



Олександр Снідалов

Українська культурна та публічна дипломатія в Нідерландах (2014–2015 роки)

Стаття аналізує ефективність культурної дипломатії України та її вплив на результати Референдуму 6 квітня щодо Асоціації Україна-ЄС. Автор подає загальну інформацію про історію української діаспори в Нідерландах та аналізує діяльність громадянського суспільства й урядових структур України, пов'язану з культурною та публічною дипломатією в Нідерландах. Окрема увага приділяється аспекту взаємодії громадянського суспільства, бізнесу та українських державних установ. Для кращого розуміння обставин, пов'язаних з українською діяльністю, подається контекст нідерландських суспільно-політичних процесів останніх років.

Ключові слова: культурна дипломатія, публічна дипломатія, Євромайдан, діаспора, референдум, Нідерланди, євроскептики, Угода про Асоціацію.

Ключові слова: культурна дипломатія, публічна дипломатія, Євромайдан, діаспора, референдум, Нідерланди, євроскептики, Угода про Асоціацію.

The article analyzes the effectiveness of Ukraine's cultural diplomacy and its impact on the results of the April 6 referendum in the Netherlands on the Ukraine-EU Association Agreement. The author provides general information about the history of the Ukrainian diaspora in the Netherlands and studies the cultural and public diplomacy activities of Ukrainian civil society and government. The author analyzes cooperation between Ukrainian civil society, businesses, and state institutions and explains Ukrainian activities in the Netherlands in the context of internal socio-political processes in recent years.

Keywords: cultural diplomacy, public diplomacy, Euromaidan, diaspora, referendum, the Netherlands, euro sceptics, the Association Agreement.

Контекст, цілі та інструменти дослідження

До останнього часу Україна в Нідерландах існувала тільки в російському контексті, що зумовлено потужною присутністю Росії в культурному і політичному полі Королівства. Нідерланди є традиційно близькими до Росії з кінця XVII ст., коли Петро I відвідав Королівство, до того часу стосунки з московитами обмежувались для голландців звичною для них морською торгівлею. Пізніше, після одруження принца Оранського з Анною Павлівною на початку XIX ст., російська культура стрімко набрала популярності серед

голландців як заморська екзотика. Відгомонам давнього захоплення Росією є популярність серед голландців імен Аннушка, Марійка, Настенька, Наташа, які мають виразне російське походження. Сьогодні культурні й економічні зв'язки підживлюються більш вигідними умовами оподаткування Нідерландів, порівняно з іншими країнами Європи, через що велика кількість російських фірм розміщує тут свої головні офіси. Російський бізнес активно долучається до заходів культурної дипломатії Російської Федерації, що підтримує впізнаваність бренду «Росія» на високому рівні навіть серед голландської молоді.

Українська діаспора в Нідерландах має коротку історію, яка починається з розпаду Радянського Союзу, тож можна сказати, що в суспільному житті

Нідерландів українці з'явилися зовсім нещодавно. Своїй появі на мапах голландців Україна завдячує переважно політичним подіям: Помаранчевій революції, Євро-2012, військовому конфлікту з Росією, катастрофі МН-17, а найбільше – референдуму по Угоді про Асоціацію між Україною та ЄС. Як бачимо, список складається переважно з політичних подій, які й зумовлюють сприйняття України пересічними голландцями. Згідно з опитуванням, проведеним Інститутом світової політики в листопаді 2015 року, з усіх країн Європи саме в Нідерландах найбільша кількість тих, хто не вважає Україну частиною Європи, а саме 14 %. За результатами цього ж опитування, основні асоціації голландців з Україною були такими: конфлікт/війна – 34 %; катастрофа МН-17 – 33 %; Росія – 23 %; Крим (очевидно, йдеться про анексію Криму) – 8 %.

Українська культурна та публічна дипломатія в Нідерландах як об'єкт дослідження цікава тим, наскільки голландський досвід може бути використаний в інших країнах. Цінність досвіду зумовлена трьома ключовими факторами: а) обмеженість у людських та фінансових ресурсах усіх учасників процесу; б) відсутність історично сильних зв'язків між Нідерландами та Україною; в) інтенсивність викликів, які спонукають до використання інструментів культурної та публічної дипломатії. Дослідження покликане систематизувати голландський досвід з метою його подальшого використання, а також проаналізувати можливості підвищення ефективності взаємодії учасників публічно-культурного дипломатичного процесу.

