

Dansk kulturdiplomati finder formen: To årtier med strategisk international kulturudveksling set fra New York

Temanummer: Kulturdiplomati

Dansk kulturdiplomati har gennemgået en rivende udvikling de senere år. Hvor der indtil udgangen af 1990'erne var tale om en decentraliseret rolle som faciliterende medspiller i Danmarks internationale kulturudveksling, er denne rolle igennem de seneste to årtier gradvist blevet sat i system i kraft af tværministerielle samarbejdsaftaler og strategiske

handlingsplaner i tæt dialog med kulturlivets egne aktører. I dag trækker Danmarks kulturdiplomati på en velafprøvet projektorganisering og fleksibel værktøjskasse til sikring af høj kunstnerisk kvalitet, interkulturel dialog, kultureksport og markedsføring af Danmark i udlandet med store kulturelle, økonomiske og politiske gevinster til følge.

Dansk kulturudveksling med voksevæk

At danske kunstnere og kreative sjæle rejser ud i verden for at søge inspiration, indstifte samarbejder med fagfæller og præsentere eller afsætte deres kulturprodukter hos et udenlandsk publikum, er ingen nyhed.¹ Indtil 1. verdenskrig gik turen oftest til de geografiske nærområder. Central- og sydeuropæiske hovedstæder var særligt yndede destinationer for kulturelle dannelsesrejser, men også Norden, Baltikum og de Britiske Øer lå inden for rækkevidde. I mellemkrigsårene blev rejser til Amerika og dele af Fjernøsten særligt fashionable, af økonomiske årsager dog forbeholdt de få. Efter 2. verdenskrig begyndte verdenskortet for alvor at åbne sig for den bredere kreative klasse, og med Berlinmurens fald i 1989 og Sovjetblokkens efterfølgende opløsning blev rejser til de ”gamle nærområder” mod øst atter en mulighed. Sidenhen har EU med det indre marked og åbne grænser skabt særligt gunstige vilkår for familiarisering og udveksling mellem kulturscenerne i de europæiske medlemslande.

Det var dog først op gennem 1990'erne, i takt med den øgede globalisering, internettets udbredelse og udbuddet af billige flybilletter, at internationaliseringen af de danske kunst- og kulturscener blev italesat og demokratiseret som del af en bredere tendens, ligesom udlandsophold kom til at indgå som fast bestanddel af mange kunstneriske uddannelser og kulturinstitutioners virke. Samtidig blev geografien markant udvidet til at omfatte fjernere, mindre velbetrædte kulturscener langt fra Danmark, herunder Asien, Afrika samt Nord- og Latinamerika. På den ”nye globale scene” stod kunstnerne ofte meget alene med at dechifrere de skrevne og uskrevne regler i fremmedartede miljøer.

Med globaliseringen fik Udenrigsministeriet, i kraft af sit fintmaskede netværk af diplomatiske repræsentationer ude i verden, pludselig en ny attraktionsværdi og proaktiv rolle at spille som unik frontpost for dansk kulturliv på

**MAIKEN TANDGAARD
DERNO**

Vicekonsul og Kulturattaché,
Generalkonsulatet i New York,
Udenrigsministeriet,
maider@um.dk

rejse. Mens kunststøttesystemet i Danmark kun i begrænset omfang havde til opgave at facilitere udlandsrejser, residensophold og samarbejder på tværs af landegrænser, blev udetjenestens cirka 100 ambassader, konsulater og handelskontorer med deres eftertragtede lokalkendskab og *boots on the ground* i stigende grad base for rådgivning og assistance på destinationen – i særlig høj grad i de lande, hvor Dansk Kulturinstitut ikke var tilstede med fysiske afdelinger.

Gennem de seneste årtier har kulturdiplomati indtaget en stadig mere fremtrædende rolle som bindeled og kulturel formidler for danske kulturaktører i udlandet og for udenlandske kulturaktører i Danmark. Diplomaternes særlige sprog- og lokalkendskab, evne til at åbne døre, skabe opmærksomhed eller bistå med officiel repræsentation er blevet flittigt efterspurgt, bl.a. i form af ferniseringer og ”ambassade showcases,” samt i regi af deciderede kulturfremskud på ryggen af officielle besøg eller sektorspecifikke eksportindsatser.

Det er næppe forkert at sige, at Danmarks kulturdiplomati i moderne tid netop er fremvokset i spændingsfeltet mellem store, strategiske begivenheder på den ene side og det løbende, reaktive kulturarbejde på den anden side. Sidstnævnte skal forstås som den *ad hoc* bistand, der ydes som svar på konkrete henvendelser fra kulturinstitutioner og en broget skare af rejsende kunstnere, der efterspørger alt fra rådgivning om opholds- og arbejdstilladelser til international karriereudvikling, adgang til lokale netværk og anbefalinger på logopapir med våbenskjold. Støttekroner og netværksreceptioner står altid i høj kurs, og repræsentationerne har i perioden fået adgang til beskedne ”rådhedsbeholdninger” med fleksible kulturmidler, hvorfra der uddeles mindre bevillinger, også kendt som *seed funding*, til officiel blåstempling eller initiering af partnerskaber. Kun et fåtal af større repræsentationer har haft deciderede kulturmedarbejdere udstationeret eller lokalansat. Samlet set bidrager Udenrigsministeriet til kulturindsatsen med cirka 20 årsværk, en medarbejderressource, som er forblevet stort set uændret op til i dag. På mindre repræsentationer er det fortsat administrative eller konsulære medarbejdere, der forestår kontakt til de kulturelle aktører ved siden af diverse diplomatiske kerneopgaver.

