

9)p321 p329: p321- Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje? p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.269** .007);

17)p322 p329: p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.439** .000);

19)p325 p329: p325. Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturalnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou? p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.309** .002);

Na osnovu prikazanih koeficijenata korelacije, može se zaključiti da je druga pojedinačna hipoteza (H12) potvrđena.

Treća pojedinačna hipoteza, definisana kao: H22: Što se bolje prezentuje kulturno nasleđe Republike Srbije, to će i slika o Republici Srbiji biti pozitivnija, testirana je pomoću dva para nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli, i to:

10)p322 P24: p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? P24. Od posebnog značaja za međunarodnu kulturnu saradnju je promocija naše kulturne baštine kao temelja srpskog identiteta. Kakav je, po Vašem mišljenju, uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije na izgrađivanje njenog imidža? (.201 * .045);

18)p324 P25: p324. Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije? P25. Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovih lista svetske baštine? (.201* .045)

Prikazani koeficijenti korelacije za ova dva para nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli, upućuju na zaključak da je treća pojedinačna hipoteza (H22) potvrđena.

Četvrta pojedinačna hipoteza, definisana kao: H23: Što je bolja medijska kampanja kulture Republike Srbije u inostranstvu, to će i efekat poboljšanja imidža biti veći, testirana je pomoću sledećeg para Pirsonovog koeficijenta nezavisne i zavisne manifestne varijable:

3)P7 p327 : P7. Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspor? p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? (.197* .049);

Prikazani koeficijent korelacije ukazuje na to da je peta pojedinačna hipoteza (H23) potvrđena. Na kraju ovog dela rada može se zaključiti da je svih pet pojedinačnih hipoteza potvrđeno.

3.3.2. Povezanost između latentnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture i latentnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu.

Prilikom utvrđivanja povezanosti između latentnih varijabli (faktora) aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, kao nezavisne varijable i latentnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, korišćene su sledeće latentne varijable:

a) Nezavisne varijable:

1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou;

2)REGR factor score 2 for analysis 1 – F2: saradnja naših umetnika sa našim diplomatama i sa predstavnicima naše dijaspor u pripremi kulturnih događaja, kao i praćenje gostovanja naših umetnika u domaćim medijima;

3)REGR factor score 3 for analysis 1 – F3: praćenje gostovanja naših umetnika u medijima zemalja u kojima gostuju i saradnja sa stranim umetnicima u pripremi kulturnih događaja naspram saradnje naših umetnika sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja;

4)REGR factor score 4 for analysis 1 – F4: adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji;

5)REGR factor score 5 for analysis 1 – F5: izbor programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu, uključujući i karakteristike zemlje prijema, nasuprot propraćenosti njihovog gostovanja u domaćim medijima;

6)REGR factor score 6 for analysis 1 – F6: prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike, učešće naših izdavača na međunarodnim sajmovima knjiga i organizacija književnih večeri u inostranstvu utiču na predstavljanje naše kulture i našeg kulturnog identiteta.

b) Zavisne varijable

Zavisne varijable su razmatrane kroz četiri grupe latentnih dimenzija (faktora), i to:

1) doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu; 2) doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu; 3) doprinos pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala, manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu i 4) uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu.

Prva grupa ima četiri, druga grupa dve, treća grupa sedam i četvrta grupa dve latentne dimenzije (faktora) doprinosa (uticaja) kulturnih manifestacija u inostranstvu i u zemlji na promovisanje srpskog identiteta i na poboljšanje imidža Republike Srbije, što čini 17 latentnih dimenzija (faktora) u skupu zavisnih varijabli:

1) Doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu

1)REGR factor score 1 for analysis 2 - F1: promocija kulturne baštine, izložbe o kulturnom turizmu, prevodi naših dela na strane jezike i muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu;

2)REGR factor score 2 for analysis 2 - F2: muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu;

3)REGR factor score 3 for analysis 2 - F3: učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike kao i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu i

4)REGR factor score 4 for analysis 2 - F4: predstavljanje etnografskih sadržaja i motiva naše zemlje, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

2) Doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu

1)REGR factor score 1 for analysis 3 - F1: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, na filmskim festivalima, kao i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava;

2)REGR factor score 2 for analysis 3 - F2: negovanje nacionalnog identiteta, promocija kulturne baštine i izložbe o kulturnom turizmu, muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe naspram medijske prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskeve liste svetske baštine;

3)REGR factor score 3 for analysis 3 - F3: izvođenje horskih koncerata i koncerata etno muzike radi promocije srpskog identiteta, uz izvođenje koncerata klasične muzike usmerenih poboljšanju imidža Republike Srbije i

4)REGR factor score 4 for analysis 3 - F4: uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije i izvođenje pozorišnih predstava na izgrađivanje njenog imidža naspram uticaja izvođenja koncerata popularne muzike na izgradnju imidža Republike Srbije.

3) Doprinos pojedinih muzičkih, pozorišnih, plesnih i filmskih festivala, manifestacija likovnog stvaralaštva i manifestacija iz oblasti književnosti i stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu

1)REGR factor score 1 for analysis 4 - F1: uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala, uticaj pojedinih međunarodnih filmskih festivala i uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža;

2)REGR factor score 2 for analysis 4 - F2: uticaj pojedinih muzičkih, pozorišnih, filmskih i likovnih manifestacija međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža;

3)REGR factor score 3 for analysis 4 - F3: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, filmskih festivala, likovnog stvaralaštva i muzičkih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu;

4)REGR factor score 4 for analysis 4 - F4: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti muzičkog, filmskog i književnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu;

5)REGR factor score 5 for analysis 4 - F5: uticaj pojedinačnih manifestacija iz oblasti filmskih, plesnih i muzičkih i pozorišnih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu;

6)REGR factor score 6 for analysis 4 - F6: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu i

7)REGR factor score 7 for analysis 4 - F7: uticaj pojedinačnih muzičkih i književnih manifestacija međunarodnog karaktera na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu.

4) Uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu

1)REGR factor score 1 for analysis 5 - F1: gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i

2)REGR factor score 2 for analysis 5 - F2: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, među kojima politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža.

Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih latentnih varijabli prikazani su u tabeli 80.

Tabela 80. Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih varijabli na latentnom 5 nivou

	REGR factor score 1 for analysis 1				REGR factor score 2 for analysis 1				REGR factor score 3 for analysis 1				REGR factor score 4 for analysis 1				REGR factor score 5 for analysis 1				REGR factor score 6 for analysis 1			
REGR factor score 1 for analysis 2	.145	-.133	.075	.119	.064	.132																		
.149	.187	.457	.240	.527	.189																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 2 for analysis 2	.144	-.015	.062	.356**	-.068	.060																		
.153	.880	.543	.000	.501	.553																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 3 for analysis 2	.285**	.064	.070	-.022	.035	.036																		
.004	.526	.490	.828	.730	.723																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 4 for analysis 2	.066	.213*	-.110	-.085	-.007	.064																		
.512	.033	.274	.398	.941	.528																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 1 for analysis 3	.284**	-.052	.170	.248*	.013	.117																		
.004	.609	.091	.013	.894	.248																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 2 for analysis 3	.079	-.039	-.077	-.077	.022	-.048																		
.434	.702	.445	.446	.828	.632																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 3 for analysis 3	.151	.117	-.086	.061	.013	.164																		
.135	.248	.394	.546	.900	.104																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 4 for analysis 3	.189	.075	-.117	-.102	.079	.261**																		
.060	.456	.245	.313	.435	.009																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 1 for analysis 4	.068	.011	.132	.141	-.088	.226*																		
.501	.913	.191	.163	.385	.024																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 2 for analysis 4	.161	.037	.040	.223*	.096	.017																		
.109	.715	.694	.026	.341	.868																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 3 for analysis 4	-.048	.033	.044	.073	.030	.288**																		
.636	.743	.665	.468	.763	.004																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 4 for analysis 4	.217*	-.012	-.066	.020	.223*	.025																		
.030	.908	.515	.844	.026	.807																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 5 for analysis 4	.161	-.027	-.076	.010	-.157	-.103																		
.110	.792	.452	.919	.118	.309																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 6 for analysis 4	.271**	-.037	.058	.206*	-.060	.007																		
.006	.715	.564	.040	.551	.942																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 7 for analysis 4	-.090	.186	.040	.033	.026	.088																		
.375	.063	.695	.743	.795	.383																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 1 for analysis 5	.535**	.086	-.107	-.028	.240*	.011																		
.000	.394	.291	.786	.016	.915																			
100	100	100	100	100	100																			
REGR factor score 2 for analysis 5	.097	.241*	.152	.126	-.221*	.111																		
.337	.016	.131	.212	.027	.273																			
5 100	100	100	100	100	100																			

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih latentnih varijabli koji su značajni na nivou 0,05 i 0,01 prikazani su u tabeli 81.

Tabela 81. Pirsonovi koeficijenti korelacije između nezavisnih i zavisnih varijabli na latentnom nivou koji su značajni na nivou 0,01 i 0,05

R. br.	1)relacija	Nezavisne varijable	Zavisne varijable	Nivo značaj-nosti
1	1)REGR factor score 4 for analysis 1 - REGR factor score 2 for analysis 2	4)REGR factor score 4 for analysis 1	F4: adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji;	
	2)REGR factor score 2 for analysis 1 - F12: muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga, kao vid promocije	10)pskog identiteta u inostranstvu; .356** .000		
2	2)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 3 for analysis 2	1)REGR factor score 1 for analysis 1	F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 3)REGR factor score 3 for analysis 2 - F13: učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu;	
	.211* .004			
3	3)REGR factor score 2 for analysis 1 - REGR factor score 4 for analysis 2	2)REGR factor score 2 for analysis 1	F2: saradnja naših umetnika sa našim diplomatama i sa predstavnicima naše dijaspore u pripremi kulturnih događaja, kao i praćenje gostovanja naših umetnika u domaćim medijima; 4)REGR factor score 4 for analysis 2 - F14: predstavljanje etnografskih sadržaja i motiva naše zemlje, kao vid promocije	53)srpskog identiteta u inostranstvu; .213* .033
4	4)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 3	1)REGR factor score 1 for analysis 1	F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 1)REGR factor score 1 for analysis 3 - F21: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, kao i na filmskim festivalima i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava;	
	.224* .004			
5	5)REGR factor score 4 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 3	4)REGR factor score 4 for analysis 1	F4: adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji;	
	1)REGR factor score 1 for analysis 3 - F21: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, kao i na filmskim festivalima i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava	18).248 .013		
6	6)REGR factor score 6 for analysis 1 - REGR factor score 4 for analysis 3	6)REGR factor score 6 for analysis 1	F6: prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike, učešće naših izdavača na međunarodnim sajmovima knjiga i organizacija književnih večeri u inostranstvu utiču na predstavljanje naše kulture i našeg kulturnog identiteta; 4)REGR factor score 4 for analysis 3 - F24: uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije i izvođenje pozorišnih predstava na izgrađivanje njenog imidža naspram uticaja izvođenja koncerata popularne muzike na izgradnju imidža Republike Srbije;	
	.25** .009			
7	7)REGR factor score 6 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 4	6)REGR factor score 6 for analysis 1	F6:prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike, učešće naših izdavača na međunarodnim sajmovima knjiga i organizacija književnih večeri u inostranstvu utiču na predstavljanje naše kulture i našeg kulturnog	

- identiteta; 1)REGR factor score 1 for analysis 4 - F31: uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala, uticaj pojedinih međunarodnih filmskih festivala i uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža; 11 .226* .024
- 8 8)REGR factor score 4 for analysis 1 - REGR factor score 2 for analysis 4
4)REGR factor score 4 for analysis 1 – F4:adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji;
2)REGR factor score 2 for analysis 4 - F32: uticaj pojedinih muzičkih, pozorišnih, filmskih i likovnih manifestacija međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža; .223* .026
- 9 9)REGR factor score 6 for analysis 1 - REGR factor score 3 for analysis 4
6)REGR factor score 6 for analysis 1 – F6: prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike, učešće naših izdavača na međunarodnim sajmovima knjiga i organizacija književnih večeri u inostranstvu utiču na predstavljanje naše kulture i našeg kulturnog identiteta;
3)REGR factor score 3 for analysis 4 - F33: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, filmskih festivala, likovnog stvaralaštva i muzičkih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; .285* .004
- 10 10)REGR factor score 5 for analysis 1 - REGR factor score 4 for analysis 4
5)REGR factor score 5 for analysis 1 - F5:izbor programa sa kojimaa naši umetnici gostuju u inostranstvu, uključujući i karakteristike zemlje prijema, nasuprot propraćenosti njihovog gostovanja u domaćim medijima;
4)REGR factor score 4 for analysis 4 - F34: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti muzičkog, filmskog i književnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; .223* .026
- 11 11)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 6 for analysis 4
1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 6)REGR factor score 6 for analysis 4 - F36: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; .275* .006
- 12 12)REGR factor score 4 for analysis 1 - REGR factor score 6 for analysis 4
4)REGR factor score 4 for analysis 1 – F4: adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji;
6)REGR factor score 6 for analysis 4 - F36: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; .2010 .040
- 13 13)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 5
1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 1)REGR factor score 1 for analysis 5 - F41: gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu; .5325 .000
- 14 14)REGR factor score 5 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 5
5)REGR factor score 5 for analysis 1 - F5: izbor programa sa kojimaa naši umetnici

gostuju u inostranstvu, uključujući i karakteristike zemlje prijema, nasuprot propraćenosti njihovog gostovanja u domaćim medijima;

1) REGR factor score 1 for analysis 5 - F41: gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu; .240* .016

15 15) REGR factor score 2 for analysis 1 - REGR factor score 2 for analysis 5

2) REGR factor score 2 for analysis 1 - F2: saradnja naših umetnika sa našim diplomatama i sa predstavnicima naše dijasfore u pripremi kulturnih događaja, kao i praćenje gostovanja naših umetnika u domaćim medijima;

2) REGR factor score 2 for analysis 5 - F42: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, pri čemu politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža; .241* .016

16 16) REGR factor score 5 for analysis 1 - REGR factor score 2 for analysis 5

5) REGR factor score 5 for analysis 1 - F5: izbor programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu, uključujući i karakteristike zemlje prijema, nasuprot propraćenosti njihovog gostovanja u domaćim medijima;

2) REGR factor score 2 for analysis 5 - F42: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, među kojima politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža; -.221* .027

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Nakon obavljene korelacione analize manifestnih i latentnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa svojim programima iz oblasti kulture, kao nezavisne, i promocije srskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, pomoću navedenih statističkih pokazatelja deskriptivne, faktorske i korelacione analize obaviće se testiranje posebnih i opšte hipoteza u ovom radu.

U ovom poglavlju biće testirane dve posebne hipoteze, a u prethodnoj celini već je testirano pet pojedinačnih hipoteza (dve pojedinačne hipoteze u prvoj posebnoj i tri pojedinačne hipoteze u drugoj posebnoj hipotezi). Ovaj postupak biće obavljen pomoću značajnih korelacija između nezavisnih i zavisnih manifestnih i latentnih varijabli čiji sadržaj odgovara sadržaju definisanih posebnih hipoteza.

Radi testiranja prve posebne hipoteze koja je definisana kao: H1: Što se pridaje veći značaj personalnom aspektu u kulturnoj diplomatiji, to su veće mogućnosti za promenu negativne slike Srbije u svetu, korišćeni su rezultati Pirsonove korelacije između pet parova manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli i dva para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli. Prvo će biti prikazani parovi koeficijenata manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli:

13)p322 p327: p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?; p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u

inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? (.403** .000);

15)p322 p329: p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu?; p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.439** .000);

16)p322 p330: p322. Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o Republici Srbiji u svetu? p330. Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu? (.347** .000);

17)p324 P25: p324. Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji Republike Srbije? P25. Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Republike Srbije sa Uneskovih liste svetske baštine? (.201* .045);

18)p325 p329: p325. Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturnog dijaloga i umrežavanje Republike Srbije sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou?; p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.309** .002);

U prilog testiranju prve posebne hipoteze biće prikazani koeficijenti korelacije dva para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli, i to:

1)REGR factor score 4 for analysis 1- REGR factor score 2 for analysis 2 .356** .000

4)REGR factor score 4 for analysis 1 – F4: adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji;

2)REGR factor score 2 for analysis 2 - F12: muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu;

2)REGR factor score 1 for analysis 1-REGR factor score 3 for analysis 2 .285** .004

1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 3)REGR factor score 3 for analysis 2 - F13: učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Ovi rezultati ukazuju na to da su četiri para korelacija manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli značajni na nivou poverenja manjem od 0,01 i jedan par značajan na nivou poverenja manjem od 0,05, dok su oba para korelacija latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli značajni na nivou poverenja manjem od 0,01, pa se može zaključiti da prva posebna hipoteza (H1) potvrđena.

Prilikom testiranja druge posebne hipoteze definisane kao:

H2: Što su jasnije strategije kulturne politike i kulturne diplomatije, to će se medijska slika Srbije u inostranstvu brže menjati i suprotno, korišćeni su rezultati korelacione analize za tri para manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli i četiri para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli. Prvo će biti prikazani koeficijenti korelacije za tri para manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli, i to:

7)p321 p327: p321. Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?; p327. Što je agilnija medijska promocija kulture Republike Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša? (.377** .000);

8)p321 p328: p321. Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?; P328. Imidž Republike Srbije u svetu poboljšava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti? (.303** .002);

9)p321 p329: p321. Radi bržeg poboljšanja medijske slike Republike Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?; p329. Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu? (.269** .007);

U daljem toku analize rezultata istraživanja biće prikazani rezultati Pirsonovog koeficijenta korelacije za četiri para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli, i to:

2)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 3 for analysis 2 .285** .004

1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 3)REGR factor score 3 for analysis 2 - F13: učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu;

4)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 3 .284** .004

1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturalni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 1)REGR factor score 1 for analysis 3 - F21: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, kao i na filmskim festivalima i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava; 19

11)REGR factor score 1 for analysis 1- REGR factor score 6 for analysis 4
.271**.006

1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturalni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 6)REGR factor score 6 for analysis 4 - F36: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu;

13)REGR factor score 1 for analysis 1 - REGR factor score 1 for analysis 5
.535**.000

1)REGR factor score 1 for analysis 1 – F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturalni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; 1)REGR factor score 1 for analysis 5 - F41: gostovanja naših umetnika u inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu;

Ovi rezultati pokazuju da su sva tri para manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli i četiri para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli značajni na nivou poverenja manjem od 0,01, pa se može zaključiti da je četvrta posebna hipoteza (H4) potvrđena.

Na kraju ovog dela analize, može se zaključiti da su potvrđene četiri posebne hipoteze, a u prethodnoj celini već je testirano pet pojedinačnih hipoteza (dve pojedinačne hipoteze u trećoj posebnoj i tri pojedinačne hipoteze u četvrtoj posebnoj hipotezi). Shodno tome, generalna (opšta) hipoteza istraživanja koja je glasila: „Što se pridaje veći značaj kulturnoj diplomatiji, to će i imidž Srbije u svetu biti bolji, i obratno”, može se, takođe, potvrditi na osnovu potvrđivanja svih pojedinačnih i posebnih hipoteza.

IV ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Predmet istraživanja doktorske disertacije odnosi se na kulturnu diplomatiju kao činioca promene imidža Republike Srbije u svetu. Raspad SFRJ i stvaranje novih samostalnih država, ratovi na prostoru bivše SFRJ, sankcije prema Republici Srbiji, agresija NATO na SR Jugoslaviju, priznanje Kosova i Metohije kao samostalne države od dela međunarodne zajednice, neki su od činilaca koji su uticali na imidž Republike Srbije u svetu. Ovakav sled događaja postavljao je zahtev za usvajanjem strategije na državnom nivou usmerenoj na poboljšanje slike o Republici Srbiji u inostranstvu, prvenstveno putem diplomatskih, a zatim i medijskih aktivnosti.

Cilj istraživanja kulturne diplomatije kao činioca promene imidža Republike Srbije je bio da se na osnovu postojećih teorijskih stavova i uopštavanja iskustvenih saznanja, primenom naučnih metoda, identifikuju relevantni parametri za definisanje kulturne diplomatije i njenog uticaja na promenu imidža Republike Srbije u svetu. Praktičan cilj istraživanja sastojao se u pribavljanju pouzdanih informacija za zaključivanje i davanje konkretnih predloga u izradi osnova strategije kulture Republike Srbije u domenu kulturne diplomatije. U okviru ovog problema, istraživani su kulturni sadržaji koji su dominirali u međunarodnoj kulturnoj saradnji Republike Srbije sa svetom, personalni aspekt kulturne diplomatije, uloga dijaspore i značaj kulturnog nasleđa u kulturnoj diplomatiji.

U ovom radu definisane su četiri posebne hipoteze: H1: Međunarodni kulturni odnosi Srbije sa svetom, zasnovani na autentičnoj interkulturnoj komunikaciji, doprinose unapređenju međunarodnih kulturnih veza i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu; H2: Srpske i inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Republike Srbije, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u našoj zemlji; H3: Što se pridaje veći značaj personalnom aspektu u kulturnoj diplomatiji, to su veće mogućnosti za promenu negativne slike Srbije u svetu i H4: Što su jasnije strategije kulturne politike i kulturne diplomatije, to će se medijska slika Srbije u inostranstvu brže menjati i suprotno. Generalna (opšta) hipoteza ovog istraživanja je glasila: Što se pridaje veći značaj kulturnoj diplomatiji, to će i imidž Srbije u svetu biti bolji, i obratno.