Важливим аспектом нідерландського контексту є також потужна роль журланістики в суспільних процесах. Правовий захист статусу журналіста практично унеможливує будь-який тиск на нього з боку політичних, суспільних або бізнесових кіл. Спроби такого тиску (реакція польських дипломатів на критичні публікації стосовно польських мігрантів) обертались згуртованими і масовими кампаніями журналістів різних видань, спрямованих проти тих, хто наважився на конфлікт із журналістським середовищем. Традиції недоторканості преси, популярність формату публічних обговорень у поєднанні з традиційними симпатіями до Росії підвищили вразливість Нідерландів до російської пропаганди, що стало важливою перепоною на шляху до діяльності, пов'язаної з українською публічною дипломатією.

При підготовці дослідження використано:

1. Інформацію з сайту Посольства України в Королівстві Нідерландів, з розділів «Культурно-

гуманітарне співробітництво України та Нідерландів», «Українці в Нідерландах», «Українські школи в Нідерландах».

2. Звіт фонду «Українці в Нідерландах» за 2014 рік.
3. Інформацію з розділу «Проекти» сайту фонду «Brand New Ukraine».
4. Інформацію з розділу «Проекти» та «Події» сайту фонду «Ukraine Today».

Учасники процесу української культурної та публічної дипломатії в Нідерландах

За даними українського посольства, чисельність української громади складає близько 5000 осіб, це 0,03 % від загальної кількості населення. Від 1990-х років і до 2004 року організованої української спільноти як явища не існувало. Єдина українська організація – «Об'єднання українців у Голландії», утворена представниками повоєнної міграції 1950–60-х років, на початок двадцятого століття існувала лише номінально, а в 2005 році припинила діяльність разом зі смертю свого останнього голови, Омеляна Кушпети. Активізація українського суспільного життя в Нідерландах відбулась лише починаючи з 2004 року, коли Помаранчева революція згуртувала частину української діаспори і спонукала до спільної діяльності. Результатом цієї діяльності стали епізодичні політичні акції, а також об'єднання «Української громади в Нідерландах» (*Oekraense gemeenschap in Nederland*), зареєстроване в 2007 році, яке вело активну діяльність недовго і зникло ще до подій Євромайдану. Специфіка проживання українців у Нідерландах полягає у відсутності яскраво виражених українських анклавів і загальній розпорошеності. Це стало суттєвою перепоною на шляху підтримки активної діяльності після того, як емоційна мобілізація подій Помаранчевої революції зійшла нанівець. Впродовж наступних років українці робили спроби згуртуватись і почати активнішу діяльність, зокрема в контексті Євро-2012, коли в Нідерландах відбувся аматорський футбольний турнір за участі команди української діаспори. Також в 2011 році був заснований фонд «Wesselka», який дав початок українській школі в Гаазі. Одночасно з цим голландські українці дедалі активніше освоювали соціальні мережі, що призвело до виникнення кількох українських майданчиків в мережі Facebook, які стали фундаментом для подальшої інтеграції української громади. Наступне пожвавлення в діяльності української громади

відбулось лише в 2013 році, з початком в Україні Революції Гідності.

Саме Революція Гідності дала початок більшості українських організацій, що ведуть свою діяльність на сьогоднішній день. Ось короткий перелік:

- Посольство України в Нідерландах.
- Фонд «Wesselka», зареєстрований в 2011 році, опікується Українською Школою в м. Гаага.
- Фонд «Українці в Нідерландах». Був зареєстрований на початку 2014 року. Його діяльність включала: благодійну допомогу Україні та українській армії; створення українських шкіл в Нідерландах (у містах Гронінген, Амстердам, Сйндховен); проведення просвітницьких та культурних заходів; організація зустрічей з відомими людьми з України.
- Фонд «Ukraine Today». Був зареєстрований в 2014 році. Його діяльність включала: благодійну допомогу Україні та українській армії; проведення політичних та культурних заходів; організацію богослужінь Української православної церкви Київського патріархату.
- Фонд «Brand New Ukraine». Був зареєстрований на початку 2016 року. До цього спільнота «Brand New Ukraine» досить довгий час діяла як неформальна організація, займаючись благодійною допомогою Україні та організацією інтеграційних заходів для української діаспори.
- Парафія УГКЦ в місті Утрехт – була утворена в 2015 році.
- Парафія УГКЦ в місті Гаага – була утворена в 2015 році.
- Інтернет-платформа та Facebook-спільнота maidan.nl.