➤ **Hvor der for Udenrigsministeriets vedkommende indtil udgangen af 1990’erne overvejende var tale om en decentraliseret og til tider ret tilfældig, efterspørgselsdrevet rolle som faciliterende medspiller, er denne rolle igennem de seneste to årtier gradvist blevet sat i system i kraft af tværministerielle samarbejdsaftaler og strategiske handlingsplaner i tæt dialog med kulturlivets egne aktører.**

Hvor der for Udenrigsministeriets vedkommende indtil udgangen af 1990’erne overvejende var tale om en decentraliseret og til tider ret tilfældig, efterspørgselsdrevet rolle som faciliterende medspiller, er denne rolle igennem de se-

neste to årtier gradvist blevet sat i system i kraft af tværministerielle samarbejdsaftaler og strategiske handlingsplaner i tæt dialog med kulturlivets egne aktører. I dag trækker Danmarks kulturdiplomati på en velafprøvet projektorganisering og fleksibel værktøjskasse til sikring af en høj grad af professionalisering, faglig forankring og langsigtet værdiskabelse i kulturudvekslingen med udlandet. Med relativt få ressourcer er der skabt en enestående balance mellem kulturlivets eget udfoldelsespotentiale, interkulturel dialog, kultureksport og markedsføring – med store kulturelle, økonomiske og politiske gevinster til følge.

I denne artikel trækker jeg på mine mange års erfaring med international kulturudveksling set med udetjenestens briller, i særdeleshed mine 13 år som Danmarks kulturattaché ved generalkonsulatet i New York, hvor jeg står som lokalansvarlig for dansk kulturudveksling på den amerikanske østkyst. Jeg vil bl.a. redegøre for, hvorledes der siden årtusindskiftet er sket en systematisk formalisering og fokusering af ressourcer, vidensdeling og samarbejde mellem Udenrigsministeriet, Kulturministeriet og øvrige statsfinansierede kulturaktører i Danmark. Denne udvikling har ikke alene været til gavn for danske kunstnere, kulturinstitutioner og de hjemlige kunstscener, men har i høj grad også indhøstet betydelige politiske og økonomiske gevinster for Danmark som miniputstat med en åben økonomi og stærk afhængighed af eksport og internationale alliancer i en til stadighed mere kompleks, geopolitisk virkelighed.

Forbindelsen mellem kulturdiplomatiets (*Cultural Diplomacy*) og offentlighedsdiplomatiets (*Public Diplomacy*) udgør et kompliceret forskningsfelt i sin egen ret, og diskussionen af kunstens instrumentalisering som løftestang for statens interesser rummer mange interessante problematikker og nuancer (Nisbett, 2013: 558; Carter, 2015: 483). Skønt nærværende artikel ikke tillader plads til mere tilbundsående analyse, vil jeg alligevel forsøge at skitsere nogle centrale pointer fsva. karakteren af kulturdiplomatiets værdiskabelse, potentielle interessekonflikter og strukturelle udfordringer. Jeg vil med afsæt i mit førstehåndskendskab berøre en håndfuld konkrete eksempler fra kulturudvekslingen mellem Danmark og USA, som eksemplificerer udviklingen af kulturdiplomatiets aktuelle ”værktøjskasse.” Til sammen understøtter disse elementer mit overordnede argument om vigtigheden af fortløbende at prioritere, videreudvikle og styrke Danmarks internationale udveksling på den kunstneriske og kulturelle front mange år ud i fremtiden.

Kort tilbageblik: kulturpræsentationens blindgyde

Helt frem til slutningen af 1990'erne herskede en udstrakt grad af vilkårlighed i forhold til, hvilke kunstnere og institutionelle aktører der fik tilbudt assistance af udetjenesten, hvilket ikke sjældent udløste beskyldninger om smagsdommeri. Ligeledes må kvaliteten af den rådgivning, der blev ydet i perioden, i bedste fald betegnes som personafhængig og stærkt svingende alt efter den aktuelle ressourcesituation og ledelsesmæssige bevågenhed. I de tidlige år kom

et egentligt strategisk aspekt af kulturdiplomati typisk kun i spil ved officielle besøg, hvor der i henhold til lang tradition blev stabled kulturprogrammer på benene af den lokale ambassade eller konsulat med det formål at ”krydre” og ”kaste glans over” de besøgende notabiliteter fra regering, folketing eller kongehus. Dertil kan nævnes fejring af kulturelle og nationale mærkedage, som f.eks. H.C. Andersens jubilæer, Grundlovsdag eller salget af de tidligere Dansk-Vestindiske Øer, hvor der er blevet koordineret kulturelle indslag *ad hoc* på tværs af ministerier og kulturinstitutioner.