Na osnovu definisanog predmeta, cilja i hipoteza istraživanja, u ovom radu primenjene su sledeće naučnoistraživačke metode: metoda analize sadržaja i Survey metoda (deskriptivna i analitička). Kao tehnike istraživanja korišćene su intervjuisanje i anketiranje, a za prikupljanje podataka korišćeni su sledeći istraživački instrumenti: Arak za analizu sadržaja, Protokol intervjua za srpske diplomate, Protokol intervjua za strane diplomate u Srbiji i Upitnik za umetnike.

Prvi zadatak istraživanja je analiza sadržaja Izveštaja o međunarodnoj kulturnoj saradnji Srbije sa svetom u periodu od 2001. do 2015. godine sa stanovišta njihovih nosilaca, programa i država sa kojima je ostvarena saradnja. U ovom delu rada prva posebna hipoteza je definisana kao: H1: Međunarodni kulturni odnosi Srbije sa svetom, zasnovani na autentičnoj interkulturnoj komunikaciji, doprinose unapređenju međunarodnih kulturnih veza i poboljšanju imidža Republike Srbije u Evropi i svetu.

Nosioci međunarodne saradnje u oblasti kulture na nacionalnom nivou su Ministarstvo kulture i informisanja i Ministarstvo spoljnih poslova, preko diplomatsko-konzularnih predstavništava Republike Srbije i KIC u Parizu, međunarodnih manifestacija u zemlji i u inostranstvu, kao i putem potpisivanja međunarodnih bilateralnih i multilateralnih ugovora. Osim ustanova kulture, značajnu aktivnost u polju međunarodne kulturne saradnje sve više ispoljavaju pojedini regioni, gradovi, mreže i organizacije civilnog društva.

Predmet ovog dela istraživanja predstavljaju kulturne aktivnosti Srbije u inostranstvu u periodu od 2001. do 2015. godine. Osnovna metoda implementirana u ovom delu rada je analiza sadržaja koja je omogućila sistematsku, kvantitativnu i kvalitativnu klasifikaciju sadržaja međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture. Prilikom odabira istraživačkog uzorka kulturnih programa korišćen je Izveštaj ministarstva spoljnih poslova o saradnji Republike Srbije sa svetom u oblasti kulture u periodu od 2001. do 2015. godine (oko 2843 programa). Neki vaninstitucionalni programi, posebno programi samostalne umetničke inicijative, nisu, nažalost, evidentirani u ovom Izveštaju, te nije bilo moguće da se obrade i uključe u ovo istraživanje.

Analiza hronologije ostvarivanja kulturnih aktivnosti Republike Srbije po pojedinim kontinentima i državama je pokazala da je u razmatranom periodu Republika Srbija realizovala ukupno 2843 kulturne aktivnosti sa državama na šest kontinentata, pri čemu je najveći broj ovih aktivnosti realizovan sa Evropom (76,5%), a u znatno manjem obimu sa Azijom (7,4%) i Severnom Amerikom (7%). Ispod 5% ovih aktivnosti je realizovano sa Srednjom i Južnom Amerikom (4%), Afrikom (3,2%) i Australijom (1,8%).

Kada je reč o državama s kojima Republika Srbija sarađuje u oblasti kulture, međunarodna kulturna saradnja je ostvarena sa 74 države u svetu (Evropa - 34; Azija - 16; Afrika - 11; Severna Amerika - 2; Srednja i Južna Amerika - 10 i Australija - 2). Pri tome, najveći broj aktivnosti ostvaren je sa Francuskom – 198, zatim Hrvatskom – 159, Austrijom - 156, Italijom - 122, Rumunijom – 107, Grčkom 105 i Ruskom Federacijom – 101. Sa ovim zemljama je ostvarena saradnja u ukupnom obimu od 28%. Među zemljama sa kojima je ostvarena saradnja u opsegu od 50-100 aktivnosti, nalaze se sledeće države: Kanada – 99, SAD – 98, Slovačka – 98, SR Nemačka – 92, Poljska – 91, Bosna i Hercegovina – 88, Češka – 75, Bugarska – 69, Japan – 68, Crna Gora – 67, Makedonija – 55 i Portugal – 54 aktivnosti. Sa ovim državama ostvareno je 33,4% aktivnosti, što sa prethodnom grupom čini ukupno 61,4% realizovanih aktivnosti.

Osim broja ostvarenih aktivnosti, istraživački podaci pokazuju i trajanje ostvarivanja kulturnih aktivnosti sa pojedinim državama. Prema tim podacima, među 19 zemalja sa kojima je Republika Srbija ostvarivala saradnju u obimu preko 50% ostvarenih aktivnosti, najduža saradnja je ostvarivana sa Ruskom Federacijom – 15 godina, zatim sa Grčkom – 14, a nakon toga sledi veći broj zemalja sa ostvarenih 13 godina saradnje – Austrija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Makedonija, SR Nemačka, Slovačka, Hrvatska, Češka, Japan i Kanada. U grupi zemalja s kojima je ostvarivana saradnja u trajanju od 12 godina nalaze se: Francuska, Poljska i Rumunija. Sa SAD je ostvarivana saradnja u periodu od 11 godina, sa Portugalom - 10 godina i sa Crnom Gorom – 7 godina (od njenog osamostaljenja).

Kulturni centri se osnivaju i pri Ambasadama Republike Srbije ili u okviru udruženja dijaspore (osim Kulturnog centra u Parizu). Kada je reč kulturnim centrima u okviru Ambasada R. Srbije u Evropi, najširu aktivnost u oblasti međunarodne kulturne saradnje su ostvarili Ku⁴⁹ni centri pri Ambasadama Republike Srbije u Norveškoj i Danskoj. Međunarodna saradnja u oblasti kulture između Republike Srbije i Narodne Republike Kine, prema dokumentima i sporazumima, rezultirala je važnom činjenicom da je, novembra 2018. godine, u Peking, osnovan kulturni centar Republike Srbije „Ivo Andrić”, prvi kulturni centar koji je osnovala Republika Srbija.

Hronološki pregled zastupljenosti kulturnih aktivnosti Republike Srbije u inostranstvu, po godinama realizacije, pokazuje da je u razmatranom vremenskom periodu (2001. do 2015. godine), najveći broj kulturnih programa u inostranstvu ostvaren 2007. godine - 322 ili 11,3%; zatim sledi 2009. - 266 ili 9,4%; 2008. - 265 ili 9,3%; 2015. - 256 ili 9% i 2014. godina - 247 ili 8,7% programa. Prema rezultatima istraživanja, najmanji broj aktivnosti ostvaren je 2001. - 39 ili 1,4% i 2002. godine - 101 ili 3,6%. Iako je ukupan broj kulturnih aktivnosti rastao i dostigao svoj maksimum 2007. godine – 322 ili 11,3%, uočava se pad ovih aktivnosti u periodu od 2008., odnosno 2009. godine, pa sve do 2013. godine kada ukupan broj aktivnosti dostiže svoj drugi minimum - 104 ili 3,7%.

Prilikom istraživanja oblika kulturne saradnje Republike Srbije sa svetom u periodu od 2001. do 2015. godine, obavljena je tipologizacija kulturnih programa koja je „adaptirana prema oblicima difuzije kulture i projekata u kulturi” (Dragičević Šešić, Stojković, 2007: 189-220). Shodno tome, definisano je pet grupa osnovnih oblika kulturnih programa, a u okviru tih grupa određeni su osnovni tipovi i vrste kulturnih aktivnosti, i to: 1) izložbe; 2) scenski programi; 3) filmske manifestacije; 4) književne manifestacije i 5) prigodne manifestacije u inostranstvu.

Prigodne manifestacije u inostranstvu obuhvataju različit broj pojedinačnih kulturnih aktivnosti, pa se ukupan broj aktivnosti u oblasti kulture Republike Srbije u inostranstvu povećava u odnosu na svih pet tipova kulturnih delatnosti. Uzimajući u obzir ovu činjenicu, ukupan broj kulturnih aktivnosti Republike Srbije se povećao sa 2843 na 3078 kulturnih aktivnosti koje su razmatrane u daljem toku rada. Prema rezultatima istraživanja, najzastupljeniji oblici međunarodne saradnje Republike Srbije sa svetom u

oblasti kulture su: scenski programi (29,31%), zatim slede izložbe (23,26%); filmske manifestacije (21,83%) i književne manifestacije (17,80%), a najmanju zastupljenost imaju prigodne manifestacije (7,80%).

Obim izložbi (I), kao važnog oblika saradnje Republike Srbije sa stranim zemljama u oblasti kulture, predstavlja ukupan broj od 716 realizovanih izložbi (od 3078 kulturna programa). Zastupljenost izložbi, prema tipologiji, procentualno izgleda ovako: umetničke (73,32%), kulturološko-dokumentacione (13,13%), propagadno-animacione (5,73%) i festivali i takmičenja umetničkih izložbi (7,82%).

Kada je reč o umetničkim izložbama (1.1), najbrojnije su izložbe likovne i primenjene umetnosti (80,95%), pri čemu je učešće likovnih izložbi u ovom tipu programa najveće - 74,52%. Takođe, analizom likovnih izložbi, uočava se da samostalne, zajedničke i kolektivne likovne izložbe čine oko dve trećine ukupnih likovnih izložbi (65,1%). Retrospektivne izložbe obuhvataju 7,23% ukupnih izložbi likovnih umetnosti u inostranstvu. Manje od 5% likovnih izložbi čine izložbe akvarela (4,72%). Izložbe grafika obuhvataju 11,32% svih izložbi slikarstva. Izložbe primenjene umetnosti obuhvataju 24,82% izložbi likovnih i primenjenih umetnosti. Najveći procenat izložbi iz oblasti primenjene umetnosti imale su izložbe fotografija (51,43%), a zatim karikature (15,24%) i srpskih narodnih nošnji i narodne radinosti (9,52%).

Programske i tematske izložbe (1.2) čine 1,72% od ukupnog broja izložbi i obuhvataju dve vrste izložbi - izložbe međunarodnog karaktera (6) i izložbe srpske umetnosti (3), dok zajedničke izložbe (2) i razmene izložbi (2) čine svega 1,72% umetničkih izložbi.

Predstavljanje na svetskim izložbama savremene umetnosti obuhvata, između ostalog, i učešće naših umetnika na likovnim bijenalima u Veneciji (Italija). Izložbe naivnog slikarstva su zastupljene sa oko 10% od ukupnog broja umetničkih izložbi. Izložbe o kulturnoj baštini obuhvataju 5,52% ukupnih umetničkih izložbi i odnose se na: 1) izložbe kulturnog nasleđa Republike Srbije (2); 2) izložbe ikona i fresaka (17) i 3) izložbe srpskih manastira.

Kulturološko-dokumentarne izložbe (1.2.), zastupljene sa 13,13%, podrazumevaju četiri tipa izložbi, i to: muzeološko-studijske izložbe (5,32%); 2) socio-kulturne izložbe (6,38%), 3) kulturološko-istorijske izložbe (69,15%) i 4) monografske izložbe o značajnim ličnostima iz Srbije (19,15%).

Propagadno-animacione izložbe (1.3.) čine svega 5,73% u ukupnom uzorku realizovanih izložbi. Od toga, izložbe o kulturnom turizmu obuhvataju najveći procenat ovih izložbi (34,15%), zatim slede izložbe o arheološkom turizmu (26,83%), privredne izložbe i sajmovi (17,07%), izložbe o turističkim potencijalima Srbije (12,20%), a najmanje učešće imaju etno-izložbe (9,76%).

Festivali i takmičenja umetničkih izložbi (1.4.) obuhvataju 7,82% ukupnog broja umetničkih izložbi, i to su dve vrste manifestacija: festivali i nagrade za likovnu i primenjenu umetnost (19,64%) i takmičenja i nagrade za likovnu i primenjenu umetnost (80,36%), pri čemu takmičenja i nagrade za likovnu umetnost obuhvataju dve trećine ovih aktivnosti (66,66%).

Scenski programi (II), kao najznačajniji segment kulturnih aktivnosti Republike Srbije u svetu (obuhvata 29,31% svih aktivnosti), razmatran je preko tri tipa kulturnih programa, a to su: 1) predstave u inostranstvu, 2) koncerti u inostranstvu i 3) festivali i takmičenja scenskih programa u inostranstvu. Prema prikazanim rezultatima, najveći procenat scenskih programa pripada koncertima u inostranstvu (47,89%), zatim slede predstave u inostranstvu (22,95%), dok 29,16% ove vrste programa pripada festivalima i takmičenjima na kojima su urednovali naši umetnici.

Predstave u inostranstvu (2.1.) čine tri vrste manifestacija, a to su: 1) pozorišna predstava (73,91%), 2) muzička i plesna predstava (15,46%) i 3) folklorna predstava (10,63%).

Među pozorišnim predstavama (1.1.), preko 60% pripada gostovanjima pozorišta iz Republike Srbije u inostranstvu (62,09%). Drugo mesto, po obimu saradnje, zauzima premijerno izvođenje pozorišnih predstava (16,34%), a treće mesto – samostalno učešće glumaca, reditelja i profesora dramskih umetnosti (15,03%). Ispod 5% učešća ove vrste

programa pripada izvođenjima monodrama u inostranstvu (4,58%) i pozorišnom čitanju dramskog teksta (1,96%).

Muzičke i plesne predstave (1.2.) participiraju sa 15,46% u ukupnom uzorku predstava. Njih čine: operne predstave - sa blizu dve trećine učešća u ovom tipu kulturnih aktivnosti - 62,5% i baletske predstave i savremeni ples koje čine nešto više od jedne trećine ovih aktivnosti - 37,5%. Folklorne predstave (1.3.) čine 10,63% od ukupnog broja izvedenih predstava.

Koncerti u inostranstvu (2.2.) obuhvataju skoro polovinu razmatranih scenskih nastupa (47,89%). Ova vrsta kulturnih aktivnosti obuhvata: 1) koncerte klasične muzike (44,91%); 2) horske koncerte (16,44%); 3) koncerte kulturno-umetničkih društava (2,08%); 4) koncerte popularne muzike (6,71%); 5) koncerte etno-muzike (4,40%); 6) koncerte rane muzike (2,08%); 7) koncerte tradicionalne muzike (0,69%); 8) koncerte džez, rok, bluz i tehno-muzike (5,10%), kao i 9) učešće srpskih umetnika, horova, folklornih grupa i pozorišta iz dijaspora na manifestacijama u inostranstvu (17,59%).

U okviru koncerata kao oblika kulturnih delatnosti Republike Srbije u svetu, koncerti klasične muzike obuhvataju 44,91%, od čega solistički koncerti čine 47,42% ovih aktivnosti. Zajedničkim koncertima pripada 25,77%, a kolektivnim 4,64% od ukupnog broja koncerata klasične muzike. Koncerti orkestrata i ansambala klasične muzike čine 15,46%, dok preostala dva razmatrana oblika učestvuju sa manje od 4% aktivnosti (koncerti muzičkih škola iz Republike Srbije i učešće srpskih gostujućih kompozitora i dirigenta).

Jedna četvrtina koncerata pripada grupi zajedničkih koncerata klasične muzike (25,77%). Ove koncerte održali su prvaci Beogradske opere, brojni dueti, tria i grupe muzičara. Zajedničke koncerte muzičara su izvodila klavirska dua, dueti violonista i pijanista, dueti violončelista i pijanista, koncerti violinista i violončelista i koncerti dueta drugih instrumenata. Kolektivni koncerti čine tek 4,64% svih koncerata klasične muzike. Ove koncerte su održale različite grupe opernih umetnika, instrumentalista, KUD-ova, ansambala i orkestrata. Koncerti orkestrata i ansambala klasične muzike obuhvataju 15,46% koncerata klasične muzike i nalaze se na trećem mestu po zastupljenosti u okviru koncerata klasične muzike. Koncerti muzičkih škola iz Republike Srbije u inostranstvu učestvuju sa 3,62% koncerata klasične muzike. Koncerti gostujućih srpskih kompozitora i dirigenta u inostranstvu predstavljaju samo 3,09% koncertnih aktivnosti u inostranstvu. Horski koncerti obuhvataju 16,44% ukupnog broja koncerata u inostranstvu. Njih čine: koncerti akademskih horova (29,58%); koncerti kamernih horova (7,04%); koncerti mešovitih, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a (26,76%), koncerti crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike (35,21%) i zajednički koncerti ansambala i horova (1,41%). Koncerti kamernih horova čine 7,04% ukupnog uzorka horskih koncerata. Koncerti mešovitih, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a obuhvataju više od jedne četvrtine ukupnog uzorka nastupa horova (26,76%). Koncerti crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike obuhvataju 35,21% od ukupnog broja izvedenih koncerata, koncerti kulturno-umetničkih društava - 2,08% . koncerti popularne muzike - 6,25%, koncerti etno-muzike - 4,86%, a koncerti džez, rok, bluz i tehno-muzike - 5,10% koncertnih aktivnosti, pri čemu je, od toga, najviše održano koncerata džez-muzike (63,64%).

Kad je u pitanju učešće srpskih umetnika, horova, folklornih grupa i pozorišta iz dijaspora na manifestacijama u inostranstvu, ono podrazumeva 76 programa ili 17,59%. Izložbe, koncerti klasične muzike i književne manifestacije čine 46,05% aktivnosti, dok su druge vrste koncerata i festivali horova, folklornih grupa i pozorišnih predstava zastupljeni sa 53,95% učešća.

Festivali i takmičenja scenskih programa u inostranstvu (2.3.) obuhvataju 263 kulturne aktivnosti, odnosno 29,16% scenskih programa, od toga festivali scenskih programa u inostranstvu čak 88,59% aktivnosti, dok međunarodna takmičenja scenskih programa i nagrade čine 11,41% manifestacija.

Festivali scenskih programa u inostranstvu obuhvataju: 1) pozorišne festivale i nagrade (30,47%); 2) muzičke festivale i nagrade (10,30%); 3) baletske i plesne festivale i nagrade (1,29%); 4) festivale i nagrade horskih predstava (17,17%); 5) festivale orkestrata i ansambala klasične muzike (1,72%); 6) festivale srednjevekovne, barokne i renesansne muzike (1,29%); 7) festivale tradicionalne muzike (1,29%); 8) festivale nove muzike (0,43%);

9) festivale džez i rok muzike (3,43%); 10) festivale popularne muzike (3,86%); 11) festivale etno-muzike (5,58%) i 12) festivale i takmičenja kulturno-umetničkih društava (22,18%).

Pozorišni festivali i nagrade podrazumevaju učešće na pozorišnim festivalima (67,61%), nagrade na pozorišnim festivalima (18,31%) i izvođenje monodrama i nagrade za monodrame (14,08%). Na pozorišnim festivalima u inostranstvu učestvovalo je 38 pozorišta.

Muzički festivali i nagrade (3.1.2) obuhvataju 10,30% ukupnog broja svih festivala, a čine ih: učešće na muzičkim festivalima (58,33%); nagrade na muzičkim festivalima (29,17%) i učešće kompozitora na muzičkim festivalima (12,50%).

Baletske i plesne predstave na festivalima i nagrade čine 1,29% uzorka festivala. Festivali i nagrade horskih predstava obuhvataju 17,17% uzorka muzičkih festivala. U ovu kategoriju spadaju: festivali kamernih horova (15%); festivali akademskih horova (30%); festivali mešovitih, muških, ženskih, omladinskih, dečjih i horova KUD-a (20%); festivali crkvenih horova, duhovne i sakralne muzike (12,50%) i nagrade za horove na festivalima (22,50%).

Festivali orkestara i ansambala klasične muzike obuhvataju 1,72% ukupnog broja nastupa orkestara i ansambala iz Srbije na festivalima u inostranstvu. Festivali srednjevekovne, barokne i renesansne muzike podrazumevaju aktivnosti dva ansambala za ranu muziku (1,29%), festivali džez i rok muzike predstavljaju 3,43% festivalskih aktivnosti, festivali popularne muzike - 3,86% ukupnog broja festivala na kojima su učestvovali umetnici iz Srbije, a, kada je reč o festivalima etno-muzike, oni predstavljaju 5,58% ukupnih nastupa naših umetnika na svim festivalima.

Festivali kulturno-umetničkih društava čine 22,18% od ukupnog broja festivala na kojima su učestvovali umetnici iz Srbije. Učešće naših KUD-ova zabeleženo je na 46 inostranih festivala. Na ovim festivalima učestvovalo je 47 kulturno-umetničkih društava i folklornih ansambala.

Međunarodna takmičenja scenskih programa i nagrade (3.2.) predstavljaju 11,41% kulturnih aktivnosti u inostranstvu, koje čine: 1) međunarodna muzička takmičenja i nagrade (73,33%); 2) međunarodna takmičenja i nagrade za balet i ples (16,66%); 3) međunarodna takmičenja i nagrade za horove (3,33%) i 4) međunarodna takmičenja i nagrade za folklor (6,66%). Učešće naših umetnika u ovom segmentu razmatrano je kroz nastupe i takmičenja u navedenim oblastima umetničkog delovanja.