На додачу до вищезазначених організацій, починаючи з 2013 року в Голландії діяла розгалужена неформальна мережа волонтерів, які займалися збором і відправкою допомоги для України.

Крім того, до української культурної та публічної дипломатії активно долучались також і голландські організації, такі як:

- Фонд «Sputnik» – надає благодійну допомогу Україні.
- Платформа співробітництва Україна-Нідерланди – проводить просвітницькі та культурні заходи.
- Фонд «FMS» – проводить просвітницькі та культурні заходи.
- Фонд «Vredesbeweging Pax Nederland» – просвітницькі заходи.

Варто зазначити, що наведені вище українські та голландські організації не діяли ізольовано, часто виступаючи співorganizаторами тих чи інших подій.

Діяльність українців у царині культурної та публічної дипломатії

Активізація української громади в Нідерландах після 2014 р. відбувалась не одномоментно, поступово до волонтерської діяльності долучались дедалі ширші кола голландських українців. Встановленню взаємної довіри та налагодженню спілкування допомагали інтеграційні заходи. Прикладами таких заходів є Вшанування пам'яті Євгена Коновальця в день смерті на його могилі в Роттердамі; святкування Дня Незалежності України на спільній українській вечірці; вшанування пам'яті жертв Голодомору на центральній площі Гааги; проведення Великодньої служби в Утрехті місцевою парафією УГКЦ за участі владики Бориса Гудзяка; проведення маршу протесту українців проти тероризму після обстрілу мирних жителів у Волновасі в м. Утрехт; проведення українсько-голландського маршу за мир в Гаазі.

Події 2013–2014 років не тільки сприяли активізації організованої діяльності української громади, але й поставили перед активістами проблему російської пропаганди, яка була особливо активна в Нідерландах з причин, зазначених вище. Волонтерська благодійна діяльність не давала можливості відповісти на пропагандистські виклики, тож активісти почали освоювати інші інструменти впливу на інформаційне середовище, такі як організація зустрічей з громадськими діячами України, кінопокази, тематичні виставки. Прикладом цього було проведення організаціями «Brand New Ukraine» та «Українці в Нідерландах» у 2014 році показів короткометражок «Babylon '13» у різних містах Нідерландів з метою поширення правдивої інформації про події Революції Гідності. В 2015 році відбулись покази фільму «Гамер» Олега Сенцова, проведені фондом «Українці в Нідерландах» для привернення уваги голландців до незаконного ув'язнення Олега Росією. Цим же фондом була організована зустріч голландців з Мустафою Джемілевім у рамках заходів з актуалізації теми окупації Криму.

Досвід цих та подібних заходів став критично вживим вже через рік, коли Нідерланди почали готуватись до проведення Референдуму щодо Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС.

Діяльність Посольства України у царині культурної та публічної дипломатії

Для Посольства України в Нідерландах також є сенс визначити два окремі періоди діяльності: до та після 2014 року. Як і для більшості інших дипломатичних місій, такий поділ зумовлений не стільки кадровими змінами в посольстві, скільки активізацією діяльності місцевої громади і набуттям нею системного характеру.

До 2014 року Посольство України організувало і сприйняло організації культурних та просвітницьких заходів української тематики радше епізодично. Через низьку зацікавленість країн одна одною організацій, здатних вести послідовну діяльність із культурного зближення держав, не існувало. На відміну від сусідньої Німеччини, Нідерланди були мало відомі українському культурному середовищу.

Починаючи з 2014 року, різка активізація діяльності української громади дала Посольству України в Нідерландах додатковий потужний інструмент для втілення культурної дипломатії – організовані середовища волонтерів та меценатів місцевої громади. З іншого боку, для місцевої громади співпраця з посольством стала можливістю вивести організовані заходи на новий якісний рівень, зокрема за рахунок наступних можливостей дипломатичної місії: організація комунікації між українською спільнотою та голландськими ЗМІ; отримання знижок на винаймання приміщень під різні заходи; присутність посла та представників дипмісії, що надавало б заходам додаткової ваги; зв'язок з державними установами Нідерландів дозволяв залучати їх підтримку, коли це було необхідно.