Helt frem til slutningen af 1990'erne herskede en udstrakt grad af vilkårlighed i forhold til, hvilke kunstnere og institutionelle aktører der fik tilbudt assistance af udetjenesten, hvilket ikke sjældent udløste beskyldninger om smagsdommeri.

Fra omkring årtusindeskiftet, i takt med oplevelsesøkonomiens og de kreative industriers hastige fremvækst, investerede hjemlige kulturaktører med ny entusiasme i stort anlagte eksport- og kulturfremstød i udlandet. På det europæiske kontinent sikredes fast, dansk tilstedeværelse på vigtige, internationale platforme som designugen i Milano og arkitekturbiennalen i Venedig, og fra det nordamerikanske kontinent kan nævnes *Danish Wave* i New York i 1999 og *SuperDanish* i Toronto i 2004 som eksempler på de sidste, større kulturfremstød af ”den gamle skole.” Der var tale om næsten rendyrket kulturpræsentation i form af eventbaserede showcases, hvor en håndfuld udvalgte kunstnere og artister efter princippet ”Best of Denmark” blev inviteret til at udstille eller optræde i udlandet i en kort, afgrænset periode som repræsentanter for nationens ypperste kreative kompetencer.

Sat på spidsen kan man sige, at det i kulturpræsentationernes glansperiode ofte var embedsværket i henholdsvis Kultur- og Udenrigsministeriet, der i praksis kom til at forestå størstedelen af det kuratoriske benarbejde, også i tilfælde hvor lokale og hjemlige fagaktører blev taget med på råd. Det senere så hævdvundne ”armslængdeprincip” var det ofte så som så med (Kulturministeriet, 2011: 14). Finansieringen blev sikret fra centralt hold. Kunstnerne blev håndplukket og udstyret med flybilletter og honorarer. De blev stillet op på en scene eller installeret på et galleri et sted i udlandet. Pressen blev hidkaldt. Der blev afholdt festmiddage og skåltaler. Bagefter rejste de allesammen hjem og var glemt i morgen. Lokal medfinansiering var det småt med. I stedet betalte danske skatteydere, sponsorer og private fonde tæt på 100 pct. af regningen. Værdiskabelsen bestod i jagten på det store *splash*. I heldige tilfælde indhøstede måske en anmeldelse eller to i eftertragtede internationale medier, mens det generelt var småt med professionaliseringsgevinster, langsigtet netværksskabelse eller aktørsamarbejde, som vi kender det i dag.

Laboratoriet i 00'erne: formalisering af det tværministerielle kultursamarbejde

Omkring årtusindeskiftet skabte presset fra globaliseringen og de nye geografier et behov for kulturpolitisk nytænkning og innovative metoder. I rapporten *Denmark's Creative Potential* udgivet af Kulturministeriet og Erhvervsministeriet i 2000 peges netop på den hastigt stigende globalisering, kommercialisering og konkurrence indenfor kultur- og oplevelsesindustrien som en uomgængelig anledning til at gentænke det officielle Danmarks rammesætning for den internationale kulturudveksling under radikalt ændrede betingelser. Støtte af en eksklusivt national kunstscene er ikke længere tilstrækkelig set fra et kulturpolitisk perspektiv. Samtidig åbnes en dør på klem for gentænkning af berøringsflader og synergier mellem de kunstneriske og kommercielle dele af kultursektoren, hvor der tidligere har hersket noget nær hermetisk tætte skotter med henvisning til det ufravigelige armslængdeprincip. Rapporten anerkender, at markedsføring, *brand* identitet og *storytelling* spiller en stadig større rolle på tværs af de kreative sektorer, ligesom kommunikation, medieeksponering og nye teknologier bliver afgørende for udbredelsen og konsumering af fremtidens kulturprodukter. Samtidig giver benhård konkurrence fra udlandet, ikke mindst fra den amerikanske musikbranche, film – og tv-industri, et nyt incitament til at klæde danske kunstnere og kulturaktører bedre på til at begå sig på det globale marked. Det handler ikke længere alene om at kultivere kunstens egenverdi, men også om at stimulere vækst og beskæftigelse i Danmarks kreative sektor.

➤➤ Omkring årtusindeskiftet skabte presset fra globaliseringen og de nye geografier et behov for kulturpolitisk nytænkning og innovative metoder.

Et kongeeksempel på samtænkning af kreative og kommercielle dagsordner fra denne brydningstid er *Danish Design Project MoMA* fra 2002-4. Her tog generalkonsulatet i New York initiativ til, i samarbejde med danske designvirksomheder, at byde ind med både klassiske og kontemporære designmøbler til kostpris, da Museum of Modern Art, ét af verdens førende museer for moderne kunst, gennemgik en større renovation og pludselig fattedes penge til indretningen. Der var tale om *product placement* på højt niveau: i alt 43.000 danske designobjekter fordelt på 33 designere og 11 designproducenter gjorde deres indtog på det verdensberømte museum (Generalkonsulatet New York, 2004). Lokalt blev projektledelsen forankret hos både kulturattachéen og eksportchefen. Danmarksfortællingen og markedsføringsindsatsen spillede en helt afgørende rolle i projektet – på linje med en ublu målsætning om at øge dansk kultureksport til USA, hvilket også lykkedes over al forventning.