Zasebnu vrstu programa iz oblasti kulture s kojima se Republika Srbija predstavlja u inostranstvu čine filmske manifestacije (III) sa 21,83% od ukupnog uzorka svih kulturnih aktivnosti. Oko 40% ovih programa čine međunarodni filmski festivali (41,22%), zatim slede revije i projekcije filmova srpske produkcije (38,39%) i nagrade na filmskim festivalima (15,92%), dok su u najmanjem procentu zastupljeni regionalni filmski festivali - 4,46%. U periodu od 2001- 2015. godine, konstatovano je učešće Republike Srbije na 277 (41,22%) međunarodnih filmskih festivala (3.1.) u inostranstvu.

Najzastupljeniji oblik međunarodnih filmskih manifestacija jesu festivali dugometražnog filma koji obuhvataju više od polovine ukupnih aktivnosti ove vrste (55,60%), dok ostali festivali imaju učešće srpske filmske produkcije sa manje od 10 odsto - na drugom mestu su festivali dokumentarnih filmova (9,39%), na trećem mestu – festivali evropskog filma (9,03%), na četvrtom – festival frankofonskog filma (8,66%) i na petom – festivali kratkometražnog filma (4,33%). Ostale vrste međunarodnih filmskih festivala zastupljene su u znatno manjem procentu.

Kada je reč o regionalnim filmskim manifestacijama (3.2), najveću ukupnu zastupljenost u uzorku (30,02%) imaju filmski festivali na kojima su srpske sineaste sa svojim filmovima učestvovala samo jedanput (učešće na devet regionalnih filmskih manifestacija).

Revije i projekcije filmova srpske produkcije (3.3.) zabeležene su u obimu od 250 manifestacija, što čini 8,79% celokupnog uzorka kulturnih aktivnosti Republike Srbije u svetu. Filmske revije i projekcije filmova srpske produkcije sa njihovom učestalošću od 2-87 gostovanja naših umetnika, čine 92,8% ovih aktivnosti. Prema dobijenim rezultatima, preko jedne trećine svih predstavljanja čine dugometražni filmovi (34,8%), a zatim slede dokumentarni filmovi (15,2%) i festivali srpskog filma (13,6%). Ove tri vrste predstavljanja participiraju sa skoro dve trećine filmskih aktivnosti ovog tipa (63,6%).

Mnoga filmska ostvarenja iz Srbije prikazana su i nagrađena na više izdanja međunarodnih filmskih festivala. Nagrade na filmskim festivalima (3.4) čine 15,92% aktivnosti u ukupnom uzorku filmskih manifestacija, a dele se na nagrade filmskim stvaraocima za njihov višegodišnji rad (10,28%) i nagrade za određene filmske produkcije (89,72%).

Kad su u pitanju književne manifestacije u inostranstvu (IV), treba istaći da skoro jednu trećinu programa čine promocije knjiga (31,09%), na drugom mestu su književne (literarne) večeri (18,02%), na trećem – prevodi knjiga (13,86%), na četvrtom – međunarodni sajmovi knjiga (12,48%) i na petom mestu – izdavačka delatnost (6,34%). Književne večeri u inostranstvu su bile su posvećene delima naših velikih pisaca, savremenom književnosti, kapitalnim izdanjima posvećenim srpskoj istoriji, umetnosti, važnim jubilejima... Važno je istaći prevodilačke poduhvate i značajnija finansijska ulaganja u prevodilaštvo, kao i veće prisustvo srpske književnosti i izdavaštva na međunarodnim sajmovima knjiga. Našim književnicima i prevodiocima dodeljene su brojne nagrade u inostranstvu, uključujući priznanja i nagrade najviših inostranih državnika i institucija (7,85%).

Prigodne manifestacije u inostranstvu (V) odabrane su na osnovu njihovog značaja za jačanje kulturnog identiteta Republike Srbije i promene njenog imidža u svetu. Prema istraživačkim podacima, prigodnih manifestacija ima ukupno 240 i one čine 7,80% ukupnog uzorka kulturnih delatnosti Republike Srbije u svetu. Prvu grupu predstavljaju manifestacije srpske kulture u inostranstvu – 167 manifestacija ili 69,58%, a drugu prigodnih manifestacija - obeležavanja značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srba i Republike Srbije, koje obuhvataju 73 ili 30,42% ukupnih kulturnih aktivnosti. Dani kulture Srbije (5.1.1) kao specifičan vid kulturne saradnje, najčešće se vezuju za dijasporu. Održavaju se u državama sa drugih kontinenata, kao što su Kanada i Australija, a od evropskih zemalja u Švajcarskoj, Nemačkoj, Francuskoj i Ruskoj Federaciji, kao i u državama regiona - u Hrvatskoj, Crnoj Gori i Rumuniji (43,71% prigodnih manifestacija u inostranstvu). Obeležavanje značajnih godišnjica iz istorije i kulture Srba i R. Srbije predstavlja 73 manifestacije ili 30,42% prigodnih manifestacija u inostranstvu. Najviše je bilo manifestacija vezanih za obeležavanje godišnjica Velikog i II svetskog rata, srpskih ustanaka, Karađorđa, ali i jubileja Tesle, naših književnika i diplomatskih odnosa. Kada je reč o sadržaju predmetnih kulturnih programa, mogao se uočiti veliki broj programa posvećenih tradicionalnom kulturnom obrascu – u svim oblastima umetničke prakse. S druge strane, brojni su programi savremene i avangardne kulturne akcije, najčešće vezani za individualne umetničke projekte i gostovanja. Čini se da je neophodno zauzeti zajedničku platformu međunarodne kulturne saradnje, te onda vizantijsko, pravoslavno i srpsko tradicionalno identitetsko načelo predstaviti savremenim umetničkim jezikom (uz korišćenje modernog pristupa i novih tehnologija) i grupnim i individualnim nastupima. Da bi se definisali prioriteti međunarodne kulturne saradnje, potrebno je definisati i glavne odrednice kulturne politike, kao i okvire nacionalnog i kulturnog identiteta. Takođe, neophodna je timska, planska, dugoročna, intersektorska saradnja svih subjekata u oblasti međunarodne saradnje – Ministarstva spoljnih poslova, Ministarstva kulture, Ministarstva prosvete, SANU i Instituta za srpski jezik, institucija kulture, ekonomije i turizma, medija i Javnog medijskog servisa, da nosioci ovako važnog domena delovanja ne bi bili pojedinci i njihovi pojedinačni, a nekad i ad hoc projekti. Na osnovu prezentovanih rezultata istraživanja, zaključujemo da je prva posebna hipoteza definisana kao H1: Međunarodni kulturni odnosi Srbije sa svetom, zasnovani na autentičnoj interkulturnoj komunikaciji, doprinose unapređenju međunarodnih kulturnih veza i poboljšanju imidža Republike Srbije u Evropi i svetu; potvrđena.

Drugi zadatak istraživanja bio je prikupljanje i analiza stavova naših i inostranih ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije. Posebne i pojedinačne hipoteze u ovom delu rada definisane su kao: H2: Srpske i inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Republike, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u našoj zemlji (H21: Srpske diplomate sa različitim diplomatskim iskustvom ukazuju na mogućnost uticaja kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, u

zavisnosti od kadrovskog potencijala i osmišljene strategije ostvarivanja međunarodne kulturne saradnje; H22: Inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža države, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u vlastitoj zemlji).

Kao što je više puta pomenuto, stavovi srpskih ambasadora o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, prikupljeni su pomoću Protokola intervjua i to na prigodnom uzorku od 10 naših diplomata. Najviše njih su (80%) profesionalne, tj. karijerne diplomate koje imaju visoko ili najviše obrazovanje, široku kulturu, govore najmanje dva strana jezika i imaju značajno iskustvo u diplomatskoj praksi.

Naše diplomate konstatuju da je negativan imidž Srbije izazvan političkom unutrašnjom krizom, raspadom SFRJ i ratnim sukobima devedesetih godina prošlog veka, kao i da su kultura i umetnost najjači instrumenti u menjanju, tj. poboljšanju slike o Srbiji. Skoro da su jednoglasne u stavu da se imidž Srbije u svim zemljama sporo, ali sigurno, popravlja i smatraju da tako važna strateška tačka diplomatije Srbije ne može biti prepuštena inicijativama pojedinačnih DKP-a i njihovih diplomata. Skoro sve naše diplomate su inicirale ili realizovale neke programe iz oblasti kulture i umetnosti u zemlji prijema (od 2-52 projekta). Kada je reč o specifičnostima zemlje prijema, razume se da će prvenstveno diplomate na službi u predmetnoj zemlji, kao i diplomate iz MSP-a koje su ranije službovale i istoj zemlji, dodatno ukazati na njih, te i na imperativne zahtevne sadržaje programa koji se delegiraju. Bilo da su programi inicirani od strane MK, MSP, ili na druge načine, nema rešenja sistemskog karaktera u pogledu sadržaja i finansiranja umetničkih programa koji se prikazuju u inostranstvu i predstavljaju Srbiju na direktan ili posredan način. Prvenstveno treba rešiti hronični nedostatak finansijskih sredstava, tj. plansko određivanje budžeta i programskih sadržaja, i kreirati zajedničku platformu za koordinaciju u ovim delatnostima. Osim podrške MK i MSP, treba sarađivati sa organizacijama civilnog društva iz Srbije, kao i istaknutim predstavnicima naše dijasporu u zemljama prijema, te našom crkvom u rasejanju. Potrebna je šira akcija politike usmerene prema dijaspori, naročito akademskoj, umetničkoj, sportskoj i privrednoj, kao i udruženjima srpske dijasporu.

Na kulturne događaje se u svim našim diplomatskim predstavništvima pozivaju, osim predstavnika diplomatskog kora, predstavnici političke elite država prijema, kolege iz Ministarstva spoljnih poslova i Ministarstva kulture, predstavnici kulturnog establišmenta zemlje, poznate javne ličnosti, predstavnici medija, umetnici iz oblasti koja se promoviše i ugledni predstavnici naše dijasporu.

Kada je o jeziku reč, diplomate su saglasne da je uvek najbolje imati programe na jeziku zemlje prijema. Opet, pogotovo kad je reč o tzv. jezicima manjih zemalja, teško je obezbediti finansijska sredstva za prevođenje, pa je neophodno da programi budu na engleskom jeziku. Ali, važno je da se neguje, promoviše i čuje i naš jezik. Treba ostvariti saradnju i davati dugoročnu podršku lektoratima srpskog jezika - i na taj način se širi interesovanje i predstavlja naša kultura. Škole srpskog jezika su prvenstveno usmerene za decu naših iseljenika, ali su od neizmernog značaja za negovanje druge i treće generacije Srba, kao i za njihovo osećanje pripadnosti srpskom narodu i širenje srpske kulture među strancima.

Naši ambasadori smatraju da reciprocitet u kulturnoj saradnji nije presudan i da je, s obzirom na različitu veličinu i ekonomsku moć država, teško i nepotrebno insistirati na reciprocitetu, već je važno obezbediti kvalitet i vidljivost, tj. publicitet.

Što se tiče umetničkih sadržaja, ambasadori smatraju da treba insistirati na visokim umetničkim dostignućima iz Srbije koja se predstavljaju stranoj publici. Najprijemčiviji programski sadržaji su muzika i likovno stvaralaštvo zbog nepostojanja jezičke barijere (osim u zemljama regiona). Ali, treba ulagati u prevođenje, da bi se što više predstavljala dela srpske kulture iz oblasti književnosti, pozorišta, filma... Značajno je i da se valjano i kontinuirano predstavlja naša kulturna baština sa teritorije Srbije i sveta, i intenziviraju aktivnosti na zaštiti 572 registrovana srpska vojna memorijala iz I i II svetskog rata u 40 zemalja sveta, iniciraju partnerstva sa državnim i stranim institucijama, organizacijama i pojedincima, obeležavaju jubileji – kako srpskih i svetskih značajnih datuma i godišnjica, tako i diplomatskih odnosa sa različitim državama sveta. U promeni imidža Srbije u svetu,

važno je predstavljanje kulturnih potencijala Srbije. Kulturni turizam je (ambasador Nikšić ističe, kao podvrste, i memorijalni i religiozni turizam) jedan od imperativa kulturne diplomatije, za čije je akcije neophodno partnerstvo MSP i MK sa Ministarstvom privrede, turizma i telekomunikacija Republike Srbije – Sektorom za turizam i turističkim organizacijama iz Srbije. TOS i Privredna komora Srbije su institucije koje bi morale intenzivnije da sarađuju sa našim DKP.

U zemljama u kojima postoji zasićenost umetničkim događajima, teško je obezbediti medijsku vidljivost. Da Srbija ne bi bila prisutna u senzacionalističkom novinarstvu, umetnost, kultura i turistički potencijali su sadržaji čijim predstavljanjem posredno može da se polako, ali sistematskim naporima, menja slika Srbije. Takođe, to treba činiti i unapređivanjem sajtova ambasada i postavljanjem trajnih sadržaja iz oblasti kulture i umetnosti Srbije.

Kulturna diplomatija, po mišljenju srpskih diplomata, funkcioniše na sličan način u različitim državama sveta. Ono što razlikuje funkcionisanje srpske diplomatije u sferi kulture i umetnosti je hroničan nedostatak finansijskih sredstava, a kao posledica toga, neadekvatna planska politika, koordinacija i dugoročna saradnja sa domaćim i stranim subjektima kulture. Na potrebe partnerstava, sistemskih rešenja i većih finansijskih ulaganja ukazuju sve diplomate. Reči koje su najčešće naše diplomate najčešće koristile u svojim odgovorima su: slaba koordinacija, sistemski akcija, planiranje, intenziviranje saradnje, delegiranje, nedostatak sredstava, minimalne finansije, nepostojanje budžeta, malobrojna partnerstva, osmišljen nastup, međuministarska, međuresorska saradnja, neadekvatna kadrovska politika...

Kulturna diplomatija ne bi trebalo da se oslanja na individualne kvalitete pojedinaca, nego na strateška dokumenta i razrađene programe za svaku od zemalja. Sve diplomate Republike Srbije smatraju da je, za svrsishodnu kulturnu diplomatiju, imperativ donošenje dokumenta Strategije kulture Srbije, dok se pominje i Nacionalna strategija u domenu nastupa i predstavljanja Srbije u inostranstvu i formiranje Sektora za javnu diplomatiju u MSP. To su osnove za ozbiljan kulturni nastup u inostranstvu čiji je cilj dugoročno popravljjanje imidža Srbije.

Strane diplomate koje su učestvovala u ovom istraživanju, u svojim iskazima se najčešće slažu sa srpskim kolegama kada je reč o ulozi i značaju kulture i umetnosti u diplomatiji. U zaključnim razmatranjima ćemo izneti ono što nam se čini važno za implementaciju u domenu organizacije, funkcionisanja i unapređenja srpske kulturne diplomatije. Za razliku od Republike Srbije, strane države imaju na raspolaganju više kadrova, manje finansijskih problema, te tako i osmišljenu plansku budžetsku i programsku politiku u domenu kulturne diplomatije. Ističe se da je kulturna diplomatija u praksi naročito važna kada su politički odnosi dve ili više država veoma nepovoljni. Jedino u čemu su strane diplomate podeljene je stanovište o prioritetima srpske politike. Naime, jedni zastupaju stav da se treba prvo fokusirati na političku stabilnost i na ekonomski prosperitet, kako bi se obezbedili preduslovi za kulturnu diplomatiju, a drugi zastupaju suprotan stav, da se baš u situacijama kada su zatvorena politička vrata, treba osloniti na akcije kulturne diplomatije. Strane diplomate upućuju na ulogu novih tehnologija, društvenih mreža kao novih javnih prostora društva koji mogu da doprinesu poboljšanju slike Srbije u svetu, a ne zahtevaju veća finansijska ulaganja. Preporuka je: uvoditi prakse digitalne diplomatije. Iako se pominju sponzori kao potpora i finansijeri u kulturnoj diplomatiji, strani ambasadori ukazuju i na opasnost od prevelike vidljivosti sponzora, a manjeg isticanja nacionalnog brenda, tj. države Srbije. Ministarstva spoljnih poslova i ministarstva kulture, zajedno sa određenim organizacijama ili agencijama delegiraju programe u inostranstvu, a u saradnji sa ambasadam u zemlji prijema. Ističemo primer Hrvatske, koja programe delegira sistemski, iz matice: Postoji popis kulturnih programa koji nudi Ministarstvo vanjskih i evropskih poslova RH i uz čiju se pomoć može realizirati. Na konkretnom diplomatsko-konzularnom predstavništvu je da ocijeni koji bi program najbolje prošao u zemlji primateljici u kojoj djeluje, uvažavajući specifične interese publike u toj zemlji, odnosno skupine kojima bi neki program bio namijenjen. Kada postoji planska politika, onda strane zemlje mogu da jedne godine stave akcenat na savremeno umetničko stvaralaštvo, sledeće na filmsku umetnost, potom na književnost, na prevodilaštvo i drugo, što u srpskoj praksi još nije moguće. Takođe, strane diplomatije ukazuju na široko polje javne

diplomacije, na izlazak u različite oblasti – kreativne industrije, informacione tehnologije, gastronomiju (gastro-diplomatija), radno-intenzivne programe, edukativne i dečje, programe prekogranične saradnje, ljudskih prava, projekte integracije... Preporučuju da se treba više sistemski pozabaviti sportskom diplomatijom. Pomenut je i tržišni, komercijalni pristup kulturnim delatnostima u okviru funkcionisanja kulturne diplomatije. Zanimljiv je podatak da neke strane zemlje u Srbiji, formalno ili neformalno, angažuju naše istaknute umetnike koji imaju savetodavnu funkciju u oblasti saradnje, mobilnosti umetnika, prekogranične saradnje, koprodukcija...

Strane države nemaju brojne pripadnike svojih iseljenika u Srbiji. Ali, tesno sarađuju sa kompanijama koje rade u Srbiji, i, ma koliko finansijskih sredstava imali na raspolaganju, ostvaruju sa njima razne oblike saradnje, kada su u pitanju programi iz oblasti kulture. S druge strane, pripadnici srpske dijaspor su, često, strani državljani, i strane ambasade u Srbiji se trude da im, kad god mogu, izađu u susret na razne načine. Preporuka stranih diplomata je da srpske kolege u zemlji prijema treba da posećuju događaje koje organizuju naša udruženja, kao i da Srbija treba da delegira programe namenjene pripadnicima naše dijaspor. Takođe, važno je organizovati programe sa decom iz dijaspor – iako to nije kulturna diplomatija, jeste dugoročno ulaganje. Istaknuti predstavnici dijaspor su najbolji srpski ambasadori, kao i stranci koji su posetili Srbiju. Treba naći balans u predstavljanju tradicionalne i savremene srpske umetnosti. Festivali, najviše Egzit i Guča su doprineli i kulturnom turizmu, ali i tome da baš stranci mlađe starosne dobi posećuju Srbiju. Festivali Bitef, Bemus, džez-festivali, kao i otvaranje muzeja u Srbiji, predstavlja dugoročno ulaganje u kulturnu diplomatiju. S druge strane, treba definisati programe koji su namenjeni samo stranoj publici, a ne srpskoj dijaspori koja poznaje Srbiju i srpsku kulturu. MSP RS ne treba i ne može sve da uradi. Promena poreske politike i ulaganje u razvoj fondova za kulturu mnogo bi doneli kulturi i kulturnoj diplomatiji Srbije, a valjalo bi razmatrati i alternativne izvore finansiranja. Ne treba očekivati brze rezultate na ovom polju delovanja koje podrazumeva i značajne marketinške akcije i velike rizike. Srbiji predstoji brendiranje države, a strani ambasadori sugerišu i brendiranje Beograda. SRFJ je bila jedan od osnivača Pokreta nesvrstanih, nije pripadala ni Zapadu ni Istoku. I sada bi bilo uputno da ne preovladava usmerenost na Evropu i Ameriku, već da ostvaruje saradnju sa celim svetom.

Na osnovu prezentovanih rezultata istraživanja, zaključujemo da je druga posebna hipoteza definisana kao: H2: Srpske i inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža Srbije, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u našoj zemlji (H21: Srpske diplomate sa različitim diplomatskim iskustvom ukazuju na mogućnost uticaja kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije u svetu, u zavisnosti od kadrovskog potencijala i osmišljenje strategije ostvarivanja međunarodne kulturne saradnje; H22: Inostrane diplomate imaju različitu percepciju uticaja kulturne diplomatije na poboljšanje imidža države, u zavisnosti od sopstvenog diplomatskog iskustva u pojedinim državama, kao i u vlastitoj zemlji); potvrđena.

Treći zadatak istraživanja u ovom radu je predstavljao ispitivanje stavova naših istaknutih umetnika koji gostuju u inostranstvu o kulturnoj diplomatiji i načinima promene imidža Republike Srbije u svetu. U ovom delu rada hipotetički okvir istraživanja činile su dve posebne hipoteze, sa njima odgovarajućim pojedinačnim hipotezama istraživanja. H3: Što se pridaje veći značaj personalnom aspektu u kulturnoj diplomatiji, to su veće mogućnosti za promenu negativne slike Srbije u svetu (H31: Što se pridaje veći značaj kadrovskoj politici u kulturnoj diplomatiji, to će i međunarodna kulturna saradnja biti produktivnija i suprotno; H32: Što je veće učešće istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji, to su i interkulturni dijalog i umrežavanje na evropskom i globalnom nivou veći);

H4: Što su jasnije strategije kulturne politike i kulturne diplomatije, to će se medijska slika Srbije u inostranstvu brže menjati i suprotno (H41: Što se bolje prezentuje kulturno nasleđe Srbije, to će i slika o Srbiji biti pozitivnija i H42: Što je bolja medijska kampanja kulture Srbije u inostranstvu, to će i efekat poboljšanja imidža biti veći).