Спільні заходи української громади і українського посольства в період 2014–2015 років дозволили ідентифікувати обмеження з боку як громади, так і посольства. Обмеження з боку дипломатичної місії полягали у наступному: відсутність у штаті професіоналів з публічних (особливо онлайн) комунікацій; брак знання голландської мови; брак фінансів. З боку громади обмеження полягали переважно у недостатній організованості та низькому рівні співпраці всередині громади. Робота з усунення цих обмежень дала б можливість суттєво підвищити якість проведених заходів.

Дипломатія під час Референдуму щодо Угоди про Асоціацію між ЄС та Україною

Ідея проведення референдуму щодо Угоди про Асоціацію між ЄС та Україною з'явилась у

голландських євроскептичних колах на початку 2015 року. Після того як євроскептики провели успішну кампанію зі збору підписів за проведення референдуму, а комісія з референдуму визнала їх дійсними, призначивши дату голосування на 6 квітня 2016 р., референдум став реальністю. Призначена дата давала 6 місяців на те, щоб вплинути на результати голосування.

Варто зазначити, що в контексті впливу на референдум можливості офіційної української дипломатії були ще більш обмежені, ніж зазвичай. Референдум трактувався голландським суспільством як внутрішня справа Нідерландів і урядові кола Нідерландів прямо рекомендували українській дипмісії не брати активної участі у кампанії. Така ситуація перетворювала культурну та публічну дипломатію на єдині інструменти впливу, доступні українським дипломатам та українській громаді.

Говорячи про культурну дипломатію загалом, і особливо в контексті голландського референдуму, не можна не зазначити, що строки, відведені на кампанію «За», були значно коротші за терміни, які зазвичай необхідні для отримання перших позитивних результатів. Системна робота в певних напрямках культурної дипломатії (приклад – українська література в Німеччині) вимагає не місяців, а років, перед тим як результати роботи стають відчутними. В ситуації з референдумом інструмент культурної дипломатії використовувався як допоміжний засіб для короткотермінового підсилюючого ефекту, достатньо вагомого, щоб принести 1–2 % під час кампанії. Основною зброєю кампанії «За» варто вважати інші інструменти публічної дипломатії, такі як пропаганда, програми обміну, та ін.

В жовтні 2015 року (перший місяць після встановлення дати референдуму) брак видимої активності з боку українського МЗС спонукав громаду проявити ініціативу у контексті референдуму. Забігаючи наперед, варто зазначити, що МЗС перехопило цю ініціативу в громади в лютому–березні 2016 року. Першою ініціативою громади стало створення інформаційних голландськомовних інтернет-ресурсів, які б розповідали про Асоціацію та Україну, неформальна група, яка опікувалась цими ресурсами, в подальшому була відома як ініціатива «Oekraïne-referendum». Новина про інформаційний ресурс www.oekraïne-referendum.nl широко розійшлась голландськими та навіть українськими ЗМІ, що дало імпульс для активізації ентузіастів як в Нідерландах, так і в Україні.

Станом на грудень 2015 року щонайменше чотири українські організації (фонд «Відродження», Інститут світової політики, Український кризовий медіа-центр, *Euromaidan Press*) активно долучились до кампанії «За», а станом на лютий 2016 року кількість залучених українських організацій щонайменше подвоїлась – додалися кампанія «Сильніше разом!», ініціатива «Run for Peace», «Точка опори», «Університет Майдану» та багато інших.

Українські організації в Нідерландах присвятили грудень та січень плануванню своєї діяльності у кампанії «За» та поданню заявки на субсидію від голландського уряду, призначену на агітацію під час референдуму. На жаль, отримати субсидію пощастило тільки одній українській діаспорній організації – «Brand New Ukraine», однак решта організацій знайшла можливість взяти участь у кампанії за рахунок власних внутрішніх ресурсів, пожертв та допомоги партнерів.