2001 markerer en milepæl for det tværgående samarbejde med etableringen af det koordinerende organ Internationalt Kultursekretariat med bidrag i bevillinger og årsværk fra både Kulturministeriet (KUM) og Udenrigsministeriet (UM). Sekretariatets opdrag bliver ”at varetage opgaver i form af for-

mulering af den langsigtede strategi, visioner og målsætninger for dansk kulturudveksling med udlandet og stå for tværgående/større kulturudvekslinger og fremstød, herunder kulturindslag i forbindelse med statsbesøg i udlandet” (Kulturministeriet, 2000: 38). Med en samlet årlig bevilling på kr. 11,5 mio. medfinansieret af begge ministerier, samt en fast bemanning på 4-5 årsværk, bliver en række operatøropgaver tidligere varetaget på forsøgsbasis af Dansk Kulturinstitut nu ”hjemtaget” i tilgift til nye, koordinerende opgaver fra begge ministerier. Udover at tildele strategiske kulturmidler baseret på en helhedsbetragtning og med kunstfaglig forankring var sekretariatet også tænkt som et videnscenter, hvor bl.a. udetjenestens kulturmedarbejdere kunne søge kvalificeret vejledning, og hvor der blev koordineret ”kontakter til erhvervsliv, turisme, uddannelse, forskning” (Kulturministeriet, 2000: 39). Samtidig blev den første formaliserede Samarbejdsaftale mellem KUM og UM underskrevet; en aftale, som gennem to årtier er blevet fornyet og udbygget med regelmæssige intervaller.

Med *KUM-UM Samarbejdsaftalen*, den dertilhørende *Styregruppe* og Kultursekretariatets tværgående vidensopsamling og koordination var rammen sat for en række større og mindre eksperimenter, som op gennem 00’erne kom til at spille en central rolle for udviklingen af ”projektmetoden”, *bottom up*-modellen og de ni såkaldte *KIU*-principper (Statens Kunstråd, 2008). Allerede i 2003 blev Internationalt Kultursekretariat nedlagt og opgaverne videreført i Kunststyrelsen, samt i det nye armslængdeorgan Statens Kunstråd, hvilket dog blot bidrog til en yderligere strømning af organiseringen på det internationale område. I 2007 søsattes *Berlinaut*-programmet i anerkendelsen af den stigende betydning af Berlin som ”andet hjem” og frontpost for især dansk billedkunst og musik uden for Danmark, mens Statens Kunstråd i 2006-7 lancerede en ambitiøs satsning for dansk kunst og kultur i New York, som fik navnet *DaNY Arts*.

Med *DaNY Arts*-programmet afsatte Statens Kunstråd kr. 12 mio. til aktørdrevet kulturudveksling mellem kunstnere fra Danmark og New York. Midlerne kunne søges i to ansøgningsrunder: først i mindre portioner til research, besøgsprogrammer og workshop-aktiviteter; derefter til egentlige projektsamarbejder institutioner og kunstnere imellem. Hele molevitten blev *brandet* under en fælles overskrift og visuel identitet, skabt til formålet af et professionelt kommunikationsbureau med særligt øremærkede midler. En *American Advisory Group* bestående af toneangivende amerikanske kuratorer og kunstkritikere fra forskellige fagområder blev etableret med henblik på at sikre høj faglig kvalitet og gensidighed i partnerskaberne.

Resultatet blev 42 transatlantiske kulturudvekslingsprojekter med deltagelse fra over 200 individuelle kunstnere fordelt på fem kunstarter. Mange af projekterne forløb over en længere periode med nedslag på begge sider af Atlanten, hvilket var med til at sikre langsigtet bæredygtighed, professionalisering og kunstfaglig dybde i udvekslingen. Imens stod embedsværket fra Kunststyrelsen sammen med Udenrigsministeriets diplomater og lokaltansatte kul-

turmedarbejdere på Generalkonsulatet i New York klar med rådgivning og sparring – ikke mindst ift. projektmodning, budgettering og kommunikation – men vel at mærke uden at tage projektejskab eller indtage den samme kuraterende rolle som ved tidligere årtiers kulturfremstød.