U ovom delu istraživanja, definisane su i operacionalizovane nezavisne i zavisne varijable sa odgovarajućim indikatorima. Nezavisna varijabla je definisana kao aktivnost

naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, a zavisna varijabla je određena kao promovisanje srpskog kulturnog identiteta i promena imidža Republike Srbije u svetu.

Nezavisna varijabla - aktivnost naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, ima osam vrsta indikatora, a to su: 1) definisanje okvira i sadržaja međunarodne kulturne saradnje putem kulturne politike i umrežavanje i partnerstvo u kulturnoj diplomatiji (dva indikatora); 2) izbor adekvatnog stručnog kadra u našim diplomatskim predstavništvima za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje (dva indikatora); 3) adekvatnost angažovanja naših istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji (dva indikatora); 4) izbor programa iz oblasti kulture za gostovanja naših umetnika u inostranstvu (četiri indikatora); 5) saradnja sa našim diplomatama, dijasporom i stranim umetnicima prilikom realizacije programa u inostranstvu (šest indikatora); 6) karakteristike dela koja su izvođena u inostranstvu (povod, vrste, jezik na kom su izvođena) i najveća prijemčivost pojedinih vrsta programa za publiku (četiri indikatora); 7) organizacija književnih večeri u inostranstvu, učešće na međunarodnim sajmovima knjiga i prevodi naših dela na svetske jezike i njihov uticaj na predstavljanje naše kulture u svetu (tri indikatora) i 8) medijska prezentacija gostovanja naših istaknutih umetnika u zemlji prijema i u domaćim medijima (dva indikatora). Uzevši u celini, grupu nezavisnih varijabli činilo je ukupno 25 indikatora.

Zavisna varijabla, definisana kao promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu operacionalizovana je putem sledeće četiri grupe indikatora: 1) uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu (pet indikatora); 2) doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu (14 indikatora); 3) doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (17 indikatora); 4) uticaja pojedinih kulturnih manifestacija međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji na njen imidž u svetu (28 indikatora) - muzičkih festivala u Srbiji (sedam indikatora); pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji (sedam indikatora); filmskih festivala u Srbiji (sedam indikatora); manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera (četiri indikatora); manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera (tri indikatora). Ovu grupu varijabli čini ukupno 64 indikatora.

Anketni upitnik za umetnike sastoji se od dva dela. Pomoću Upitnika za ispitivanje statusnih i personalnih obeležja ispitanika, obavljeno je prikupljanje sledećih podataka: pol, obrazovanje, vrsta kulturne delatnosti koju obavljaju, poznavanja stranih jezika, broj gostovanja u inostranstvu, frekvencija učešća na inostranim festivalima, način učešća na festivalima i države u kojima su umetnici gostovali.

Najznačajniji deo Anketnog upitnika predstavlja Skala za merenje stavova o kulturnoj diplomatiji i njenom uticaju na imidž Republike Srbije u svetu, koja se sastoji od 81 indikatora (pitanja, tvrdnji, ajtema) na petostepenoj skali Likertovog tipa. Ova skalu čine dve subskale: prva subskala za merenje indikatora nezavisne varijable korišćena je radi ispitivanja stavova o aktivnostima naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj saradnji iz oblasti kulture i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, koja se sastoji od 17 indikatora (pitanja, tvrdnji, ajtema), a druga subskala za merenje indikatora zavisne varijable korišćena je za ispitivanje stavova ispitanika o uticaju pojedinih vrsta delatnosti iz oblasti kulture u inostranstvu i delatnosti iz oblasti kulture međunarodnog karaktera koje se održavaju u našoj zemlji na imidž Republike Srbije u svetu, koja se sastoji od 64 indikatora (pitanja, tvrdnji, ajtema). Ova skala je konstruisana za potrebe ovog istraživanja, pa su izračunate osnovne metrijske karakteristike ovog instrumenta: valjanost i pouzdanost. Valjanost je ispitana pomoću faktorske analize, a njeni rezultati su prikazani u okviru poglavlja o rezultatima istraživanja. Pouzdanost skale (81 indikator) merena pomoću Kronbahovog alfa (Cronbach's Alpha) koeficijenta baziranog na standardizovanim ajtemima iznosi 0,946. Dobijeni koeficijent pouzdanosti se nalazi iznad granične vrednosti za visoku pouzdanost instrumenta.

Ispitivanje je obavljeno na prigodnom uzorku od 100 istaknutih umetnika različitog profila, što ga čini visoko selekcioniranim uzorkom. Osnovne pokazatelje strukture uzorka po kategorijama ispitanika čine: pol, fakultet (škola) koju su ispitanici završili, vrsta kulturne delatnosti koju obavljaju, poznavanja stranih jezika, broj gostovanja u inostranstvu, frekvencija učešća umetnika na inostranim festivalima, način učešća umetnika na festivalima i države u kojima su naši umetnici gostovali.

Struktura uzorka prema polu, ukazuje na to da je čini 63% ispitanika muškog pola i 37% ispitanika ženskog pola. Kad je u pitanju obrazovanje, podaci ukazuju na to da je 90% ispitanika uglavnom završilo fakultete srodne kulturnim delatnostima koje su predmet ovog istraživanja. Oko 10% ispitanika je završilo ostale državne i privatne fakultete u zemlji i inostranstvu, ali se aktivno angažuju u kulturnim delatnostima u inostranstvu. Najveći procenat ispitanika čine oni koji su završili Fakultet dramskih umetnosti (30%), zatim slede oni sa završenim Fakultetom primenjenih umetnosti (16%) i Fakultetom muzičke umetnosti (14%). Znatno manji procenat ispitanika ima završen Fakultet likovnih umetnosti (7%) i Filološki fakultet (5%). Ukupan procenat ispitanika sa završenom baletskom školom iznosi 2%, a fakultet i baletsku školu završilo je još 3% ispitanika.

Uvidom u rezultate uzorka ispitanika u odnosu na vrstu kulturne delatnosti koju obavljaju, može se uočiti različitost profila (17 osnovnih profila), s jedne (82%), kao i spoj dva i više profila u jednom ispitaniku, s druge strane (18%). Među ovih 82% ispitanika s osnovnim profilom, najveći procenat je onih sa muzičkom delatnošću (20%), a zatim slede oni sa likovnom (18%) i pozorišnom delatnošću (17%). Književna delatnost je zastupljena kod 11%, a filmska delatnost kod 10% ispitanika. Baletska delatnost je zastupljena kod, svega, 1 % ispitanika.

Kada je reč o poznavanju stranih jezika ispitanika, rezultati istraživanja ukazuju na širok spektar poznavanja stranih jezika, pri čemu oko 50% ispitanika poznaje dva ili više stranih jezika, što čini dobru pretpostavku za ostvarivanje veza iz oblasti kulture sa većim brojem zemalja. Da dobro poznaju engleski jezik izjasnilo se čak 45 % ispitanika, ruski - 3%, nemački - 2% i španski 1%. Poznavanje francuskog jezika se vezuje za poznavanje drugih jezika, što ukupno čini 18% ispitanika koji govore francuski jezik.

Radi ostvarivanja međunarodnih veza iz oblasti kulture neophodna su česta putovanja umetnika u inostranstvo. Ukupan broj gostovanja naših umetnika u inostranstvu ukazuju na to da je najveći procenat ispitanika putovao u inostranstvo do 10 puta (28%), zatim slede oni koji su putovali između 30 i 50 puta (24%) i oni čiji broj putovanja iznosi između 10 i 20 puta (23%). Prema dobijenim podacima, preko 10 puta u inostranstvo je putovalo 72% ispitanika, što čini značajan pokazatelj ostvarivanja kulturne diplomatije.

Ovom podatku, svakako, treba dodati činjenicu da je oko 80% ispitanika više puta učestvovalo na inostranim festivalima iz oblasti kulture, dok 14% ispitanika uopšte nije učestvovalo na međunarodnim festivalima. Što se tiče načina učešća naših umetnika na festivalima, svoje putovanje u inostranstvo naši umetnici su u podjednakom procentu ostvarivali individualno (42%) ili kao članovi određene grupe (40%), dok je 18% njih putovalo u inostranstvo na oba načina.

Srpski umetnici su odlazili u inostranstvo na poziv različitih subjekata. Skoro 50% poziva je dolazilo iz inostranstva, a svega 6% od udruženja iz dijaspor. U kombinaciji ova dva poziva u inostranstvo je otišlo još 8% ispitanika, a u nekom drugačijem aranžmanu - 20% ispitanika. Na poziv iz inostranstva i na poziv Ministarstva kulture Republike Srbije u inostranstvo je otišlo 3% ispitanika, kao i prilikom poziva iz inostranstva u kombinaciji sa drugačijim aranžmanom. Isti procenat ispitanika je otišao u inostranstvo i u kombinaciji poziva iz inostranstva, nekog udruženja iz dijaspor i u nekom drugačijem aranžmanu. Na pomenute načine u inostranstvo je odlazilo 92% ispitanika.

Kada je reč o državama u kojima su ispitanici gostovali, rezultati istraživanja pokazuju da si ispitanici posetili 61 državu (sve kontinente). Najviše gostovanja je održano u SR Nemačkoj (52), Francuskoj (50) i Italiji (50), a zatim u SAD (43), Ruskoj Federaciji (42), Austriji (35) i Velikoj Britaniji (32). Nakon toga, slede države u kojima su ispitanici gostovali od 21 do 24 puta - Rumunija, Švajcarska, Slovenija i Hrvatska. U grupi zemalja u kojima su ispitanici boravili od 10 do 20 puta nalaze se: Grčka, Norveška, Češka, Makedonija, Švedska, Turska, Crna Gora, Bugarska, Bosna i Hercegovina i Mađarska. Od

jedan do 10 puta naši umetnici su posetili 40 zemalja, pri čemu su 14 puta posetili jednu zemlju.

Statistička obrada podataka obavljena je pomoću metoda multivarijacione analize i uz korišćenje statističkog paketa programa SPSS. Shodno ispitivanim varijablama i njihovim relacijama, obradom podataka utvrđeni su osnovni statistički pokazatelji (frekvencija i procenti), a radi potvrđivanja pojedinačnih, posebnih i opšte hipoteze u obradi podataka primenjene su faktorska i korelaciona analiza.

Prvi deo analize rezultata istraživanja obuhvata deskriptivnu i faktorsku analizu manifestnih i latentnih varijabli kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, kao nezavisne varijable. Deskriptivna analiza procena naših istaknutih umetnika o kvalitetu aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i njihovih gostovanja sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu obavljena je na uzorku od 25 manifestnih varijabli (pitanja, tvrdnji, indikatora). Faktorska analiza procena naših istaknutih umetnika o kvalitetu aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i njihovih gostovanja sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu urađena je na uzorku od 17 manifestnih varijabli (pitanja, tvrdnji, indikatora).

Prva deskriptivna analiza obuhvata prvih šest pitanja kojima je utvrđen značaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije Republike Srbije sa stanovišta njihovog uticaja na njen imidž u svetu. Kada je reč o izboru programa iz oblasti kulture sa kojima su naši umetnici gostovali u inostranstvu, analizom je obuhvaćeno pet pitanja. Narednih šest pitanja se odnosilo na susrete i saradnju sa našim diplomatama, našom dijasporom i stranim saradnicima prilikom realizacije programa iz kulture u inostranstvu. Sledeća četiri pitanja su se ticala potencijalne saradnje naših umetnika sa našom dijasporom ili stranim umetnicima u pripremi kulturnih događaja, kao i praćenosti gostovanja naših umetnika u medijima zemlje prijema i u domaćim medijima. U analizi organizacije književnih večeri u inostranstvu, učešća na međunarodnim sajmovima knjiga i prevoda dela srpskih književnika na svetske jezike koji promovišu srpsko književno stvaralaštvo i doprinose boljem predstavljanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta, obuhvaćena su tri pitanja.

Prva faktorska analiza procena naših istaknutih umetnika o kvalitetu aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i njihovih gostovanja sa programima iz oblasti kulture u inostranstvu, primenjena je na uzorku od 17 manifestnih varijabli (pitanja, tvrdnji, indikatora). Radi izdvajanja (ekstrakcije) komponenti (faktora) primenjena je metoda glavnih komponenti. Za određivanje broja zajedničkih komponenti (faktora) korišćen je Gutman-Kajzerov kriterijum jediničnog korena prema kome se u daljem postupku faktorske analize zadržava onoliko zajedničkih komponenti (faktora) koji su veći od jedinice. U skladu sa odabranim kriterijumom, u daljem postupku faktorske analize zadržano je šest komponenti (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ovih šest komponenti (faktora) iznosi 61,67%.

Na osnovu rezultata rotirane matrice faktora, definisane su sledeće komponente (faktori) manifestnih varijabli kvaliteta aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i naših istaknutih umetnika u inostranstvu (kao nezavisne varijable): F1: izbor odgovarajućeg kadra za kulturnu diplomatiju, uz veće angažovanje umetnika u kulturnoj diplomatiji i definisanje strategije kulturne politike kojom se određuju okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje, kao i interkulturni dijalog i umrežavanje sa institucijama kulture na evropskom i globalnom nivou; F2: saradnja naših umetnika sa našim diplomatama i sa predstavnicima naše dijaspore u pripremi kulturnih događaja, kao i praćenje gostovanja naših umetnika u domaćim medijima; F3: praćenje gostovanja naših umetnika u medijima zemalja u kojima gostuju i saradnja sa stranim umetnicima u pripremi kulturnih događaja, naspram saradnje naših umetnika sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja; F4: adekvatnost popune naših diplomatskih predstavništava stručnim kadrom koji se bavi kulturnom diplomatijom i adekvatno angažovanje naših istaknutih umetnika i književnih stvaralaca u kulturnoj diplomatiji; F5: izbor programa sa kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu, uključujući i karakteristike zemlje prijema, nasuprot praćenosti njihovog gostovanja u domaćim medijima; F6: prevodi dela srpskih književnika na svetske jezike, učešće naših izdavača na

međunarodnim sajmovima knjiga i organizacija književnih večeri u inostranstvu utiču na bolje upoznavanje naše kulture i našeg kulturnog identiteta.

Drugi deo analize rezultata istraživanja obuhvata deskriptivnu i faktorsku analizu manifestnih i latentnih varijabli doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable. U prvoj fazi ovog dela analize obavljena je deskriptivna analiza procena naših istaknutih umetnika o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu na uzorku od 64 manifestne varijable (pitanja, tvrdnji, indikatora). Druga faza ovog dela analize sadrži faktorsku analizu procena naših istaknutih umetnika o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu na uzorku od 64 manifestne varijable (pitanja, tvrdnji, indikatora).

Druga deskriptivna analiza procene manifestnih varijabli o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu obuhvata prikaz procena, odnosno odgovora ispitanika za 64 varijable (pitanja, tvrdnji, indikatora) na petostepenoj skali Likertovog tipa. Rezultati istraživanja su prikazani pomoću osnovnih statističkih parametara: frekvencije i procenata.

Zavisna varijabla definisana kao promovisanje srpskog identiteta i jačanje imidža Republike Srbije u svetu operacionalizovana je putem četiri grupe indikatora: 1) uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu (pet indikatora); 2) doprinos pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu (14 indikatora); 3) doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (17 indikatora); 4) uticaj pojedinih kulturnih manifestacija međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji na njen imidž u svetu (28 indikatora).

Kada je reč o uticaju pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu, prva četiri pitanja se odnose na tvrdnje kojima je utvrđen značaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije Republike Srbije sa stanovišta njihovog uticaja na promociju kulture Republike Srbije i na njen imidž u svetu, a peto pitanje na procenu imidža Republike Srbije u zemljama u kojima su naši umetnici gostovali. Zatim su usledili rezultati procene ispitanika o doprinosu pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i procena doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu. Nastavak ove analize obuhvatao je rezultate procene doprinosa pojedinih manifestacija koje se održavaju u našoj zemlji na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu (muzičkih festivala u Srbiji; pozorišnih festivala u Srbiji; filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u našoj zemlji i manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu).

Od posebnog značaja za međunarodnu kulturnu saradnju je promocija naše kulturne baštine kao temelja srpskog identiteta, pa su analizirani odgovori na pitanje: Kakav je, po Vašem mišljenju, uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža? Zatim su analizirani odgovori na pitanje: Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskove liste svetske baštine? Na kraju ovog dela analize, razmotren je uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na imidž Republike Srbije u svetu.

Druga faktorska struktura obuhvata 64 manifestne varijable procena doprinosa pojedinih programa iz kulture i uticaju pojedinih činilaca kulturne diplomatije promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu i poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu (kao zavisne varijable) sa stanovišta procene istaknutih umetnika koji su boravili u inostranstvu sa svojim programima iz oblasti kulture. Ova analiza je urađena zasebno za četiri grupe varijabli, i to: 1) vrednovanje doprinosa pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu; 2) vrednovanje doprinosa pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu; 3) vrednovanje uticaja pojedinih kulturnih manifestacija koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu (muzički festivali, pozorišni i plesni festivali, filmski festivali, manifestacije likovnog

stvaralaštva, manifestacije iz oblasti književnosti i prevodilaštva) i 4) vrednovanje uticaja pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu.

Faktorska analiza 14 manifestnih varijabli iz prve grupe zavisnih varijabli doprinosi pojedinih vrsta programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranstvu je pokazala da se prema odabranom kriterijumu mogu izdvojiti četiri komponente (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ove četiri komponente (faktora) iznosi 69,57%. Na osnovu rezultata rotirane matrice komponentata (faktora), ove četiri komponente (faktori) mogu se definisati na sledeći način: F1: promocija kulturne baštine, izložbe o kulturnom turizmu, prevodi dela srpskih pisaca na strane jezike i muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu; F2: muzičke, plesne i dramske predstave, manifestacije likovnog stvaralaštva i učešće na međunarodnim sajmovima knjiga, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu; F3: učešće naših umetnika na koncertima klasične i horske muzike i na filmskim festivalima, radi promocije srpskog identiteta u inostranstvu i F4: predstavljanje etnografskih sadržaja i motiva naše zemlje, kao vid promocije srpskog identiteta u inostranstvu.

Faktorska analiza 17 manifestnih varijabli iz druge grupe zavisnih varijabli doprinosi pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu, pokazala je da se ovim postupkom mogu izdvojiti četiri komponente (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ove četiri komponente (faktora) iznosi 66,79%. Na osnovu rezultata dobijenih u rotiranoj matrici komponentata, četiri latentne komponente (faktora) mogu se definisati na sledeći način: F1: učešće na književnim i likovnim manifestacijama, kao i na filmskim festivalima i izvođenje muzičkih, plesnih i dramskih predstava; F2: negovanje nacionalnog identiteta, promocija kulturne baštine i izložbe o kulturnom turizmu, muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe naspram medijske prezentacije kulturnih znamenitosti Srbije sa Uneskove liste svetske baštine; F3: izvođenje horskih koncerata i koncerata etno muzike radi promocije srpskog identiteta, uz izvođenje koncerata klasične muzike usmerenih poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i F4: uticaj izložbi o kulturnoj baštini Republike Srbije i izvođenje pozorišnih predstava na izgrađivanje njenog imidža naspram uticaja izvođenja koncerata popularne muzike na izgradnju imidža Republike Srbije.

Faktorska analiza 28 manifestnih varijabli iz treće grupe zavisnih varijabli odnosila se na doprinos pojedinih muzičkih festivala, pozorišnih i plesnih festivala, filmskih festivala, manifestacija likovnog stvaralaštva, manifestacija iz oblasti književnosti i stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu. Postupkom faktorske analize izdvojeno je sedam komponenti (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ovih sedam komponenti (faktora) iznosi 72,03%. Ovih sedam komponenti (faktora) mogu se definisati kao: F1: uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala, uticaj pojedinih međunarodnih filmskih festivala i uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža; F2: uticaj pojedinih muzičkih, pozorišnih, filmskih i likovnih manifestacija međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža; F3: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti književnosti i prevodilaštva, filmskih festivala, likovnog stvaralaštva i muzičkih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F4: uticaj pojedinih manifestacija iz oblasti muzičkog, filmskog i književnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F5: uticaj pojedinačnih manifestacija iz oblasti filmskih, plesnih i muzičkih i pozorišnih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu; F6: uticaj najznačajnijih muzičkih, pozorišnih i filmskih festivala međunarodnog karaktera koji se održavaju u Republici Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu i F7: uticaj pojedinačnih muzičkih i književnih manifestacija međunarodnog karaktera na poboljšanje imidža Republike Srbije u svetu

Faktorska analiza pet manifestnih varijabli iz četvrte grupe zavisnih varijabli odnosila se na uticaj pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu. Postupkom faktorske analize izdvojene su dve komponente (faktora). Ukupna varijansa koja se može objasniti pomoću ove dve komponente (faktora) iznosi 61,66%. Ove dve latentne dimenzije (faktori) su definisane kao: F1: gostovanje naših umetnika u

inostranstvu i kulturne manifestacije međunarodnog značaja koje se održavaju u Republici Srbiji, uz agilniju medijsku promociju ovih aktivnosti, značajno doprinose poboljšanju imidža Republike Srbije u svetu i F2: imidž Republike Srbije u svetu zavisi od raznorodnih unutrašnjih i spoljnih činilaca, među kojima politička stabilnost države predstavlja značajnu osnovu njenog imidža.