Заходи публічної дипломатії в період проведення кампанії «За» можна поділити на наступні категорії:

1. *Телеефіри* – найефективніший інструмент кампанії, доступ до якого був найбільш ускладнений для представників України. Інтерес до представників української кампанії «За» з боку телебачення став відчутним лише в останні два тижні перед голосуванням, а кількість ефірів за участі українців була незначною. В той же час голландські колеги по кампанії «За» мали хороші можливості для появи на телебаченні впродовж усієї кампанії. Активна робота з голландськими лідерами думки в рамках такого інструменту, як «Відвідування України» давала Україні більше можливостей повпливати на громадськість.
2. *Публікації в пресі* – найбільш популярний інструмент впродовж усієї кампанії. Його використання ускладнювалось тим, що голландські медіа від початку розділились на симпатиків та противників Угоди про Асоціацію, що обмежувало аудиторію тих, кого можна було залучити за допомогою цього інструменту.
3. *Відвідування України* – цей інструмент показав себе як дуже важливий, в той час як впливати на громадську думку вдається лише за посередництва місцевих ЛГД. Організація візитів до України тих голландських журналістів, бізнесменів та політиків, які попередньо не були активними прихильниками кампанії «За», дозволила поширити тези кампанії на раніше не доступну аудиторію. Відвідування України тими, хто вже підтримував кампанію «За», дало можливість відточити тези і надати ґрунтовнішу аргументацію.
4. *Дебати* – це улюблений інструмент впливу в голландському політикумі, оскільки в суспільстві існує традиція приймати рішення саме з огляду на результати дебатів. Тактики кампанії «За» та «Проти» були дуже різними під час дебатів. Якщо прихильники Асоціації, відчуваючи свою перевагу в аргументах, вели прагматичну дискусію, то противники намагались зробити дискусію більш емоційною, що, з одного боку, перетворювало дебати на шоу, а з іншого, показувало брак аргументів у кампанії «Проти». На жаль, для певних категорій виборців елемент шоу був суттєво важливішим за якість аргументів, що знайшло своє відображення у результатах референдуму. Українські організації ініціювали ряд дебатів, які проходили загалом менш успішно, ніж дебати, організовані голландцями. Причиною, можливо, була низька популярність культури дебатів в Україні.
5. *Конференції* – більш спеціалізований інструмент, орієнтований на вузьке коло експертів; був досить успішний у щонайменше двох напрямках: бізнес-середовище і мусульманська меншина Нідерландів.
6. *Лекції* – привертали меншу увагу, ніж дебати, оскільки не містили елементу шоу, але в той же час, дозволяли краще донести аргументи кампанії «За».
7. *Заходи культурної дипломатії* – окрема група дуже різноманітних інструментів. Варто перерахувати ті інструменти культурної дипломатії, які мали найбільшу популярність під час проведення кампанії «За»: кінопокази, мистецькі виставки, музичні концерти, літературні читання, спортивні заходи. Серед них найбільш успішними були наступні:
 - 1) кампанія «Нор Netherlands Нор», яка презентувала в Нідерландах юні спортивні та мистецькі таланти з України. Відеоролики цієї кампанії зібрали більше 3 000 000 переглядів, 85 % з яких були зроблені з Нідерландів;
 - 2) візит до Нідерландів студентів Академії Лідерства, які відвідали усі найбільші міста Нідерландів, додавши до кампанії «За» енергію нестандартних вуличних комунікацій;
 - 3) Дні українського кіно в кінотеатрах Гааги, Амстердаму, Гронінгена, де демонструва-

лись такі стрічки, як «Зима у вогні», «Російський дятел», «Одинадцятий рік». Ці кінопокази зібрали в сумі більше двох тисяч глядачів, більшість яких склали голландці;

- 4) зустріч письменниці Каті Петровської з голландськими читачами та презентація книжки Сергія Лойка «Аеропорт». Обидва заходи пройшли в Амстердамі і зібрали більше двохсот голландських відвідувачів;
- 5) виставка «Мистецтво Майдану», проведена в Університеті Амстердаму, діяла практично тиждень і дозволила голландським студентам ознайомитися з творами, натхненними Революцією Гідності.

Системні проблеми, виявлені під час спільної діяльності учасників культурних та інших публічних процесів

Проблема 1. Однією з ключових проблем української публічної дипломатії під час референдуму була внутрішня комунікація та стратегія проведення кампанії. Далось в знаки те, що будучи продуктом громадянського суспільства, кампанія мала слабку централізацію, і як наслідок – інколи конфліктуючі стратегії, (або навіть брак хоч якоїсь стратегії). За час проведення кампанії так і не вдалося сформувати єдиний мозковий центр, який був би взяти до уваги усіма учасниками кампанії і підвищив би її ефективність скординованістю дій. Під час кампанії діяло фактично три координаційні центри: один голландський і два українські, що негативно позначилось на результатах.