DaNY Arts nybrud bestod i, at partnerskaberne under det fælles fremstød skulle opbygges decentralt og fra bunden – *af* og *for* kunstnerne selv. Fokus var på kunstnerisk proces frem for på præsentation af et færdigt produkt. Hovedfinansieringen kom fra Kunstrådets armslængdeorgan, hvilket sikrede høj kunstnerisk kvalitet i projekterne. Samtidig kunne KUM-UM-aktørernes projektorganisering og strategiske rammesætning tilføje de enkelte projekter synlighed og synergier bl.a. i form af en fælles kommunikationsindsats. Danmarks generalkonsul i New York indtog en central placering i projektets styregruppe, og i generalkonsulatets pressemeddelelse fra *DaNY Arts*-lanceringen i oktober 2006 udtaler Kunstrådsformand Lars Liebst: ”Vi valgte at undgå den traditionelle, nationale uge-festival til fordel for støtte af en mere integreret, meningsfuld og forhåbentlig langsigtet tilstedeværelse af kunstnere på New Yorks kulturscene” (Generalkonsulatet, 2006: 2).



DaNY Arts nybrud bestod i, at partnerskaberne under det fælles fremstød skulle opbygges decentralt og fra bunden – af og for kunstnerne selv. Fokus var på kunstnerisk proces frem for på præsentation af et færdigt produkt.

De amerikanske rådgivere og samarbejdspartnere var behørigt imponerede, endda lidt forbløffede, over den store tillid som Kunstrådet og de involverede ministerier udviste de enkelte projektpartnerskaber (Bødker, 2006: 1). Det faktum, at amerikanske kunstnere kunne søge danske kulturstøttekroner på lige fod med de danske, gik heller ikke under radaren. Ansøgningsprocessen var strømlinet og ubureaukratisk. Der var lang snor, højt til loftet og masser af plads til leg og nyskabende eksperimenter. Det var sågar acceptabelt at fejle, skrinlægge en uholdbar idé og begynde forfra uden krav om tilbagebetaling af Kunstrådets *seed funding*. Således blev flere projekter frasorteret i researchfasen ud fra kriterier om partnerskabernes robusthed og lokalforankring (EVA, 2008: 31). Her var med andre ord tale om en helt ny balance mellem armslængde og høj kvalitet på den ene side og fælles kommunikation og strategisk rammesætning på den anden. *DaNY Arts*-satsningen blev en stor succes og fuldstændig skelsættende som *best case* for, hvorledes større internationale kulturfremstød kunne skæres med henblik på at sikre maksimal gennemslagskraft, kultureksport og branding *uden* at gå på kompromis med den kunstneriske kvalitet og frihed. Som noget nyt valgte styregruppen bevidst at sænke Dannebrog i markedsføringsfasen, så kunstnerne kunne få lov til at repræsentere sig selv og deres kunst på den internationale scene, snarere end at fungere som *showcase* for nationen. Samtidig fremgår det af evalueringsrapporten, at Generalkonsulatets og Kunststyrelsens løbende *reality check* af bevillings-

modtagerne blev oplevet som helt uundværlige redskaber ift. planlægning og afviklingen af projekterne (EVA, 2008: 26-7).

Resultatet af *DaNY Arts, Berlinaut* og andre lignende eksperimenter i 00'erne blev en efterprøvning og kvalitetssikring af principperne for den internationale kulturudveksling – de såkaldte *KIU*-principper: *kvalitet, interesse udefra, fokusering, gensidighed, netværksorganisering, fleksibilitet, enkelthed, markedsføring og opmærksomhed* (Statens Kunstråd, 2004 og 2008: 54). Som noget nyt spillede udenrigstjenestens repræsentationer i modtagerlandet en helt central rolle i den strategiske forankring af kulturudvekslingen. Vilkårigheden blev erstattet af tæt sparring med kunstfaglige aktører, mens Kunstrådets armlængde-finansiering gik hånd i hånd med kulturdiplomatiets lokalkendskab og investering i den kommunikative rammesætning. Researchrejser og besøgsprogrammer blev en fast bestanddel af kulturdiplomatiets værktøjskasse som effektive redskaber til at stimulere lokal efterspørgsel gennem viden og faglige netværk. Hermed kunne opbygges gensidig tillid gennem det ”autentiske” kulturmøde, så længe besøgsprogrammerne blev tilbudt ud fra devisen *no strings attached*.

➤ Som noget nyt spillede udenrigstjenestens repræsentationer i modtagerlandet en helt central rolle i den strategiske forankring af kulturudvekslingen. Vilkårigheden blev erstattet af tæt sparring med kunstfaglige aktører, mens Kunstrådets armlængde-finansiering gik hånd i hånd med kulturdiplomatiets lokalkendskab og investering i den kommunikative rammesætning.

Public Diplomacy og handlingsplanen til den offensive markedsføring af Danmark

På dette tidspunkt i beretningen om det internationale kultursamarbejdes formalisering op gennem 00'erne er det nyttigt at tage en kort afstikker til den parallelle udvikling af Danmarks offentlighedsdiplomati eller *nation branding* indsats, som blev født i kølvandet på de to Muhammedkriser i 2004 og 2006, og som kom til at spille en helt central rolle for Danmarks udveksling og kommunikationsindsats ift. udlandet på tværs af ministerier og politiske dagsordner.²