Uzevši u celini, nakon obavljene faktorske analize za četiri grupe zavisnih varijabli, može se zaključiti da je na uzorku od 64 manifestne varijable utvrđeno 17 latentnih dimenzija (faktora).

Analiza povezanosti između aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa svojim programima iz oblasti kulture, kao nezavisne, i promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, obavljena je putem korelacione analize, uz korišćenje Pirsonovog koeficijenta korelacije. Ova analiza je obavljena kako na manifestnom, tako i na latentnom (faktorskom) nivou. Shodno tome, prvo je analizirana povezanost između manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli, a zatim je analizirana povezanost između latentnih varijabli (faktora) nezavisnih i zavisnih varijabli. Pomoću korelacione analize testirane su pojedinačne, posebne i opšta hipoteza.

Radi potvrđivanja pojedinačnih hipoteza korišćene su značajne korelacije između nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli koje svojim sadržajem odgovaraju postavljenim hipotezama.

Kod testiranja prve pojedinačne hipoteze definisane kao: H31: Što se pridaje veći značaj kadrovskoj politici u kulturnoj diplomatiji, to će i međunarodna kulturna saradnja biti produktivnija i suprotno, korišćena je korelacija između tri para nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli koji su značajni na nivou poverenja manjem od 0,01. Na osnovu dobijenih rezultata zaključeno je da je prva pojedinačna hipoteza (H31) potvrđena.

Prilikom testiranja druge pojedinačne hipoteze, definisane kao: H32: Što je veće učešće istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji, to su i interkulturni dijalog i umrežavanje na evropskom i globalnom nivou veći, korišćena je, takođe, korelacija između tri para manifestnih varijabli koji su značajni, takođe, na nivou poverenja manjem od 0,01. Na osnovu prikazanih koeficijenata korelacije, zaključeno je da je druga pojedinačna hipoteza (H32) potvrđena.

Treća pojedinačna hipoteza, definisana kao: H41: Što se bolje prezentuje kulturno nasleđe Republike Srbije, to će i slika o Republici Srbiji biti pozitivnija, testirana je pomoću dva para nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli koji su značajni na nivou poverenja manjem od 0,05. Koeficijenti korelacije za ova dva para nezavisnih i zavisnih manifestnih varijabli, uputili su na zaključak da je treća pojedinačna hipoteza (H41) potvrđena.

Četvrta pojedinačna hipoteza, definisana kao: H42: Što je bolja medijska kampanja kulture Republike Srbije u inostranstvu, to će i efekat poboljšanja imidža biti veći, testirana je pomoću jednog para Pirsonovog koeficijenta nezavisne i zavisne manifestne varijable koji su značajni na nivou poverenja manjem od 0,05. Ovaj koeficijent korelacije ukazao je na to da je peta pojedinačna hipoteza (H42) potvrđena.

Prilikom utvrđivanja povezanosti između latentnih varijabli (faktora) aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa programima iz oblasti kulture, kao nezavisne varijable i latentnih varijabli promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, utvrđeno je 16 značajnih korelacija.

Nakon obavljene korelacione analize latentnih varijabli aktivnosti naših diplomatskih predstavništava u međunarodnoj kulturnoj saradnji i gostovanja naših istaknutih umetnika u inostranstvu sa svojim programima iz oblasti kulture, kao nezavisne, i promocije srpskog kulturnog identiteta i poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu, kao zavisne varijable, testirane su dve posebne hipoteze. Ovaj postupak je obavljen pomoću značajnih korelacija između nezavisnih i zavisnih manifestnih i latentnih varijabli.

Radi testiranja treće posebne hipoteze koja je definisana kao: H3: Što se pridaje veći značaj personalnom aspektu u kulturnoj diplomatiji, to su veće mogućnosti za promenu negativne slike Srbije u svetu, korišćeni su rezultati Pirsonove korelacije između pet parova manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli i dva para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli. Ovi rezultati ukazuju na to da su četiri para korelacija manifestnih

nezavisnih i zavisnih varijabli značajni na nivou poverenja manjem od 0,01 i jedan par značajan na nivou poverenja manjem od 0,05, dok su oba para korelacija latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli značajni na nivou poverenja manjem od 0,01, pa se može zaključiti da je prva posebna hipoteza (H31) potvrđena.

Prilikom testiranja četvrte posebne hipoteze definisane kao: H4: Što su jasnije strategije kulturne politike i kulturne diplomatije, to će se medijska slika Srbije u inostranstvu brže menjati i suprotno, korišćeni su rezultati korelacione analize za tri para manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli i četiri para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli. Ovi rezultati su pokazali da su sva tri para manifestnih nezavisnih i zavisnih varijabli i četiri para latentnih nezavisnih i zavisnih varijabli značajni na nivou poverenja manjem od 0,01, pa se može zaključiti da je četvrta posebna hipoteza (H4) potvrđena.

Na kraju analize, može se zaključiti da su potvrđene sve četiri posebne hipoteze. Shodno tome, generalna (opšta) hipoteza istraživanja koja je glasila: „Što se pridaje veći značaj kulturnoj diplomatiji, to će i imidž Srbije u svetu biti bolji, i obratno“, može se, takođe, potvrditi na osnovu potvrđivanja svih pojedinačnih i posebnih hipoteza.

Pedesetih godina HH veka, u SFRJ je postojala svest o važnosti dugoročne kulturne politike, svest o značaju uloge kulture za imidž zemlje i imperativu kulturne diplomatije – predstavljanja kulture u međunarodnim okvirima. Tih godina su nastali Bitef, Fest, Bemus... Program Bitefa je bio „konceptualno sličan jugoslovenskoj spoljnoj politici ‘na malom nivou’, kao diplomatski okvir projektovan na planu kulture“, primetiće K. Radulović (Radulović, 2017: 150). Mira Trailović je bila istinski kulturni ambasador Jugoslavije. Danas se postavlja mnogo pitanja – prioriteta, strategije kulturne politike u domenu kulturne diplomatije; ključni akteri i partneri; vrsta aktivnosti kojima se borimo protiv negativnog imidža Srbije u svetu; mapiranje zemalja u kojima prvo treba raditi na popravljanju imidža; naše prednosti, ali i manjkavosti u međunarodnoj kulturnoj politici; definisanje opštih ciljeva i interesa kulturne diplomatije; ciljna publika; instrumenti rešavanja organizacione, planske, finansijske, programske i kadrovske politike u ovoj sferi; neupućenost u strane fondove i alternativne izvore finansiranja; mediji i vidljivost u inostranstvu; prisutnost u umetničkim mrežama; strategije partnerstva i internacionalizacije, intersektorska i interresorna saradnja...

Prezentacija kulturnog identiteta i promena imidža jedne države u datom socijalnom i političkom trenutku mora da ima polivalentne pravce dejstvovanja. Bez timski osmišljenih dugoročnih strategija kulturne politike, nema ni valjane kulture, već samo stihijski i ad hoc realizovanih projekata. Nije rešenje u pravljenju medijske halabuke u kojoj dominira površnost. Optimalnije korišćenje mogućnosti novih medija mora da bude imperativ u pristupu predstavljanja kulturnog identiteta i promeni imidža Srbije. Medijsko predstavljanje kulturnog identiteta Srbije, da bi bilo adekvatno i zapaženo, podrazumeva mnogo ‘koraka unazad’, stvaranje platforme prezentacije Republike Srbije, kao i formiranje platforme kulturne politike u domenu kulturne diplomatije. Menadžment i politika ljudskih resursa od neprocenjivog su značaja u međunarodnim odnosima, politici, diplomatiji, kulturi i umetnosti.

U uslovima nepovoljnih finansijskih mogućnosti, međusektorska saradnja, kao i razvoj i unapređenje sistema komunikacija, predstavljaju ključ rešavanja i smanjenja troškova realizacije projekata. Loša ili nepostojeća međusektorska saradnja, uslovljava necelovitost i neorganizovanost aktivnosti. Upravo iz ovih razloga, u ovom radu smo naglašavali značaj strategije partnerstva, međusektorske, međuvladine, međuministarske saradnje i umrežavanje institucija kulture i spoljne politike i čitavog kulturnog sektora. Takođe, treba podstaći ulaganja u kulturu politikom poreskih stimulacija.

Prilikom razmatranja kulturne diplomatije kao činioca promene imidža Srbije, došli smo do nekoliko konkretnih preporuka, navodeći ih bez pretenzije na hijerarhijski poredak i iscrpnost:

- Država, preko svojih institucija, mora organizaciono, finansijski i strateški pomoći razvoju kulturne diplomatije. Kreiranje kulturnog identiteta i formulisanje osobenih i inovativnih strategija njegove reprezentacije u savremenim globalnim uslovima za svaku zemlju, a posebno zemlje poput naše, koja se nalazi pred mnogim izazovima, predstavlja izuzetno važan zadatak, to je potreba Srbije u međunarodnoj javnosti.

- Kada je reč o kulturnoj politici u domenu međunarodne saradnje treba predstavljati umetnička dela i programe najvišeg kvaliteta, ulagati u visoku umetnost, u kapitalna dela i projekte, u prevođenje dela i programa, a istovremeno podržavati i mobilne forme koje poseduju istinski umetnički kvalitet. Potrebno je formulisati i implementirati jasne i precizne kriterijume vrednovanja, insistirajući na „kulturni kvaliteta“.
- Kulturna baština Srbije predstavlja suštinu nacionalnog i kulturnog identiteta i treba je diversifikovanim oblicima umetničkih praksi predstaviti na međunarodnoj sceni. Briga o kulturnoj baštini koja se nalazi na teritoriji Srbije treba da podrazumeva aktivnosti u dva smera. Jedan smer obuhvata očuvanje, prezentaciju i promociju onog dela nasleđa koje pripada vizantijskoj, romanskoj kulturi i još ranijim kulturama, a drugi - očuvanje, prezentaciju i promociju srpskog kulturnog nasleđa, naročito naše baštine na Kosovu i Metohiji. Takođe, srpsko nasleđe u inostranstvu, prvenstveno memorijale i vojnička groblja, treba čuvati i predstaviti promišljenim i invazivnim akcijama. Potrebna je efektivna upotreba novih medija u ovom procesu.
- Mediji, a naročito mediji u statusu javnog servisa, moraju sistematski i sa jasnim kriterijumima delovati u smeru promocije kulture, imajući u vidu i činjenicu da mediji nisu tek transmiter u tom procesu nego su, itekako, akter u proizvodnji kulture. U medijskoj sferi, treba raditi na proširenju međunarodnog prisustva srpskih medija, ali i što uspešnijoj saradnji sa inostranim medijima. Srbija treba da ponudi modele reprezentacije u sferi novih medija - preporuka je kreiranje centralne višejezične internet prezentacije srpske kulture od strane Javnog servisa, a pod nadležštvom republičke vlade.
- Imajući u vidu datost intenzivnih transnacionalnih kretanja, urbanizacije i metropolizacije, ne treba brendirati celu Srbiju, već napraviti platformu prioriteta i prvo brendirati Beograd i Novi Sad. Ulaganje u kulturu donosi dugoročnu i mnogostruku korist na različitim poljima, poboljšava se stav javnog mnjenja o Srbiji, a uložena se sredstva vraćaju i kroz kulturni turizam. Kulturni turizam je važna delatnost koja treba da se razvija u partnerstvu između turističkih organizacija i kulturnih institucija.
- Veliki srpski umetnici koji su stvorili prepoznatljiva dela, ili su sami brendovi, svojim delovanjem mogu da doprinesu stvaranju pozitivnog imidža Srbije u inostranstvu i da budu istinski ambasadori Srbije. Zato treba razmišljati o podršci izrazitim pojedincima iz sfere umetnosti i kulture, a, takođe, uočiti i poslenike kulture koji nisu direktni i transparentni akteri, ali su njihove delatnosti i naponi važni za promenu imidža Srbije. Ne treba zaboraviti i ličnosti koje su stubovi srpske kulture, predstavljanje Tesle, Milankovića, Pupina, Andrića, Crnjanskog, Kapora... Emir Kusturica, violinista Nemanja Radulović, kompozitor Isidora Žebeljan su samo neki od današnjih ambasadora Srbije. Naši umetnici mogu da uključe i strane umetnike i zvezde u promociju Srbije (primeri su Monika Beluči, Džoni Dep, Robert De Niro...)
- Srbija u kulturnoj diplomatiji treba da regrutuje i konsoliduje svoju dijasporu. Istaknuti i cenjeni predstavnici srpske dijaspane mogu da učine mnogo na promociji srpske kulture, srpskog identiteta, kao i promeni imidža Srbije u svetu. Matica, takođe, treba da doprinese unapređenju obrazovanja i informisanja na srpskom jeziku u zajednicama srpske dijaspane u inostranstvu.
- Osnivanje lektorata na stranim univerzitetima bio je jedan od najvažnijih pravaca kulturnog delovanja Jugoslavije u periodu posle 1950. godine. U ovoj obrazovnoj oblasti koja je itekako važna za identitet, kulturu, tradiciju, predstavljanje i imidž Srbije, uz učešće najboljih stručnjaka i institucija i drugih subjekata iz oblasti obrazovanja, jezika i književnosti, imperativ je definisanje propisa i imenovanje nadležne institucije za ovu delatnost, da bi se pronašla sistemska dugoročna rešenja za formiranje mreže naših lektorata, odabira najadekvatnijih kadrova i načina finansiranja.
- Analizom kulturne politike prethodnog veka, analizom prakse i teorijskih izvora, došli smo do zaključka da je neophodno oformiti nacionalno koordinaciono telo pri Ministarstvu spoljnih poslova, a u okviru sektora Javne diplomatije, koje bi se bavilo kulturnom diplomatijom. Ministarstvo spoljnih poslova jedino ima diplomatsko-konzularnu mrežu u inostranstvu, a koliko god novih kulturnih centara i bude otvoreno, mreža MSP 'pokriva' mnogo više zemalja. Koordinaciono telo bi trebalo da ima koordinatore iz sfere spoljnih poslova, kulture, medija, dijaspane, obrazovanja, nauke, kao i prevodilačkog sektora. Ovo telo bi bilo zaduženo za koordinaciju delatnosti kulture i umetnosti u

inostranstvu; ono bi selektovalo, usmeravalo i distribuiralo programe DKP-ima, udruženjima dijaspore, kulturnim, umetničkim, naučnim i obrazovnim institucijama... Blagovremeno, uz angažovanje medijskih eksperata, stručnjaka iz oblasti menadžmenta u kulturi, samih kulturnih poslenika i umetnika, osim selekcije kulturnih programa i sadržaja, koordinaciono telo bi trebalo i da inicira i rukovodi novim projektima namenjenim isključivo za strano tržište, sarađuje sa institucijama države i kulture, da organizuje bazu podataka umetnika i institucija u matici i u inostranstvu, da ojača saradnju sa stranim ambasadama u Beogradu i kulturnim centrima, da kontaktira strane agencije i promoviše naše kulturne institucije i umetnike. U saradnji sa diplomatama na terenu, ovo telo bi trebalo da definiše specifičnosti pojedinih zemalja i programa koji im se šalju, naših odnosa sa određenim državama i organizuje obeležavanje određenih jubileja sa predmetnim državama. Koordinaciono telo bi trebalo da bude javni servis kulturne diplomatije.

Svega ovoga nema i ne može biti bez razumevanja važnosti uloge kulture u društvu i njenog značaja za državu, kao i značaja dugoročnog razvoja i planiranja kulture, kako se ne bi pojedinačnim i kratkoročnim akcijama i inicijativama simulirala ozbiljna kulturna politika u domenu kulturne diplomatije. Država se u ovom procesu ne sme propoznati kao gospodar, a društvo kao pasivni posmatrač, već se mora insistirati podjednako na saradnji i brizi o opštem interesu i na odgovornosti svakog pojedinca, kao građanina-diplomate, za sudbinu kulture u svojoj zemlji, kao i njene uspešne reprezentacije pred licem sveta.

V LITERATURA

1. Ada, S. (2017) *Cultural diplomacy: From Showcaseto Intercultural Dialogue. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Beograd: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
2. Aksoj, A. (2008) Izazov migranata za novo viđenje Evrope. *Transkulturalna Evropa* (prir. Majnhof, U. H., Triandafilidu, A.). Beograd: Clio, 249-273.
3. Aleksander, V. (2007) *Sociologija umetnosti*. Beograd: Clio.
4. Alvarado, M., Gutch, R., and Wollen, T., (1987) *Learning the Media*, London: Palgrave Macmillan.
5. Anderson, B. (1939) *Nacija: zamišljena zajednica*. Beograd: Plato.
6. Andrić, I. (2011) *Razvoj duhovnog života u Bosni pod uticajem turske vladavine* (doktor 79 disertacija). Bijeljina: NIP Orfej.
7. Anholt, S. (2007), *Competitive Identity: the new brand management for nations, ciuties and regions*. London: Palgrave Macmillan.
8. Andrić, I. (2011) *Razvoj duhovnog života u Bosni pod uticajem turske vladavine* (doktor 58 disertacija). Bijeljina: NIP Orfej.
9. Apaduraj, A. (2011) *Kultura i globalizacija*. Beograd: Biblioteka XX vek.
10. Bal, F. (1997) *Moć medija*. Beograd: Clio.
11. Bjeljac, dr Ž., Terzić, dr A., Lović, S. (2015.) *Nematerijalno kulturno nasleđe u Srbiji kao turistički brend*. Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU. Turističko poslovanje, br. 15, 53-61.
12. Blek, S. (2003) *O 87 psi s javnošću*. Beograd: Clio.
13. Bobić, M. (2009) *Dijaspورا kao ekonomski i socijalni kapital Srbije*. *Sociološki pregled*. vol. XLIII No. 3, 361-377. Beograd: 11 psko sociološko društvo.
14. Bojić, D. (2017) *Creative Industries. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
15. Brigs, A., Kobli, 1. (prir.) (2005) *Uvod u studije medija*. Beograd: Clio.
16. Brkić, A. (2011) *Interkulturalni dijalog kroz aktere, strategije i programe*. *Studija 2 učaja: Ujedinjeno Kraljevstvo Velike Britanije i Severne Irske, Italija, Makedonija i Srbija*. *Obrazovanje, umetnost 3 mediji u procesu evropskih integracija 2* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti 4, 49-66.
17. Butigan Vučaj, T. (2009.) *Narodna biblioteka Srbije na digitalnom putu*. <http://www.biblioteka-bor.org.rs/2009/05/nbs-digitalni-put/>
18. Vasiljević, L., Anđelković, V. (2009) *Priručnik za medije*. Beograd: Ženski INDOK centar.
19. 3zomirski, M., Šnajder, S. (2003) *Kulturna diplomatija*. Beograd: Balkankult.
20. Vickery, J. (2017) *Since Internationalism: Diplomacy, Ideology, and a Political Agency for Culture. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
21. Volcic, Z. (2008) *Former Yugoslavia on World Wide Web*. *Internatinal Communications Gazette* (70), 395-413.
22. Vukićević, V. (2009) *Uporedna analiza međunarodnog pozorišnog festivala u Avinjonu i Bitefa: za višestruke ciljeve ili protiv njih*. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti* (16). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju FDU, 211-226.
23. Gadamer, H. G. (1999) *Evropsko nasleđe*. Beograd: Plato.
24. Gajić, S. (2008) *Problem srpskog kulturnog identiteta*. *Nova srpska politička misao* (1), 133-144.
25. Galumov, 3. (2005) *Imidž protiv imidža*. Moskva: Izvestia.
26. 4dens, E. (2009) *Evropa u globalnom dobu*. Beograd: Clio.
27. Golubović, Z. (1994) *Kulture u tranziciji u Istočnoj Evropi i Jugoslaviji: Raskorak između kulturnog i nacionalnog 1 rasca*. *Kulture u tranziciji*. Beograd: Plato.
28. Golubović, Z. (1999) *Ja i drugi - antropološka istraživanja individualnog i kolektivnog identiteta*. Beograd: Republika.
29. Golubović, V., Radaković, M. (2010) *Kulturno-istorijsko nasleđe Srbije u savremenim procesima međunarodne zajednice. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog*