Проблема 2. Обмеженість Посольства України в Нідерландах у фінансових і людських ресурсах не дозволила українській дипломатичній місії зіграти активну непублічну роль у цій кампанії і, зокрема, стати центром координації та прийняття рішень. Але, хоча відсутність розвиненої інфраструктури і деяких професійних компетенцій ускладнила вирішення цілого ряду завдань, варто відзначити відкритість Посольства до співпраці з більшістю громадських організацій, а також особистий величезний внесок у кампанію його окремих співробітників. Посольство навіть погодилось розширити власний штат, залучивши представника громадськості, аналітика ініціативи «Oekraïne-referendum» для підвищення обізнаності дипломатичної місії у нюансах інформаційного поля Нідерландів. Проте брак професійних компетенцій у галузі публічних комунікацій та робо-

ти з пресою суттєво обмежив можливості українських дипломатів.

Проблема 3. Брак співпраці в українському діаспорному середовищі, коли спільна боротьба не примусила забути про внутрішню конкуренцію, став найбільш очікуваною і найбільш прикрою проблемою. Цілий ряд синергій не був використаний через відсутність порозуміння між ключовими діячами української громади в Нідерландах. Ця типова для українських (і, можливо, не тільки українських) діаспор проблема проявила себе під час референдуму на всю потужність. Однак у кожній організації були люди, готові розуміти критичність цієї проблеми і уможливити принаймні неформальну взаємну комунікацію для вирішення найбільш критичних питань.

Проблема 4. Брак системної уваги з боку державних структур, передусім центрального апарату МЗС до місця України в голландському інформаційному контексті. Ця проблема може бути зумовлена браком ресурсів, але, як показала практика, її вирішення потребує не стільки великих ресурсів, скільки усвідомлення самої проблеми. Як і культурна дипломатія, можливість впливати на інформаційний простір окремо взятої країни принципово залежить від тривалості роботи з цим інформаційним простором. Відсутність у Нідерландах напрацювань, які включали б контакти з лідерами громадської думки, пресою, розуміння специфіки голландського інформаційного поля, змусила набувати їх у дуже стислі терміни, що знизило якість такої роботи. Перебуваючи у стані інформаційної війни з Росією, Україна повинна усвідомлювати, що ця війна не буде обмежуватись територією безпосередніх учасників, і ті практики, які були прийнятні для мирного часу, можуть стати причиною болючих поразок у нинішній кризовій ситуації. Позитивні зрушення у вирішенні цієї проблеми вже є, і на цьому етапі вони існують тільки на рівні яскравих особистостей – провідників цих змін (таких, як Дмитро Кулема, Ольга Жук та багатьох інших представників нової технократичної команди). Втрата цього кадрового потенціалу знівелює усі здобутки у галузі вирішення означеної проблеми і переведе її зі стану «серйозної» у стан «критичної».

Спільна робота держави, НГО та активістів громадянського суспільства визначила не тільки проблеми такої співпраці, але і можливі шляхи вирішення цих проблем, детальний розгляд яких виходить за межі даної статті і може бути предметом окремого дослідження.

Перспективи для України в інформаційному полі Нідерландів

Негативний результат на референдумі може навести на думку, що Україна не має перспективи в інформаційному полі Нідерландів, втім, насправді ситуація діаметрально протилежна.

Інформаційні кампанії, присвячені референдуму, перетворили Нідерланди на країну, можливо, найбільш обізнану як з перевагами, так і з проблемами України. Якщо для основної маси населення, яка проголосувала проти, ця обізнаність є радше тимчасовим явищем, то у ситуації з «творчим класом» вона є мотивацією для появи внутрішнього попиту на Україну. Найближчим часом, вже через кілька місяців, коли перенасичення Україною спаде, українські культурні та інформаційні події матимуть набагато більші шанси на велику

аудиторію та висвітлення в голландських ЗМІ, ніж пів року тому.

Для голландського «творчого класу» поразка України на референдумі означає в тому числі і власну поразку, яка змотивує на докладання більших зусиль у майбутньому. Зараз ми маємо вдалий момент для встановлення співпраці з голландськими «think tank», мистецькими центрами, та іншими організаціями, які розділили наші цінності долучившись до кампанії на підтримку Угоди про Асоціацію з Україною.

Іронія результатів голландського референдуму в тому, що наша політична поразка сьогодні дає всі умови для перемоги нашої культурної дипломатії завтра, якщо нам вистачить сил зробити висновки з власних помилок і зберегти набуті компетенції.