I regeringens *Oplæg til handlingsplan: Offensiv global markedsføring af Danmark (HOGM)* fra 2007 skitseres et ”stort potentiale,” som søges indhøstet gennem en flerårig, koordineret investering i ”et klart og positivt billede af Danmark i udlandet” (Regeringen, 2007: 4). Det umiddelbare afsæt er et omfattende analysearbejde af Danmarks aktuelle omdømme med reference til diverse internationale indekseringsværktøjer. Der kan dog næppe herske tvivl om, at de svære år med afbrændinger af Dannebrog, forhøjet trusselsni-

veau, boykot af danske varer og mediebåren *shitstorm* forårsaget af den største udenrigspolitiske krise for Danmark siden 2. verdenskrig ligger som en udtalt præmis og akut incitament for initiativet og de mange støttekroner på finansloven. Nu skal det være slut med at falde bevidstløst tilbage på ikoniske nationale markører som vikingerne, Den lille havfrue, Kongehuset og skinkerne. I stedet udvikles et tidsvarende narrativ med dertilhørende budskabskatalog, opbygget omkring kerneværdier som ”ansvarlighed”, ”tillid”, ”specialisering”, ”miljøbevidsthed”, ”omsorg”, og ”kvalitetsprodukter” (Regeringen, 2007: 65).

Handlingsplanen beskrev 26 målrettede initiativer, hvortil der blev afsat kr. 400 mio. over en fireårig periode, senere forlænget i yderligere to år med nye midler. Udenrigsministeriet oprettede en *Public Diplomacy* enhed, hvorfra repræsentationerne kunne søge midler og inspiration til store og små *nation branding*-initiativer ude i verden, og hvorfra særligt den digitale kommunikation blev strømlinet på tværs af ministerier og aktører. *Presseinitiativet* med sine godt og vel kr. 30 mio. øremærket til invitation af udenlandske journalister er sidenhen blev fremhævet som ét af handlingsplanens mest succesrige programmer og bærer da også ligheder med kulturindsatsens betalte besøgsprogrammer. Dertil kommer en række konkrete initiativer inden for turisme, sport, uddannelse, eksport- og investeringsfremme. På kulturområdet forstærkes fokus på udvalgte kreative sektorer med design, arkitektur, cykelkultur og gastronomi som de absolutte spydspidser.

HOGM og offentlighedsdiplomatiets *tour de force* i perioden 2007-13 fik enorm betydning for det tværgående samarbejde om at skabe en ny, strømlinet Danmarksfortælling til det 21. århundrede, hvori også kulturen var placeret helt i front. Den udbygning og fokusering af den strategiske kulturudveksling, som i samme periode oplevede et markant løft, havde næppe været mulig uden den organisatoriske infrastruktur og retning, som markedsføringsindsatsen satte på formel. Trods udtalte forskelle i metodik, finansiering og effektmåling er Danmarks parallelle og til tider overlappende initiativer inden for kultur- og offentlighedsdiplomati på mange måder gået hånd i hånd, ligesom de har befrugtet hinanden med positive synergier fra slut 00'erne og frem til i dag. Det er næppe uden betydning, at *Cultural* og *Public Diplomacy* i det daglige arbejde på udenrigstjenestens repræsentationer ofte varetages af de selv samme medarbejdere.

Det Internationale Kulturpanel og udforskningen af nye geografier

Tilbage på kulturfronten blev kulminationen på 00'ernes mangfoldige laboratorium af metodiske eksperimenter regeringsstrategien *Handlingsplanen for en styrket internationalisering af dansk kulturliv*, vedtaget af Folketinget i 2010 med bred konsensus på tværs af det politiske spektrum. Projektmetoden fra de nu velafprøvede *KIU*-principper blev videreført, og som noget nyt og banebrydende definerede man for første gang – bl.a. med inspiration fra *HOGM*-indsatsen – fire ligeværdige formål for Danmarks internationale kul-

turudveksling: 1) *Udvikling og fornyelse af dansk kulturliv*, 2) *kultureksport*, 3) *markedsføring af Danmark* og 4) *interkulturel dialog* (Kulturministeriet 2010: 8). Samtidig oprettedes Det Internationale Kulturpanel (IKP) som et forpligtende, koordinerende organ på tværs af tre ministerier. Udover KUM og UM blev også Erhvervsministeriet nu inddraget med turistorganisationen Visit-Denmark som operativt medlem, ligesom de statsligt finansierede, selvejende institutioner Dansk Kulturinstitut, Det Danske Filminstitut, Dansk Design Center og Dansk Arkitekturcenter fik plads ved bordet. Endelig blev Statens Kunstråd, fra 2014 fusioneret med Statens Kunstfond, medlem – dog uden forpligtende mandat af hensyn til armslængdeprincippet.