- nasleđa Srbije u inostranstvu II (ur. Golubović, V.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 11-18.
30. Gosijo, Ž. F. (2009) Religija i identitet: jugoslovenski slučaj. Identitet(i) (prir. Halpern, K., Ruano-Borbalan, Ž. K.). Beograd: Clio, 391-401.
 31. Gotal, M. (2022) Kulturna diplomacija Republike Hrvatske. Polemos, 18, 141-162.
 32. Graovac, K. (2007) Kulturna diplomatija – Oblici i forme postojeće međunarodne saradnje i strategije razvoja. Beograd: Univerzitet umetnosti.
 33. Grečić, V. (2008) Mesto srpske dijasporu u spoljnoj politici Srbije. Elementi strategije spoljne politike Srbije (prir. Stojić Karanović, E., Janković, S.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu.
 34. Greef, H. De (2017) Art Festivals are our Voices in Society (govor na otvaranju beogradske konferencije). Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
 35. Dimitrijević, J. (2017) Performing Arts: Why are Technologies and Equipment so Important for European and International Cooperation? Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
 36. Delvainquière, J. C. (2010) Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 11th Edition France. (<http://www.culturalpolicies.net/web/france>).
 37. Dimitrijević, M. (2013) Nema umetnosti bez mecena (intervju sa Ljiljanom Mrkić Popović). Politika, 24.01.2013.
 38. Menak, Ž.M. (1991) Evropa: kulturni izazov. Beograd: Biblioteka XX vek.
 39. Dragičević Šešić, M. (prir.) (2002) Javna i kulturna politika, socio-kulturološki aspekti. Beograd: Čigoja štampa.
 40. Dragičević Šešić, M. (2008) Teaching Transnational Cultural Cooperation in Europe Today: Situation and Perspective. Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 199-218.
 41. Dragičević Šešić, M. (i sar.) (2010) Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 11th edition – Serbia (<http://www.culturalpolicies.net/web/serbia>).
 42. Dragičević Šešić, M., Dragojević, S. (2005) Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima. Beograd: Clio.
 43. Dragičević Šešić, M., Dragojević, S. (2008) Zamišljene ili prave podele? Kulturne politike i njihove granice. Transkulturalna Evropa (prir. Majnhof, U. H., Triandafilidu, A.). Beograd: Clio, 62-82.
 44. Dragičević Šešić, M., Dragojević, S. (2011) Stanje i perspektive razvoja kapaciteta za interkulturalni dijalog u Evropi (Okvir za evropski program interkulturalnog dijaloga). Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija 2 (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 13-47.
 45. Dragičević Šešić, M., Stojković, B. (2003, 2007) Kultura: menadžment, animacija, marketing. Beograd: Clio.
 46. Dragojević, S. (1999) Culture of Peace and Management of Cultural Diversity: Conceptual Clarifications. Zagreb: Culturelink, No. 29.
 47. Dragojević, S. (2006) Kulturna politika: evropski pristupi i modeli (doktorska disertacija). Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
 48. Dyer, R. (1993) The Matter of Images: Essays on Representation. London: Routledge.
 49. Đordano, K. (2001) Ogledi o interkulturalnoj komunikaciji. Beograd: Biblioteka XX vek.
 50. Đorđević, M., Mihaljinac, N. (2017) Distribution of Ministry of Culture and Media of RS funds for International Cooperation. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
 51. Đukić, V. (2008) Festivali i menadžment umetničkih manifestacija u Srbiji. Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija (prir. Daković, N., Nikolić,

- M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 158-170. ¹²
52. Đukić, V. (2010) Država i kultura: Studije savremene kulturne politike. Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti.
53. ² Đukić, V. (2011) Evropske integracije i razvojne mogućnosti kulturne politike u Srbiji. *Obrazloženje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija 2* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 67-94.
54. Đukić, V. (2011) Uvodne napomene priređivača: Razvoj kulturne politike. *Kultura*, br. 130. Beograd: ³ *Uvod za proučavanje kulturnog razvitka*, 9-32.
55. Đukić, V. (2012) Kocka je bačena: transkulturni projekat sećanja i identiteta Centra za dramu u edukaciji i umetnosti (CEDEU M). *Menadžment kulture i medija u društvu znanja. Zbornik radova sa međunarodne konferencije* (br. 21). Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, 363-384.
56. Đukić, V. (2013) Cvet bez koren ¹² *Uticaj medijskih tekstova u Srbiji na oblikovanje transnacionalnog kulturnog identiteta. Identitet i sećanja: transkulturalni tekstovi dramskih umetnosti i medija (Srbija 1989-2014)* Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
57. Đukić Dojčinović, V. (2003) *Tranzicione kulturne politike, konfuzije i dileme*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
58. Đukić Dojčinović, V. (2005) *Kulturni turizam: menadžment i razvojne strategije*. Beograd: Clío. ⁷
59. Đukić Dojčinović, V. (2008), *Tranzicione konfuzije i dileme - sedam godina kasnije*. Beograd: Nova srpska politička misao (1), 57-67.
60. Eagleton, T. (2008) ³⁸ *Misao života*. Zagreb: Jesenski i Turk.
61. Žebeljan, I. (2009) *Visoka umetnost kao osobenost srpskog identiteta koja garantuje ravnopravnost u vremenu evropskih integracija. Izazovi evropskih integracija*, br. 7, GIZ, 1-17.
62. Žuvela, A. (2017) *The Dialectics of Cultural Diplomacy. Example of Dubrovnik Summer Festival. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: *Culture Desk Serbia*, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts. ⁷³
63. *Zakon o lokalnoj samoupravi. „Službeni glasnik RS”, br. 129/07, 3/14-dr. zakon i 101/16*. ⁸³ *akon*.
64. *Zakon o kulturi. „Sl. glasnik RS” br. 72/2009, 13/2016 i 30/2016 – ispr.*
65. *Zakon o kulturnim dobrima. „Službeni glasnik RS”, br. 71/94.*
66. *Zakon o dijaspori i Srbima u regionu. „Službeni glasnik RS”, br. 88/2009.*
67. *Zakon o ministarstvima. „Sl. glasnik RS”, br. 44/14, 14/15, 54/15 i 96/15.*
68. *Zbornik radova sa druge naučne konferencije sa međunarodnim učešćem Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu* (2010). Beograd: Institut ⁵⁷ *međunarodnu politiku i privredu.*
69. *Zbornik radova sa treće međunarodne naučne konferencije Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu* (2011). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu.
70. *Zbornik radova sa četvrte naučne konferencije sa međunarodnim učešćem Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu* (2012). Beograd: Institut ²⁸ *međunarodnu politiku i privredu.*
71. *Zbornik radova sa naučnog skupa Menadžment dramskih umetnosti i medija – izazovi XXI veka* (2014). Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti. ²²
72. Zečević, I. (2010) *Multilateralna kulturna saradnja u okviru programa delovanja Ministarstva kulture Republike Srbije* (magistarska teza). Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
73. *Izveštaj KCS za period januar-decembar 2011. godine.*
74. *Izveštaj KCS za period januar-decembar 2012. godine.*
75. Indić, T. (2008) *Politika kulturnog identiteta*. Nova srpska politička misao(1), 99-105.
76. Isaković, S. (2011) *Društveni uticaj menadžera u muzičkoj umetnosti. Komunikacije, mediji, kultura* (3), 269-283.

77. Jakšić, M., Đuretić, S. (2009) Položaj i perspektive srpskog naroda u zemljama okruženju Beograd: Službeni glasnik.
78. Jang, O., Kvin, L. (2004) Pisanje delotvornih predloga za javnu praktičnu politiku, vodič za savetnike u zemljama Srednje i Istočne Evrope. Beograd: Beogradska otvorena škola.
79. Janjić, D. (prir.) (1995) Srbija između krize identiteta i modernizacije. Srbija između prošlosti i budućnosti. Beograd: Institut društvenih nauka.
80. Jazić, A. (2020) Radio i televizija kao medijska sredstva u prezentaciji kulture i kulturnog nasleđa. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu II (ur. Golubović, V.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 235-252.
81. Kaiser, H.F. (1958) The Varimax Criterion for Analytical Rotation in Factor Analysis. Psychometrika (23) US: Psychometric society.
82. Kastels, M. (2002) Moć identiteta. Zagreb: Golden marketing.
83. Kelner, D. (2004) Medijska kultura. Beograd: Clio.
84. Kicinger, Dž. (2005) „Dejstvo i uticaji” medija. Uvod u studije medija (prir. Brigs, A., Kobli, P.). Beograd: Clio, 415-429.
85. Kivan, N., Kosnik, K. (2008) „Belaštvo” kulturne politike u Parizu i Berlinu. Transkulturalna Evropa (prir. Majnhof, U. H., Triandafilidu, A.). Beograd: Clio. 146-180.
86. Klajn, N. (2003) No logo. Beograd: Samizdat B92.
87. Klaić, D. (2007) Mobility of Imagination. Budapest: Central European University Center for Arts and Culture.
88. Lippman, J. (1960) The Effects of Masscommunications. New York: Free Press.
89. Klark, Dž. (1990) Uokviravanje umetnosti: Uloga kulturnih institucija. Kulturni radnik – časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku (prvi deo), 80-98.
90. Knežević, M. (prir.) (1996) Srbija i Evropa: evropski kulturni identiteti i nacionalni identiteti evropskih naroda – položaj i perspektive srpskog kulturnog identiteta u evropskoj kulturi. Beograd: Dom kulture Studentski grad.
91. Kovačić, Z. (1994) Multivarijaciona analiza. Beograd: Ekonomski fakultet
92. Kojić, A. (i sar.) (2009) Informativni priručnik za dijasporu. Beograd: Službeni glasnik.
93. Koković, D. (2002) Procesi integracije, regionalizam i očuvanje kulturnog identiteta. Sociološki pregled, vol. XXXVI (1-2), 163-171.
94. Koković, D. (2007) Društvo i medijski izazovi. Novi Sad: Filozofski fakultet.
95. Konvencija o zaštiti svetske kulturne i prirodne baštine (1972). UNESCO. www.kultura.gov.rs/dokumenti
96. Konvencija o zaštiti i unapređenju raznolikosti kulturnih izraza (2005). UNESCO. www.kultura.gov.rs/dokumenti
97. Korać, M., Golubović, S. (2012) Savremena prezentacija antičkih lokaliteta u Srbiji. Komunikacija, mediji, kultura (4), 567-582.
98. Kotler, P., Haider, D., Rein, I. (1993) Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations. New York: Free press.
99. Krstović, M. (2017) Cultural Heritage: Interdisciplinarity, Intersectoral Cooperation and Participation. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
100. Leonard, M., Stead, C., Smewing, K. (2002) Public Diplomacy. London: The Foreign Policy Center.
101. Lorimer, R. (2011) Masovne komunikacije. Beograd: Clio.
102. Lučić, S. (2011) Uticaj medija srpskih iseljenika na očuvanje etničkog identiteta u dijaspori. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu III (ur. Golubović, V., Petković, P.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 542-558.
103. Majnhof, U. H., Triandafilidu, A. (prir.) (2008) Transkulturalna Evropa. Beograd: Clio.
104. Majstorović, S. (1979) U traganju za identitetom. Beograd: Slovo Ljubve/Prosveta.
105. Makruri, J. (2005) Advertajzing. Uvod u studije medija (prir. Brigs, A., Kobli, P.). Beograd: Clio, 64-89.
106. Mandić, T. (2003) Komunikologija: Psihologija komunikacije. Beograd: Clio.

107. Mark, E. (2009) Identitetska izgradnja pojedinca. Identitet(i) (prir. Halpern, K., Ruano-Borbalan, Ž.-K.). Beograd: Clio.
108. Marković, D. (2010) Audio-vizuelna pismenost, Beograd: Univerzitet Singidunum.
109. Marković, P. (2009) Srbija i Evropa: dugo putovanje ka kući. Izazovi evropskih integracija, br. 7, GIZ.
110. Markuze, H. (1977) Kultura i društvo. Beograd: BIGZ.
111. Martino, D. (2009) Označiti svoju različitost. Identitet(i) (prir. Halpern, K., Ruano-Borbalan, Ž. K.). Beograd: Clio, 51-60.
112. Milosavljević, S., Radosavljević, I. (1975) Repetitorijum iz metodologije društvenih istraživanja. Beograd: FPN.
113. Mijalković, S., Popović, M. (2012), „Socijeta⁸a” bezbednost – teorijski i praktični aspekti očuvanja i zaštite nacionalnog identiteta. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu IV. Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 564-579.
114. Miler, D. (2005) Odnosi s javnošću i novinarstvo. Uvod u studije medija (prir. Brigs, A., Kobli, P.). Beograd: Clio, 112-134.
115. Miletić, M. (2001) Masovno komuniciranje u Srbiji u poslednjoj deceniji XX veka (doktorska disertacija). Beograd: Fakultet političkih nauka.
116. Mićević, I. (2018) Umesto srpskog, sad svet uči hrvatski. Večernje novosti, 22.II 2018.
117. Mihailović, D. (1999) Metodologija naučnih istraživanja. Beograd: Fakultet organizacionih nauka.
118. Mihaljinac, N. (2017) Strategic Development of European and International Cultural Cooperation in Serbia. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
119. Mitrov² Lj. (2011) Odnos prema dijaspori u nacionalnoj strategiji i kulturnoj politici Srbije. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu III (ur. Golubović, V., Petković, P.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 26-39.
120. Moren, E. (1989) Ko misliti Evropu. Sarajevo: Svjetlost.
121. Mujović, V. (2010) Organizacija i trendovi međunarodne kulturne saradnje: Francuska, Slovenija, Rusija, Srbija. Zbornik Fakulteta dramskih umetnosti (17), 375-389.
122. Mujović⁸. (2013) Medijska reprezentacija i odnosi s javnošću kulturnog centra Srbije u Parizu. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu V. Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu.
123. Mujović, V. (2014) Strategija povezivanja i partnerstva u funkciji medijske reprezen²⁸ je srpskog kulturnog identiteta u EU – Kulturni centar Srbije u Parizu (studija slučaja). Zbornik radova sa naučnog skupa „Menadžment dramskih umetnosti i medija – izazovi XXI veka”. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, 233-248.
124. Mujović, V. (2015) Značaj dijasp²¹ u kulturnoj diplomatiji Srbije. Zbornik radova, VI međunarodna naučna konferencija „Diplomatija i kultura Srbije: stanje i perspektive”. Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu
125. Naj, Dž. (2006) Kako razumeti međunarodne odnose. Beograd: Stubovi kulture.
126. Negojev¹¹, N. (2017) Audiovisual Sector – European and International Cooperation as a Necessity. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
127. Negri, R., Hard, M. (2005) Imperija. Beograd: Izdavački grafički atelje M – IGAM.
128. Neumeier, M. (2006) The Brand Gap – Rascep brenda. Beograd: Computer Book.
129. Nikolić, M. (2010) Etika medija – između lične, profesionalne i društvene odgovornosti. Kultura, br. 127. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 35-51.
130. Nik³ić, M. (2012) Pamćenje javnih medija: Od istraživanja prošlosti do oblikovanja identiteta. Menadžment kulture i medija u društvu znanja, Zbornik radova sa međunarodne konferencije (br. 21). Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, 401-415.

81. Nikšić, Lj. (2012a) Kulturna diplomatija – „meka moć” u međunarodnoj politici. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu IV. Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 13-43.
82. Nikšić, Lj. (2012b) Kulturna diplomatija u funkciji očuvanja kulturnog nasleđa. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu IV. Beograd: Institut za međ. rodnu politiku i privredu, 418-431.
133. Ninkovich, F. (1996) US information policy and cultural diplomacy (Headline series), No. 308 ed. New York: Foreign Policy Association. 1
134. Nissbet, M. (2017) Who Holds the Power in Soft Power? Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts. 72
135. Nye, J.S.Jr. (2004) Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs.
136. 143 Nye, J.S. (2004) Power in the Global Information Age. New York: Routledge.
137. Nye, J. (2004) Soft Power and American Foreign Policy. Political Science Quarterly, vol.119, No.2. Cambridge, Harvard Kennedy School.
138. Pavlović, M. (1990) Srbi u Čikagu – problem etničkog identiteta. Beograd: Etnografski institut SANU. 1
139. Paladin, A. (2017) Music: Ethno and/or Contemporary? Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media 71 culty of Dramatic Arts.
140. Pantović, B., Bašić, I. (2015) Značaj „dvostruke ukorenjenosti” (Potencijal iseljenika u međunarodnim interakcijama i kreiranju imidža država). Glasnik Etnografskog instituta SANU LXIII (1).
141. Pera, M. (2010) Zašto se moramo zvati hrišćani: liberalizam, Evropa, etika. Beograd: Službeni glasnik.
142. Perišić, M. (2012) Kultura u ulozi prethodnice spoljne politike. Komunikacije, mediji, kultura (4), 413-421
143. Perišić, M (2013) Diplomacija i kultura. Beograd: Institut za noviju istoriju Srbije, Narodna biblioteka Srbije.
144. Pick, J. (2007) Britain, Its 'Image' and 'Cultural Diplomacy'. Lying Abroad, A critical Study of Cultural Diplomacy (edited by Bereso, R.). New York: Buffalo University.
145. Polić Radovano 23, S. (2011) Kulturno nasleđe u veb-prezentacijama diplomatskih predstavništava Srbije. Očuvanje i zaštita kulturno-istprijskog nasleđa Srbije u inostranstvu III (ur. Golubović, V., Petković, P.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privre 3, 513-526.
346. Predlog Strategije razvoja kulture Republike Srbije od 2017. do 2027. god. www.kultura.gov.rs/lat/dokumenti/predlog-strategije-razvoja-kulture-republike-srbije-od-2017--do-2027-
147. Prnjat, B. (1986) Kulturna politika i kulturni razvoj. Beograd: Savremena administracija.
148. Radaković, M., Golubović, V. (2010) 2 Komponente nacionalnog i evropskog identiteta kao deo nacionalnog identiteta. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu II (ur. Golubović, V.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privred 50 9-42.
149. Radojković, M., Stojković, B. (2009) Informaciono-komunikacioni sistemi. Beograd: Clio. 78
150. Radojević, P. (2010) Važnost novih dimenzija moći za unapređenje imidža države: slučaj Srbije. Srpska politička misao, 4/2010, 77-104.
151. Radojević, P. (2011) Analiza osnovnih dimenzija imidža Srbije,. Nacionalni interes, 171-222.
152. Radulović, K. (2017) The Foundation of Bitef (1967) and Cultural Diplomacy of Socialist Yugoslavia. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts. 1
153. Robins, K. (2008) Ka transkulturnoj politici za evropski kosmopolitizam. Transkulturna Evropa (prir. Majnhof, U. H., Triandafilidu). Beograd: Clio, 347-384.

- 22
154. Rogač, Lj. (2007) Redefinisanje i transformacija identiteta i imidža Srbije u kontekstu evropskih integracija (magistarski rad). Beograd: Univerzitet umetnosti.
 155. Rogač, Lj. (2008) Evropske integracije u srpskim medijima. *Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 91-104.
 156. Rogač, Lj. (2009) Kulturna dijagnostika identiteta i imidža Srbije u evropskom kontekstu. *Kultura* br. 122/123. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 120-140.
 - 4
 157. Rogač Mijatović, Lj. (2011) Međunarodni kulturni odnosi i interkulturalna komunikacija u funkciji repozicioniranja Srbije u evropskoj i svetskoj javnosti (doktorska disertacija). Beograd: Univerzitet umetnosti, Fakultet dramskih umetnosti.
 158. Rogač, Lj. (2011a) Kulturne aktivnosti Srbije u Evropi i svetu: 2000-2010. *Kultura*, br. 130. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 331-349.
 159. Rogač, Lj. (2011b) Imidž Srbije na putu ka Evropi: deset godina kasnije. *Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija 2* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 177-194.
 160. Rogač Mijatović, Lj. (2012) Dihotomije paradigmi međunarodnih kulturnih odnosa. *Teme*, Vol. 36, br. 3, XXXVI, 1047-1050.
 161. Rogač Mijatović, Lj. (2012a) Nacionalno pamćenje kao nematerijalno kulturno nasleđe. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu IV. Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 168-176.
 162. Rogač Mijatović, Lj. (2013) Poruka u boci: Izazovi strateškog koncipiranja javne i kulturne diplomatije Srbije. *Kultura*, br. 139. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 142-161.
 163. Rogač Mijatović, Lj. (2014) Kulturna diplomatija i identitet Srbije. Beograd: Clio.
 164. Rogač Mijatović, Lj. (2017) Implication of Multiple Identity Layers for Cultural Diplomacy in Serbia. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
 165. Romić, B. (2008) Advertajzing i televizijske reklame u Srbiji: studija slučaja na primeru reklama za pivo i kućnu hemiju. *Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 135-143.
 166. Rohajm, G. (1974.) Nastanak i funkcije kulture. Beograd: BIGZ.
 167. Ruano-Borbolan, Ž.-K. (2009) Identitet, resurs za akciju. *Identitet(i)* (prir. Halpern, K., Ruano-Borbalan, Ž.-K.). Beograd: Clio, 419-426.
 168. Savić, M. (2017) Contemporary Art Practices in the Conduct of Cultural Diplomacy. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
 169. Santrač, S. (2014) Uloga kulturne diplomatije u prevladavanju međunarodne krize u procesu globalizacije. Zbornik radova, 7. međunarodna znanstveno-stručna konferencija „Dani kriznog upravljanja”. Velika Gorica: Veleučilište Velika Gorica, University of Applied Sciences.
 170. Sasateli, M. (2008) Logika evropeizacije kulturne politike. *Transkulturalna Evropa* (prir. Majnhof, U. H., Triandafilidu, A.). Beograd: Clio, 36-61.
 171. Sekulić, I. (2012) Balkan. Beograd: Plavi jahač.
 172. Siepmann, A. Ch. (1950) Radio, Television and Society. New York: Oxford University Press.
 - 1
 173. Laggiard, L. (2017) Cities and Regions in International Cultural Relations. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
 174. Smirs, J. (2004) Promocija kulturne raznolikosti u doba globalizacije. Novi Sad: Svetovi.
 175. Smit, A. (1998) Nacionalni identitet. Beograd: Biblioteka XX vek.
 176. Sretenović, M. (2013) Kulturna diplomatija. *Politika*, 1.4.–6.4. 2013.