IKP fik ingen egne midler, idet de strategiske kulturmidler blev liggende hos KUM-UM-styregruppen, mens kernefinansiering fortsat kunne søges hos Statens Kunstråd/Kunstfond. Til gengæld foregik dialogen i panelet på chef-niveau mhp. at sikre maksimal beslutnings- og gennemslagskraft blandt medlemsorganisationerne. Som noget nyt skulle IKP via flerårige handlingsplaner koordinere aktørernes indsatser omkring særlige geografiske og tematiske fokusområder. De første to handlingsplaner fra henholdsvis 2011-13 og 2014-16 sætter alle sejl ind ift. *BRIKS*-lande og Mellemøsten, hvilket vidner om stor appetit på udforskning af nye markeder samt om den tætte kobling af kulturen til Danmarks eksportindsats og aktuelle udenrigspolitiske dagsordener. Der blev nedsat landegrupper for at indsamle viden om de nye geografier og arbejdsgrupper organiseret omkring tværgående tematiske fokusområder som ”bæredygtighed”, ”børne- og ungekultur” samt ”dialog, demokrati og deltagelse.” De ni *KIU*-principper sammenkøbes til fem IKP-principper, skønt metoden forbliver den samme (IKP, 2014-16: 8). På de særligt prioriterede destinationer spiller udetjenestens kultur- og pressemedarbejdere sammen med repræsentationscheferne igen en nøglerolle ift. at sikre lokalforankring, netværk og strategisk ramme. Erfaringer og resultater indhøstet fra disse første, ambitiøse IKP-indsatser fjernt fra Danmark er mangefacetterede og stærkt afhængige af den konkrete politiske og kulturelle kontekst. Her vil jeg nøjes med at notere, at både strategi, projektorganisering og metodiske værktøjer løbende er blevet finjusteret, i takt med at Kulturpanelet har gennemført hyppige devalueringer og effektmålinger af samarbejdet.

Skønt USA og Europa pænt måtte vente med at komme på IKPs verdenskort til *Handlingsplanen 2017-20*, kunne der i perioden for de første to handlingsplaner alligevel koordineres en håndfuld særligt prioriterede projekter i USA i krydsfeltet mellem kultur- og offentlighedsdiplomati. Restaurering af den dansk-designede *Trusteeship Council Chamber* – i daglig tale *Finn Juhl Salen* – i FN-bygningen i New York var blandt disse større enkeltstående projekter, som nød godt af både strategiske midler og tværministeriel koordination. Her gik KUM og UM på særlig invitation af Danmark fra FN sammen om at skaffe finansiering og designfaglig ekspertise til fremtidssikring af den gamle rådsal (Ifversen o.a., 2013), dels med restaurering af Finn Juhls ikoniske interiør fra 1950'erne, dels med nye sekretariatsstole og borde tegnet af den unge designerduo *Salto & Sigsgaard*, som vandt en designkonkurrence udskrevet til

lejligheden af Statens Kunstfond. *Realdania* bidrog med en større bevilling til genetablering af den ”demokratiske” gulvkonstruktion, og Udenrigsministeriet afsatte helt ekstraordinært 2 mio. kr. til markedsføring af projektet. Mens Danmarks Permanente FN Mission i New York koordinerede donationen til FN, forestod generalkonsulatet markedsføringsdelen på amerikansk jord, herunder *pitch* af journalistbesøg for den internationale designpresse, lancering af vinderne fra designkonkurrencen på *MoMA* under overværelse af H.M. Dronning Margrethe, i tilgift til koordinering af diverse publikationer og kulturprogrammer. I foråret 2013 kunne salen genåbnes under stor international mediebevågenhed med deltagelse af bl.a. H.K.H. Kronprinsessen, Udviklingsministeren og FNs generalsekretær, samt med designfaglige paneldebatter og live musik af den populære danske sangerinde Oh Land. Skræddersyede omvisninger og undervisningsprogrammer for amerikanske designskoler, brancheorganisationer og museer er fortsat helt frem til 2019, hvilket vidner om den store *spinoff* effekt af den oprindelige, danske investering. Således har generalkonsulatet indhøstet betydelige lokale netværk fra indsatsen, som senere er kommet andre danske kulturaktører til gode.

Også *The Nielsen Project* og *The Arctic Imagination Project* er eksempler på større kulturudvekslingsprojekter, som har kunnet gennemføres i løbet af det seneste årti med New York som omdrejningspunkt udenfor IKP-handlingsplanernes geografiske prioritering, men som alligevel har nydt godt af *KUM-UM Samarbejdsaftalens* tværgående koordinerings- og finansieringsmodel. Førstnævnte var en større satsning i anledning af Carl Nielsens 150 års fødselsdag, bygget op omkring *New York Philharmonics* pladeindspilninger af komponistens samlede orkesterværker under ledelse af den karismatiske chefdirigent Alan Gilbert og med Danmarks nationale pladeselskab *Dacapo Records* som primus motor; sidstnævnte var et højtprofileret bibliotekssamarbejde med afsæt i Danmarks interesser i Arktis i partnerskab mellem *LIVE at the New York Public Library*, Det Kongelige Biblioteks Internationale Forfatterscene samt en lang række biblioteker, fonde og aktører i Norden. Fælles for alle disse projekter er udetjenestens centrale rolle som medfacilitator af partnerskaberne, kombinationen af Public Diplomacy-midler og *KUM-UM seed funding*, sikring af dansk VIP-deltagelse, samt kommunikation af den overordnede fortælling. Med mit førstehåndskendskab vil jeg vove den påstand, at ingen af projekterne ville have opnået den store bevågenhed og gennemslagskraft, de hver især fik, uden rådgivning og strategisk forankring fra den lokale frontpost, som generalkonsulatets placering i det formaliserede kultursamarbejde kunne tilbyde. Desværre har ingen af disse flerårige projekter været underkastet ekstern evaluering, hvilket kunne have kastet lys over det præcise omfang af værdiskabelsen i den tværgående projektorganisering.