177. Stam, R., Shohat, E. (1994) *Unthinking Euro centrism: Multiculturalism and the Media*. London and New York: Routledge.
178. Stanković, B. (2017) *Literature and Martini principle. Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
179. Stojković, B. (1993) *Evropski kulturni identitet*. Niš/Beograd: Prosveta/Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
180. Stojković, B. (1996) *Kulturna politika evropske integracije*. Beograd: Institut za evropske studije.
181. Stojković, B. (2002) *Identitet i komunikacija*. Beograd: FDU-Čigoja štampa.
182. Stojković, B. (2008) *Evropski kulturni identitet*. Beograd: Službeni glasnik.
183. Stojković, B. (2012) *Kulturni kanon i kulture manjina*. Kultura, rod, građanski status (prir. Dučić, D. i Lončarević, K.). Beograd: Centar za studije roda i politike, 59-69.
184. Strategija očuvanja i jačanja odnosa matične države i dijaspore i matične države i Srba u inostranstvu. (2011) Republika Srbija: Ministarstvo vera i dijaspore. Beograd.
185. Strategija razvoja informisanja u Republici Srbiji do 2016. Godine „Službeni glasnik RS”, br. 55/05, 71/05-ispravka, 101/07, 65/08 i 16/11.
186. Strugar, V. (2017) *Naši kulturni brendovi samo su pojedinci* (intervju sa Majom Vukadinović). Pozorišne scene Ludus, br. 200/201.
187. Strugar, T. (2017) *Gastronomy as a Tool in Cultural Diplomacy and Nation Branding of Serbia*. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
188. Suša, A. (2017) *BITEF in the New Millennium: From One Crisis to Another*. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
189. Shore, C. (2000) *Building Europe: the cultural politics of European integration*. London: Routledge.
190. Tadić, D. (2017) *Creative Europe programme as an Instrument of European Cooperation, Internationalisation and Strengthening the Capacity of Cultural Organisations and Institutions in Serbia*. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
191. Tanasković, D. (2010) *Izazovi evropskog identiteta*. *Izazovi evropskih integracija*, br. 12, GIZ, 125-137.
192. Tanurovska Kjulavkovski, B. (2017) *Cultural Diplomacy, a Dialogue with the Civil society*. *Cultural diplomacy: arts, festivals and geopolitics* (edited by Dragičević Šešić, M.). Belgrade: Culture Desk Serbia, Ministry of Culture and Media, Faculty of Dramatic Arts.
193. Tasić, A. (2011) *Savremena srpska drama na evropskim scenama: recepcija slike srpskog društva*. *Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija 2* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 131-162.
194. Todorova, M. (1996) *Imaginarni Balkan*. Beograd: Biblioteka XX vek.
195. Todorović, A. L. (2009) *Umetnost i tehnologije komunikacije*. Beograd: Clio.
196. Tomić, Z. (2004) *Komunikologija*. Beograd: Čigoja štampa.
197. Tomić, Đ. (2011) *Kulturna diplomatija kao političko sredstvo Evropske integracije*. *Sociološki diskurs, godina I*, br. 2.
198. Trifunović, N. (2010) *La coopération culturelle internationale – centres culturels et autres modes de représentation à l'étranger. Etude de cas: le Centre culturel de Serbie à Paris*. Lion: Université Lumière Lion 2.
199. Tuch, H. (1990) *Communicating With the World: US Public Diplomacy Overseas*. New York: Institute for the Study of Diplomacy; New York: St. Martin's Press.
200. Čalović, D. (2008) *Reprezentacija vlasti u vizuelnim umetnostima*. *Srbija posle 2000*. *Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija* (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 185-198.

201. Filipović, V., Kostić, M., Prohaska, S. (2001) Odnosi s javnošću –poslovna komunikacija, poslovni imidž, profesionalno ponašanje. Beograd: Fakultet organizacionih nauka – Institut za menadžment.
202. Filipović, V., Kostić Stanković, M. (2015) Odnosi s javnošću. Beograd: Fakultet organizacionih nauka – Institut za menadžment.
203. Filipović, J. (2013) Management of a Diaspora Virtual University as a Complex Organization Serbian Diaspora Virtual University: An Emerging Leadership of a Nation LAMBERT. Academica Publishing, Germany.
204. Fukojama, F. (1997) Sudar kultura. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
205. Haidh, A. (1974) Cultural Diplomacy in Europe Strasbourg: Council of Europe.
206. Hall S., Held, D. and McGrew, T. (edited by) (1992) The Question of Cultural Identity. Modernity and its Futures. London: Polity Press, Open University.
207. Hall, S. (1997) Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. CA: Sage Newbury Park.
208. Halpern, K., Ruano-Borbalan, Ž. K. (prir.) (2009). Identitet(i). Beograd: Clio.
209. Harvi, S. (2005) Politika. Uvod u studije medija (prir. Brigs, A., Kobli, P.). Beograd: Clio, 335-354.
210. Harris, L. T. (1998) Value added Public Relations: The Secret Weapon of Integrated Marketing Communications. Chicago: The McGraw-Hill Companies.
211. Herman E., Mekčesni R. (2004) Globalni mediji. Beograd: Clio.
212. Higson, E. (2005) Nacionalnost. Uvod u studije medija (prir. Brigs, A., Kobli, P.). Beograd: Clio, 602-621.
213. Hrustić, H. (2010) Zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u svetlu saradnje sa EU. Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu II (ur. Golubović, V.). Beograd: Institut za međunarodnu politiku i privredu, 171-184
214. Cvetičanin, R. (2004) Beograd – grad ideja (intervju sa Draganom Sakanom). Politika, 6. 2. 2004.
215. Chalier, P. B. (2008) The Place and the Role of Culture in the Policies of European Union: Issues and Perspectives. Obrazovanje, umetnost i mediji u procesu evropskih integracija (prir. Daković, N., Nikolić, M.). Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, 271-275.
216. Centlivres, P. (1981) Regional Identity and Perspectives. Berne: Haupt.
217. Clark, T. (1997) Art and Propaganda. London: The Everyman Art Library.
218. Croteau, D., Hoynes, W. (1997) Media/Society, Industry, Images and Audiences. London: Sage Publications.
219. Cummings, M. (2009) Cultural Diplomacy and the United States Government: a Survey. Washington: Americans for the Arts.
220. Curan, J., Woollacott, J. (1986) Culture, Society and The Media. London-New York: Routledge.
221. Cutlip, S.M., Center, A.H., Broom, G.M. (2000) Effective Public Relations. New Jersey: Prentice Hall.
222. Chomsky, N. (2002) Mediji, propaganda i sistem. Zagreb: Biblioteka Što čitaš?
223. Čomski, N. (2006) Svetski poredak stari i novi. Beograd: SKC.
224. Švob Đokić, N. (ed.) (2001) Redefining Cultural Identities: Multicultural Contexts of the Central European and Mediterranean Regions, Institute for International Relations. Zagreb: Royaumont Process.
225. Švob Đokić, N. (ed.) (2001) Redefining Cultural Identities: Southeastern Europe. Institute for International Relations. Zagreb: Royaumont Process.
226. Šovije, S. (2009) Filozofsko pitanje ličnog identiteta. Identitet(i) (prir. Halpern, K., Ruano-Borbalan, Ž.-K.). Beograd: Clio, 31-40.
227. Šutarov, V. (2013) Koncepti na javnata diplomatija, so poseben osvrt na kulturnata diplomatija (magisterski trud). Štip: Univerzitet „Goce Delčev”.
228. Šušnjić, Đ. (1999) Ribari ljudskih duša. Beograd: Čigoja štampa.
229. Watson, A. (2005) Diplomacy: the Dialogue Between States. London: Routledge.
230. Wiesand, A. J. (2000) Handbook of Cultural Affairs in Europe (3rd edition). Baden-Baden.

231. Wiesand, A. J. (2007) National Policies Influencing Cultural Cooperation and Mobility in Europe. ERIC Institute. www.interarts.net/descargas/interarts690.pdf
232. Wyszomirski, M. (2003) International Cultural Relations: A Multi-Country Comparison. Seattle, Arts International and Center for Arts and Culture.
233. Wyszomirski M. J., Burgess Ch., C. Peila (2003) International Cultural Relations: A Multi-Country Comparison. Columbus: The Ohio State University
<http://www.mcm.asso.fr/site02/presentation.htm>
<http://www.fsu.edu.rs/brend-u-kulturi/>
www.kultura.gov.rs
www.mfa.gov.rs
www.culturalpolicies.eu
www.ccserbie.com
www.serbia.travel
 Prilog 1.

PROTOKOL INTERVJUA
za ambasadore Republike Srbije

Istraživački zadatak:
 „Značaj kulturne diplomatije za promenu imidža
 Republike Srbije”

- Beograd, 2017. godine -

Cilj istraživanja značaja kulturne diplomatije za promenu imidža Republike Srbije jeste da se na osnovu postojećih teorijskih stavova i uopštavanja iskustvenih saznanja, primenom naučnih metoda, identifikuju relevantni parametri za definisanje kulturne diplomatije i njenog uticaja na promenu imidža Republike Srbije u svetu. Praktičan cilj istraživanja sastoji se u pribavljanju pouzdanih informacija za zaključivanje i davanje konkretnih predloga za izradu osnova strategije kulture Republike Srbije kao okosnice kulturne diplomatije.

Idejnim projektom istraživanja je, između ostalog, predviđeno da se prikupe mišljenja naših ambasadora u inostranim zemljama i diplomatskih predstavnika inostranih zemalja akreditovanih u našoj zemlji o uticaju kulturne diplomatije na promenu imidža Republike Srbije. U vezi s tim, uvažavajući Vašu funkciju, znanje i iskustvo, molimo Vas da nam odgovorite na određeni broj pitanja vezanih za predmet istraživanja. Pitanja su orijentirna, i ako je neophodno mogu se dopuniti drugim pitanjima radi potpunijeg sagledavanja istraživane pojave.

Unapred Vam se zahvaljujemo na razumevanju i saradnji!

Pre nego što odgovorite na postavljena pitanja, molimo Vas da nam date neke osnovne podatke o sebi i dužnosti koju obavljate:

1. Dužina staža u diplomatiji: _____
2. Obrazovanje (fakultet): _____
3. Jezici koje govorite: _____
4. Zemlje u kojima ste bili u diplomatskoj misiji: _____
5. Kakav je bio imidž Republike Srbije u zemljama prijema? _____

33

1. Kako Vi vidite ulogu kulture i umetnosti u diplomatiji? Da li je i na koji način, po Vašem mišljenju, moguće obezbediti reciprocitet u međunarodnoj kulturnoj saradnji? Da li u svojoj delegaciji imate adekvatan stručni kadar za realizaciju međunarodne kulturne saradnje? U vezi s tim, interesuje nas – ko je zadužen za Web prezentaciju ambasade i šta mislite da bi trebalo uraditi na tom planu – urediti, popraviti i slično?

2. Koja je bila visina budžeta kojim ste raspolagali, a koji je bio namenjen za kulturu (kulturne programe). Da li se, po Vašem mišljenju, neki programi mogu realizovati, odnosno finansirati bez budžetskih sredstava, i na koji način?

3. Kakav je način selekcije programa za kulturu i ko ih odobrava (MSP, Ministarstvo kulture, samostalni programi...)? Da li se uzimaju u razmatranje specifičnosti zemlje prijema kada se upućuju određeni umetnički programi? Da li sa pozicije ambasadora možete da inicirate određene projekte i da utičete na njihov sadržaj?

4. Koja vrsta programskih sadržaja (muzički, likovni, dramski...) je najbolje promovisala srpski identitet i doprinosila poboljšanju imidža Republike Srbije u

inostranstvu? Koji programi su najprijemčiviji za stranu publiku, a mogu da utiču na promenu slike o Republici Srbiji? Ko je ciljna grupa koja se poziva na kulturne događaje?

5. Da li je među realizovanim programima bilo programa koji promovišu svetsku kulturnu baštinu i baštinu zemlje prijema na prostoru Republike Srbije (npr. memorijali i vojnička groblja)?

6. Da li je u realizaciji programa bilo uključeno njihovo prevođenje – na koji način, i koji jezik (jedan od svetskih jezika ili jezik zemlje prijema)? Da li je dovoljan engleski jezik ili je neuporedivo bolje imati prevode na jezik zemlje prijema?

7. Kakva je saradnja sa srpskom dijasporom – istaknutim pojedincima i udruženjima dijaspore? Da li ste (u kojim prilikama i kako) sarađivali sa našom dijasporom u pripremi kulturnih događaja? Šta mislite da treba promeniti u diplomatskoj strategiji sa srpskom dijasporom?

8. Kakav je Vaš stav o osnivanju škola srpskog jezika i promociji postojećih i šta je urađeno na tom planu? Da li imate kontakt sa lektoratima na univerzitetima u zemlji prijema, kao i sa izdavačkim kućama?

9. Zbog sve većeg porasta značaja „kulturnog turizma”, interesuje nas kakva je Vaša saradnja sa Ministarstvom privrede, turizma i telekomunikacija Republike Srbije – Sektorom za turizam i turističkim organizacijama iz Srbije?

148. Navedite najpozitivnije i najnegativnije stavove o Republici Srbiji u stranoj štampi? Da li ste, koliko i na koji način mogli da utičete na izveštavanje stranih medija? Kako ste prikupljali informacije iz stranih medija? Kako komunicirate sa medijima?

11. Na osnovu Vašeg dosadašnjeg iskustva, koje veštine smatrate presudnim za kulturnu diplomatiju? Da li ste razmenjivali iskustva sa stranim kolegama o tome, i šta su Vam oni savetovali u cilju promocije identiteta i promene imidža Republike Srbije? Šta ste od toga mogli da preuzmete od stranih kolega?

12. Da li ste slali izveštaje o kulturnim događajima u zemlji službovanja u MSP i ko je zadužen da šalje te informacije? Kakav je, po Vašem mišljenju, učinak kulturne diplomatije naše zemlje na promeni imidža Republike Srbije u zemlji službovanja? Takođe, želeli bismo da nam kažete šta smatrate svojim konkretnim doprinosom kulturnoj diplomatiji - promociji Republike Srbije i promeni imidža?

I na kraju, molimo Vas da nam, s aspekta Vaše nadležnosti, kažete koje mere i akcije smatrate neophodnim i presudnim za promenu imidža Republike Srbije, kao i da nam ukažete na još neke aspekte ispitivane pojave koji nisu obuhvaćeni navedenim pitanjima?

Prilog 2.

INTERVIEW PROTOCOL

For foreign diplomats in Serbia

Research assignment:

„The importance of cultural diplomacy for the change of image of the Republic of Serbia”

- In Belgrade 2017 -

96

The aim of the research of the importance of cultural diplomacy for the change of image of the Republic of Serbia is to identify, based on the existing theoretical positions and generalizations of empirical knowledge, relevant parameters and to define cultural diplomacy and its influence on the change of image of the Republic of Serbia in the world. The practical aim of the research is to obtain reliable information in order to make conclusions and give concrete suggestions for the development of the basis of cultural strategy of the Republic of Serbia, as the foundation of the cultural diplomacy.

The preliminary design of the research aims to collect opinions of Serbian Ambassadors abroad and diplomatic representatives of countries accredited in our country, on the influence of the cultural diplomacy on the change of image of the Republic of Serbia. Regarding this, and recognizing your position, knowledge and experience, we kindly ask you to answer a number of questions regarding the subject of the research. Thank you in advance for your cooperation and understanding!

Before you answer the questions, please provide us with some basic information about yourself and duties you perform:

1. The country you represent: _____
2. How long have you been in diplomacy? _____
3. Education (level, area): _____
4. Languages you speak: _____
5. Countries where you were on a diplomatic mission: _____
1. Countries where you were on a diplomatic mission: What do you think about the role of culture and art in diplomacy? To what extent is your opinion different than the previous practice you encountered during your diplomatic service? Is it, and in what way, in your opinion, possible to ensure reciprocity in international cultural cooperation? Does your diplomatic mission have adequate personnel for implementation of the international cultural cooperation?
2. Could some programs, in your opinion, be developed without budgetary funds, and how?
3. How do you make a selection of the cultural programs and who delegates it (Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Culture, independent programs...)? During the selection process, to what extent are the specific characteristics of a country of reception taken into account?.
4. What cultural content (music, visual art, drama) is most commonly represented in the programs of your Diplomatic Representation in the Republic of Serbia? Do these programs, and to what extent, promote the cultural heritage of your country? Have you personally initiated a cultural project in the Republic of Serbia?
5. The most interesting art to be presented is – music, paintings, performing arts, literature? Have you (and on what occasion and to what extent) collaborated in the preparation of the cultural events with prominent artist from Serbia? How are they engaged in these programs?
6. To your knowledge, which Serbian cultural event (EXIT, BITEF, GUCA, BEMUS, Belgrade Book Fair) attracts most audience from your country and how these programs influence the image of the Republic of Serbia?
7. When you organize a program in Serbia, which language do you use in the program? What is the most desirable language for the program translation? Is it enough to translate it into English language or is it better to translate it into the language of the country of reception?
8. In what way do you usually cooperate with your Diaspora in the Republic of Serbia – with prominent individuals and Diaspora Associations? Have you participated (when, at what occasion and to what extent) in preparation of cultural events with Diaspora? What should, in your opinion, the Republic of Serbia change in its collaboration with the Serbian diaspora?
9. In your opinion, what impact does the cultural diplomacy of our country have on the change of the image of the Republic of Serbia in your country?

10. Do you believe that the image of the Republic of Serbia in your country has changed during your diplomatic service in the Republic of Serbia? How much influence could you have and, in what way, on the media coverage from your country for the events in the Republic of Serbia?

11. Based on your experience, what skills do you consider crucial for the cultural diplomacy?

12. Finally, what advice would you give to Serbian diplomacy that could be used in order to change the image of the Republic of Serbia? Which action do you consider crucial for the change of its image? We would also like you to point out other aspects of the researched subject that were not included in these questions.

Prilog 3.

UPITNIK ZA UMETNIKE

Poštovani/a

U sklopu realizacije istraživačkog projekta „Značaj kulturne diplomatije za promenu imidža Republike Srbije”, predviđeno je da se o nekim pitanjima iz domena te problematike izjasne umetnici, odnosno radnici u sferi kulture i obrazovanja koji su, po prirodi svog posla, direktno ili indirektno, uključeni u aktivnosti na kojima počiva znatan deo sadržaja kulturne diplomatije. Svojim iskrenim odgovorima na postavljena pitanja pomoćićete da se realnije sagledaju ključni problemi u funkcionisanju kulturne diplomatije i mogućnosti njenog unapređivanja u cilju poboljšanja imidža Republike Srbije u svetu.

Anketiranje je anonimno. Možete se potpisati ako to lično želite.

Molimo Vas da najpre date neke podatke o sebi koji su nam potrebni za analizu rezultata istraživanja. Zaokružite jedan ili više ponuđenih odgovora ili dopišete odgovor ukoliko nijedan od ponuđenih nije odgovarajući.

1. Pol : a) muški b) ženski

2. Koju školu/fakultet ste završili? a) fakultet likovnih umetnosti; b) fakultet dramskih umetnosti; v) fakultet muzičke umetnosti; g) fakultet primenjenih umetnosti; d) filološki fakultet; d) _____

3. Kulturna delatnost ili umetnost kojom se bavite: a) likovna b) muzička v) pozorišna g) baletska d) književna d) _____

4. Koje strane jezike govorite a) engleski; b) francuski; v) ruski; g) nemački; d) španski; d) italijanski; e) grčki; ž) kineski; z) japanski i) _____

5. Koliko puta ste gostovali u inostranstvu? a) do 10 puta; b) između 10 i 20 puta; v) između 20 i 30 puta; g) između 30 i 50 puta i d) preko 50 puta

6. U koje ste sve zemlje gostovali kao umetnik? a) SAD; b) Rusija; v) Francuska; g) V. Britanija; d) Nemačka; d) Italija; e) Kina; ž) Indija; z) Turska i) _____

7. Da li ste učestvovali na nekom festivalu kulture u inostranstvu? a) da, više puta; b) jednom i v) nisam učestvovao ni na jednom festivalu

8. Kako ste najčešće gostovali u inostranstvu? a) kao član određene grupe i b) individualno

9. Na čiji poziv, odnosno u čijoj organizaciji ste najčešće gostovali u inostranstvu?

a) na poziv iz inostranstva

b) na poziv nekog od uduženja iz dijaspore

v) na poziv iz MSP RS

g) na poziv iz Ministarstva kulture RS

d) u nekom drugačijem aranžmanu

Molimo Vas da na pitanja koja slede, gde je ponuđeno više odgovora, zaokružite jedan od ponuđenih odgovora ili dopišete odgovor

1. Ko ima presudan uticaj na izbor programa iz kulture s kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?

a) Ministarstvo inostranih poslova RS

b) Ministarstvo kulture RS

- v) različita udruženja iz dijaspore
 - g) umetnici - izvođači programa
 - d) sponzori
 - đ/ ne mogu da procenim
 - e) _____
2. Da li se prilikom izbora programa uzimaju u obzir specifičnosti zemlje domaćina?
 - a) da, redovno
 - b) uglavnom da
 - v) kako kad
 3. Kojom ocenom biste ocenili postojeću praksu izbora programa s kojima naši umetnici gostuju u inostranstvu?
 - a) ocenom odličan
 - b) ocenom vrlo dobar
 - v) ocenom dobar
 - g) ocenom dovoljan
 - d) slabom ocenom
 4. Da li su neki od programa u kojima ste gostovali uključivali umetnike iz više zemalja?
 - a) većina programa je bila takvog karaktera
 - b) neki od programa su bili takvog karaktera
 - v) nijedan od njih nije bio takvog karaktera
 5. Ko je prvenstveno finansirao Vaša dosadašnja gostovanja u inostranstvu?
 - a) neko od nadležnih ministarstava RS
 - b) stranci
 - v) nevladine organizacije
 - g) udruženja dijaspore
 - d) strana produkcija
 - đ) ostali
 6. Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa našim diplomatama?
 - a) skoro uvek
 - b) često
 - v) retko
 - g) nikada
 7. Da li ste se prilikom gostovanja u inostranstvu susretali sa predstavnicima naše dijaspore?
 - a) skoro uvek
 - b) često
 - v) retko
 - g) nikada
 8. Kome su najčešće bili namenjeni programi sa kojima ste gostovali u inostranstvu?
 - a) stranoj publici
 - b) diplomatama
 - v) našoj dijaspori
 - g) nekom drugom
 9. Ako živite u inostranstvu, koliko često vas naša ambasada poziva da uzmete učešće u kulturnim programima?
 - a) veoma često
 - b) često
 - v) ponekad
 - g) veoma retko
 - d) nikada
 - đ) ne živim u inostranstvu
 10. Prilikom Vaših gostovanja u inostranstvu, čija dela ste najčešće izvodili?
 - a) dela domaćih autora
 - b) dela stranih autora
 - v) podjednako jedna i druga
 - g) predstavljao sam se sopstvenim umetničkim delima
 11. Na kom jeziku su najčešće izvođeni programi u kojima ste učestvovali?

- a) na srpskom jeziku
 - b) na engleskom jeziku
 - v) na jeziku zemlje domaćina
12. Prema vašim saznanjima, koji od navedenih programa su najprijemčiviji za stranu publiku?
- a) muzički
 - b) dramski
 - v) likovni
 - g) filmski
 - d) folklorni
 - đ) književni i prevodilački
13. U kojoj meri ste sarađivali sa našom dijasporom i pripremili kulturnih događaja?
- a) redovno
 - b) često
 - v) ponekad
 - g) vrlo retko
 - d) nikada
14. U kojoj meri ste, prilikom realizacije Vaših programa, sarađivali sa stranim umetnicima?
- a) redovno
 - b) često
 - v) ponekad
 - g) vrlo retko
 - d) nikada
15. Kako su Vaše gostovanja u inostranstvu praćena u medijima zemlje domaćina?
- a) uvek veoma dobro
 - b) uglavnom dobro
 - v) ne mogu da ocenim
 - g) uglavnom loše
 - d) veoma loše
16. Kako su Vaša gostovanja u inostranstvu praćena u domaćim medijima?
- a) uvek veoma dobro
 - b) uglavnom dobro
 - v) ne mogu da ocenim
 - g) uglavnom loše
 - d) veoma loše
17. Kakav je pretežno bio imidž Srbije u zemljama u kojima ste gostovali?
- a) veoma povoljan
 - b) uglavnom povoljan
 - v) negde povoljan, negde nepovoljan
 - g) uglavnom nepovoljan
 - d) veoma nepovoljan
18. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite doprinos pojedinih programa iz kulture promovisanju srpskog identiteta u inostranim zemljama, tako da broj 1 označava lošu promociju, a broj 5 veoma dobru.
- a) koncerti klasične muzike ()
 - b) horski koncerti ()
 - v) koncerti popularne muzike ()
 - g) koncerti etnomuzike ()
 - d) pozorišne i dramske predstave ()
 - đ) muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples) ()
 - e) učešće na filmskim festivalima ()
 - ž) folklorne predstave ()
 - z) smotre/izložbe likovnog stvaralaštva ()
 - l) učešće na međunarodnim sajmovima knjiga ()
 - j) prevodi naših dela na strane jezike ()
 - k) muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe ()
 - l) medijska promocija kulturne baštine ()

m) izložbe o kulturnom turizmu ()

19. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite doprinos pojedinih vrsta programa iz kulture poboljšanju imidža Srbije u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki doprinos.

- a) koncerti klasične muzike ()
- b) horski koncerti ()
- v) koncerti popularne muzike ()
- g) koncerti etno-muzike ()
- d) pozorišne i dramske predstave ()
- đ) muzičke i plesne predstave (opera, balet, ples) ()
- e) učešće na filmskim festivalima ()
- ž) folklorne predstave ()
- z) smotre/izložbe likovnog stvaralaštva ()
- i) učešće na međunarodnim sajmovima knjiga ()
- j) prevodi naših dela na strane jezike ()
- k) muzeološke, sociokulturne i monografske izložbe ()
- l) negovanje nacionalnog identiteta ()
- m) medijska promocija kulturne baštine ()
- n) izložbe o kulturnom turizmu ()

20. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih muzičkih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki uticaj.

- a) BEMUS (Beogradske muzičke svečanosti) ()
- b) BELEF (Beogradski letnji festival) ()
- v) EGZIT (Međunarodni muzički festival) ()
- g) GITAR ART FESTIVAL ()
- d) Međunarodno takmičenje muzičke omladine .. ()
- đ) NIŠVIL (Međunarodni džez festival) ()
- e) Dragačevski sabor trubača u Guči ()

21. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih pozorišnih i plesnih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki uticaj.

- a) BITEF (Beograd)..... ()
- b) Sterijino pozorje festival (Novi Sad) ()
- v) Festival tvrđava teatar (Smederevo) ()
- g) Festival monodrame i pantomime (Zemun) ()
- d) Međunarodni festival pozorišta za decu (Subotica) ()
- đ) Beogradski festival igre ()
- e) BELEF (Beogradski letnji festival-muzički i pozorišni) .. ()

22. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih filmskih festivala u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki uticaj.

- a) FEST (Međunarodni filmski festival) ()
- b) Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma .. ()
- v) Međunarodni filmski festival (Palić) ()
- g) Festival autorskog filma (Beograd) ()
- d) Festival evropskog dugometražnog dokumentacionog filma „7 veličanstvenih” ()
- đ) SOFEST (Filmski festival u Sopotu) ()
- e) KUSTENDORF (Međunarodni filmski i muzički festival) ()

23. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih manifestacija likovnog stvaralaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na poboljšanje njenog imidža u svetu, tako da broj 1 označava neznan, a broj 5 veoma veliki uticaj.

- a) Oktobarski salon (Beograd)..... ()
- b) Zlatno pero Beograda (Međunarodno bijenale ilustracije)..... ()
- v) Međunarodna kolonija umetničke keramike „Zlakusa”(Užice).. ()
- g) Međunarodno bijenale umetnosti minijature (G. Milanovac)..... ()

24. Od posebnog značaja za međunarodnu kulturnu saradnju je promocija naše kulturne baštine kao temelj srpskog identiteta. Kakav je, po Vašem mišljenju, uticaj izložbi o kulturnoj baštini Srbije na izgrađivanje njenog imidža?

- a) veoma veliki
- b) veliki
- v) osrednji
- g) mali
- d) veoma mali

25. Kakva je, po Vašem mišljenju, medijska prezentacija kulturnih znamenitosti Srbije sa UNESCO-ove liste svetske baštine (Gamzigrad, Gračanica, Dečani, Pečka Patrijaršija, Studenica, Bogorodica Ljeviška, Stari Ras, Sopoćani)?

- a) veoma dobra
- b) dobra
- v) osrednja
- g) slaba
- d) izuzetno slaba

26. U kojoj meri je prisutna organizacija književnih večeri u inostranstvu kao vid promocije srpskog književnog stvaralaštva?

- a) u veoma velikoj meri
- b) u velikoj meri
- v) osrednje
- g) u maloj meri
- d) u veoma maloj meri

27. Koliko učešće naših književnih izdavača i pisaca na značajnim međunarodnim sajmovima knjiga može da utiče na upoznavanje naše kulture i izgradnju imidža Srbije u svetu?

- a) veoma mnogo
- b) mnogo
- v) osrednje
- g) malo
- d) veoma malo

28. Da li prevodi naših književnika na svetske jezike doprinose boljem upoznavanju naše kulture i našeg kulturnog identiteta?

- a) da, u potpunosti
- b) uglavnom da
- v) ne mogu da odlučim
- g) uglavnom ne
- d) uopšte ne

29. Molimo Vas da brojevima od 1 do 5 ocenite uticaj pojedinih pojedinih manifestacija u oblasti književnosti i prevodilaštva međunarodnog karaktera koje se održavaju u Srbiji na njen imidž u svetu, tako da broj 1 označava neznatan, a broj 5 veoma veliki uticaj.

- a) Beogradski međunarodni sajam knjiga ()
- b) Beogradski međunarodni susret pisaca..... ()
- v) Beogradski prevodilački susreti ()

30. Šta smatrate svojim konkretnim doprinosom promociji kulturne baštine Srbije i promeni njenog imidža?

31. Na osnovu Vašeg viđenja uloge kulture i umetnosti u diplomatiji, koje aktivnosti u toj oblasti bi trebalo preduzeti u cilju poboljšanja imidža Srbije?

32. U sledećoj tabeli navedene su određene tvrdnje u vezi sa uticajem pojedinih činilaca kulturne diplomatije na imidž Republike Srbije u svetu. Molimo vas da procenite u kojoj meri su te tvrdnje osnovane i da, u skladu s tim, zaokružite jedan od pet brojeva 5, 4, 3, 2, 1 koja su navedena u produžetku svake tvrdnje:
 broj 5, ukoliko se u potpunosti saglasni sa datom tvrdnjom,
 broj 4, ukoliko ste uglavnom saglasni sa datom tvrdnjom,
 broj 3, ukoliko ne možete ta se odlučite,
 broj 2, ukoliko ste samo delimično saglasni sa datom tvrdnjom i
 broj 1, ukoliko upšte niste saglasni sa datom tvrdnjom

Redbr.	TVRDNJA	Stepen slaganja sa navedenom tvrdnjom				
		Potp.				
sagl.	Uglav. sagl.	Neod sam	Delim sagl.	Nisam		
sagl.						
1	Radi bržeg poboljšanja medijske slike R.Srbije u svetu, neophodno je da se strategijom kulturne politike definišu okvir i sadržaji međunarodne kulturne saradnje?					
	5	4	3	2	1	
2	Ukoliko se pridaje veći značaj izboru kadra za kulturnu diplomatiju, znatno su veće mogućnosti za promenu negativne slike o R.Srbiji u svetu?					
	5	4	3	2	1	
3	Većina naših diplomatskih predstavništava ima adekvatan stručni kadar za ostvarivanje međunarodne kulturne saradnje?					
	5	4	3	2	1	
4	Naši vrhunski umetnici na adekvatan način su angažovani u kulturnoj diplomatiji R. Srbije?					
	5	4	3	2	1	
5	Veće angažovanje istaknutih umetnika u kulturnoj diplomatiji značajno utiče na stepen i kvalitet interkulturalnog dijaloga i umrežavanje R. Srbije sa kulturnim institucijama na evropskom i globalnom nivou?					
	5	4	3	2	1	
6	Umrežavanje i partnerstvo su neophodne strategije u srpskoj kulturnoj diplomatiji?					
	5	4	3	2	1	
7	Što je agilnija medijska promocija kulture R. Srbije u inostranstvu, to su veći izgledi da se njen imidž u svetu poboljša?					
	5	4	3	2	1	
8	Imidž Srbije u svetu pobošava se srazmerno povećanju njene političke stabilnosti?					
	5	4	3	2	1	
9	Gostovanja naših umetnika na kulturnim manifestacijama u inostranstvu od velikog su značaja za poboljšanje imidža R. Srbije u svetu?					
	5	4	3	2	1	
10	Kulturne manifestacije međunarodnog karaktera koje se održavaju u R. Srbiji od velikog su značaja za poboljšanje njenog imidža u svetu?					
	5	4	3	2	1	

Hvala na saradnji!

Biografija kandidata

Vjera Mujović Prajs (Beograd, 1970.) stekla je osnovno i srednje obrazovanje u Podgorici. Diplomirala je na Fakultetu dramskih umetnosti Univerziteta umetnosti u Beogradu (akademsko zvanje master), odsek gluma 1991. godine. Višegodišnje iskustvo stekla je i kao učesnik i kao organizator u institucionalnim i vaninstitucionalnim projektima iz oblasti kulture. Daje aktivan doprinos međunarodnoj saradnji i promociji srpske kulture u svetu sa posebnim akcentom na Rusku Federaciju i frankofoni svet. Bavi se istraživanjem dijaspore, imidža Srbije u svetu, kao i strategijama kulturne politike u domenu kulturne diplomatije.

Zaposlena je kao član Drame u Narodnom pozorištu u Beogradu. Odigrala je brojne uloge, napisala dve knjige i priredila više dramskih tekstova.

U Zborniku Fakulteta dramskih umetnosti br. 17 (2011) objavljen je njen rad **Organizacija i trendovi međunarodne kulturne saradnje – Francuska, Slovenija, Ruska Federacija i Srbija**, koji je preuzeo i časopis Izazovi evropskih integracija. U okviru konferencije „Menadžment kulture i medija u društvu znanja”, učestvuje na doktorantskoj sesiji na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu, n. 85. mbra 2011. godine. Na Fakultetu dramskih umetnosti, 2013. godine, održan je **nacionalni naučni skup sa međunarodnim učešćem „Menadžment dramskih umetnosti i medija - izazovi XXI veka”**, na kome ima referat **Strategije povezivanja i partnerstva u funkciji medijske reprezentacije srpskog kulturnog identiteta u EU**. Iste godine, na V međunarodnoj naučnoj konferenciji „Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu” koju organizuje Institut za međunarodnu politiku i privredu, participira radom na temu **Medijska reprezentacija i odnosi s javnošću Kulturnog centra Srbije u Parizu**. Na VI međunarodnoj naučnoj konferenciji „Diplomatija i kultura Srbije: stanje i perspektive” 2015. godine, koju organizuje Institut za međunarodnu politiku i privredu, referiše na temu **Značaj dijaspore u kulturnoj diplomatiji Srbije**.

Objavljeni radovi:

- Organizacija i trendovi međunarodne kulturne saradnje – Francuska, Slovenija, Ruska Federacija i Srbija. (2011) Zbornik FDU br. 17, M51.
- Organizacija i trendovi međunarodne kulturne saradnje – Francuska, Slovenija, Ruska Federacija i Srbija. (2011) Izazovi evropskih integracija br. 13, GIZ, M53.
- Medijska reprezentacija i odnosi s javnošću Kulturnog centra Srbije u Parizu. (2013) Zbornik radova V međunarodne naučne konferencije „Očuvanje i zaštita kulturno-istorijskog nasleđa Srbije u inostranstvu”. Institut za međunarodnu politiku i privredu.
- Strategije povezivanja i partnerstva u funkciji medijske reprezentacije srpskog kulturnog identiteta u EU. (2014) Zbornik „Menadžment dramskih umetnosti i medija - izazovi XXI veka”. Fakultet dramskih umetnosti Beograd, M33.
- Značaj dijaspore u kulturnoj diplomatiji Srbije. (2015) Zbornik radova VI međunarodne naučne konferencije „Diplomatija i kultura Srbije: stanje i perspektive. Institut za međunarodnu politiku i privredu.

KULTURNA DIPLOMATIJA KAO ČINILAC PROMENE IMIDŽA REPUBLIKE SRBIJE

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	eteze.arts.bg.ac.rs Internet	331 words — < 1%
2	bib.irb.hr Internet	303 words — < 1%
3	nardus.mpn.gov.rs Internet	237 words — < 1%
4	www.madmarx.rs Internet	187 words — < 1%
5	dione.lib.unipi.gr Internet	159 words — < 1%
6	www.kultura.gov.rs Internet	112 words — < 1%
7	www.komunikacija.org.rs Internet	112 words — < 1%
8	www.crosbi.znanstvenici.hr Internet	92 words — < 1%
9	msp.rs Internet	85 words — < 1%
10	http: Internet	80 words — < 1%

11	Internet	77 words — < 1%
12	docslide.com.br Internet	63 words — < 1%
13	hrcak.srce.hr Internet	53 words — < 1%
14	urbanlogic.edu.rs Internet	45 words — < 1%
15	scindeks.ceon.rs Internet	44 words — < 1%
16	www.hercegnovi.mfa.rs Internet	41 words — < 1%
17	fedorabg.bg.ac.rs Internet	41 words — < 1%
18	eprints.mdx.ac.uk Internet	38 words — < 1%
19	biblioteca.unirioja.es Internet	37 words — < 1%
20	www.fsu.edu.rs Internet	37 words — < 1%
21	www.fpn.bg.ac.rs Internet	36 words — < 1%
22	zaprokul.org.rs Internet	36 words — < 1%
23	mediaobservatory.net Internet	36 words — < 1%
24	collections.plymouth.ac.uk Internet	36 words — < 1%

25	repository.ipb.ac.id Internet	36 words — < 1%
26	www.culturelink.org Internet	35 words — < 1%
27	www.doiserbia.nb.rs Internet	32 words — < 1%
28	www.ff.uns.ac.rs Internet	32 words — < 1%
29	milic.rs Internet	32 words — < 1%
30	gogol.rs Internet	31 words — < 1%
31	research.gold.ac.uk Internet	31 words — < 1%
32	fedorani.ni.ac.rs Internet	30 words — < 1%
33	www.svijetosiguranja.eu Internet	30 words — < 1%
34	www.kreativnaekonomija.net Internet	29 words — < 1%
35	www.bookvar.rs Internet	29 words — < 1%
36	www.ietm.org Internet	28 words — < 1%
37	www.fsj.edu.rs Internet	27 words — < 1%
38	bibliografije.nb.rs Internet	27 words — < 1%

39	ffvis.org Internet	26 words — < 1%
40	www.fdu.edu.rs Internet	25 words — < 1%
41	www.iksfestival.eu Internet	25 words — < 1%
42	www.culturaldiplomacy.org Internet	25 words — < 1%
43	www.cothm.ac.cy Internet	24 words — < 1%
44	www.his-online.de Internet	24 words — < 1%
45	www.fpn.bg.ac.yu Internet	24 words — < 1%
46	www.rasaneh.org Internet	23 words — < 1%
47	www.academica.rs Internet	22 words — < 1%
48	style.rs Internet	22 words — < 1%
49	www.parlament.gov.rs Internet	22 words — < 1%
50	medijskidijalozi.files.wordpress.com Internet	21 words — < 1%
51	"Entrepreneurship in Culture and Creative Industries", Springer Nature, 2018 Crossref	21 words — < 1%
52	www.jeramy.org	

21 words — < 1 %

53 szie.hu
Internet

21 words — < 1 %

54 e-lib.efst.hr
Internet

21 words — < 1 %

55 www.seecult.info
Internet

21 words — < 1 %

56 www.rucsdigitaleprojektbibliotek.dk
Internet

20 words — < 1 %

57 etno-institut.co.rs
Internet

20 words — < 1 %

58 cris.uns.ac.rs
Internet

20 words — < 1 %

59 tel.archives-ouvertes.fr
Internet

20 words — < 1 %

60 oa.upm.es
Internet

20 words — < 1 %

61 www.zaprokul.org.yu
Internet

20 words — < 1 %

62 www.pregled-rs.rs
Internet

20 words — < 1 %

63 www.culturalpolicy.org
Internet

19 words — < 1 %

64 senat.ucg.ac.me
Internet

19 words — < 1 %

65 ijbssnet.com

Internet

19 words — $< 1\%$

66 phd.lib.uni-corvinus.hu
Internet

19 words — $< 1\%$

67 www.profil-knjiga.rs
Internet

19 words — $< 1\%$

68 www.parlament.rs
Internet

18 words — $< 1\%$

69 citation.allacademic.com
Internet

17 words — $< 1\%$

70 sema.rs
Internet

17 words — $< 1\%$

71 www.etno-institut.co.rs
Internet

17 words — $< 1\%$

72 uscpublicdiplomacy.org
Internet

17 words — $< 1\%$

73 www.subotica.rs
Internet

17 words — $< 1\%$

74 upcommons.upc.edu
Internet

17 words — $< 1\%$

75 www.stpetersuniversity.org
Internet

17 words — $< 1\%$

76 vukova-zaduzbina.rs
Internet

17 words — $< 1\%$

77 www.socijalnoukljucivanje.gov.rs
Internet

17 words — $< 1\%$

78 Milos Milenkovic. "Defense challenges of vital values of weak

states in post-Cold War geopolitical
enviromenment", Civitas (Novi Sad), 2016

Crossref

16 words — < 1 %

79 www.palgraveconnect.com

Internet

16 words — < 1 %

80 pergamos.lib.uoa.gr

Internet

15 words — < 1 %

81 eprints.nottingham.ac.uk

Internet

15 words — < 1 %

82 www.cgd.ucar.edu

Internet

15 words — < 1 %

83 paragraf.rs

Internet

15 words — < 1 %

84 www.najstudent.com

Internet

15 words — < 1 %

85 www.ucg.ac.me

Internet

13 words — < 1 %

86 www.instituteforpr.org

Internet

13 words — < 1 %

87 www.ei.sanu.ac.rs

Internet

13 words — < 1 %

88 www.centar-fm.org

Internet

12 words — < 1 %

89 www.on-the-move.org

Internet

12 words — < 1 %

90 eprints.ru.ac.za

Internet

12 words — < 1 %

91 hcit.rs

12 words — < 1 %

92 paperzz.com
Internet

12 words — < 1 %

93 www.culturalmanagement.ac.rs
Internet

11 words — < 1 %

94 www.idn.org.rs
Internet

11 words — < 1 %

95 www.mfa.gov.rs
Internet

11 words — < 1 %

96 izdanja.filfak.ni.ac.rs
Internet

10 words — < 1 %

97 conf2014.diskurs.org.rs
Internet

10 words — < 1 %

98 gca.ntua.edu.tw
Internet

10 words — < 1 %

99 www.emrbi.org
Internet

10 words — < 1 %

100 anonymoussaid.org
Internet

10 words — < 1 %