Med *IKP Handlingsplanen 2017-20* kom turen omsider til USA og de europæiske nærmarkeder. I en forandret og på mange måder tilspidset geopolitisk virkelighed lød især Udenrigsministeriets analyse, at Danmark – efter seks års eventyr på de nye vækstmarkeder – nu havde behov for at styrke samarbejdet og dialogen med sine ”gamle” allierede. Samtidig viste en bred høring blandt

dansk kulturlivs egne aktører, at der var fornyet appetit på at udbygge faglige netværk på netop disse destinationer, samt give et løft til dansk eksport i den kreative sektor på de største eksportmarkeder. For USA's vedkommende valgte man at fokusere på seks amerikanske storbyer – Chicago, Detroit, Houston, Seattle, Los Angeles og Austin – hvor udetjenestens reaktive kulturarbejde aldrig eller kun sjældent har haft en længerevarende tilstedeværelse, men hvor fremkomsten af nye vækstcentre inden for især arkitektur, design, musik, billedkunst, samt børne- og ungekultur leverede et særligt incitament. I tilgift til målsætningen om kultureksport blev indsatsen bundet sammen af en stærk værdifortælling omkring grøn og social bæredygtighed – igen på foranledning af kulturdiplomatiets analyse. Som noget nyt blev der lagt op til styrkelse af indsatsen gennem myndighedssamarbejder, ligesom kontakt til amerikanske fonde var et særligt prioriteret område. KUM-UM-styregruppen afsatte 3 mio. kr. i *seed funding*, hvortil der blev skaffet fonds- og partnerfinansiering på over 18 mio. kr. Resultatet blev 69 selvstændige kulturudvekslingsprojekter fordelt på 454 enkeltaktiviteter mellem danske og amerikanske aktører i de seks byer (Kulturministeriet, Bilag 1, 2021: 11). Som ved tidligere IKP-indsatser blev der gjort flittigt brug af researchrejser og besøgsprogrammer, mens kommunikationsindsatsen blev differentieret ift. byernes meget forskellige medielandskaber i erkendelse af, at USA er for stort et marked til en *one-size-fits-all*-tilgang. Af økonomiske årsager, men også grundet indsatsens meget spredte geografi, valgte man næsten udelukkende at satse på digitale og sociale medier. Som med *DaNY Arts* indgik udetjenestens repræsentationer i projektorganisering med Slots- og Kulturstyrelsen internationale kontor med henblik på at yde rådgivning og sikre vidensopsamling og sammenhængskraft i regi af den strategiske ramme. Fra Udenrigsministeriets side blev både eksport- og investeringsfremmekontorerne inddraget i en række konkrete projektpartnerskaber ift. områder som bæredygtig byudvikling og digital innovation. Samtidig søsatte Statens Kunstfonds projektstøtteudvalg for Arkitektur samt Kunsthåndværk og Design deres egne, parallelle og overlappende indsatser med betydelige synergier – og et markant løft på finansieringssiden – til følge.



Med IKP Handlingsplanen 2017-20 kom turen omsider til USA og de europæiske nærmarkeder. I en forandret og på mange måder tilspidset geopolitisk virkelighed lød især Udenrigsministeriets analyse, at Danmark – efter seks års eventyr på de nye vækstmarkeder – nu havde behov for at styrke samarbejdet og dialogen med sine "gamle" allierede.

Skønt det endnu er for tidligt at evaluere på de langsigtede effekter, står det allerede i dag klart, at der med *IKP USA-indsatsen 2017-20* er indsamlet omfattende, ny viden om de kunstfaglige miljøer i de seks udvalgte byer. Samtidig har de mange personlige og institutionelle kontakter både på aktør- og myndighedsniveau, bl.a. skabt gennem cirka 50 afholdte besøgsprogrammer, potentiale til at afføde mange nye samarbejder i de kommende år, hvorfor

der er afsat strategiske kulturmidler til opfølgning. Omvendt kan der næppe herske tvivl om, at den spredte geografi i dette tilfælde har udgjort en særlig udfordring – ikke mindst på kommunikationsfronten, hvor projekterne nok er blevet markedsført enkeltvis af de respektive lokalpartnere, men hvor IKP USA-indsatsen som sådan har været næsten usynlig for den bredere offentlighed i både USA og Danmark.

To årtier set i bakspejlet: model i balance – med plads til forbedringer

Det er en gammelkendt indsigt blandt kulturindsatsens aktører, at den præcise effekt af den internationale kulturudveksling er notorisk svær at måle på. Man kan naturligvis applikere diverse kvantitative måleværktøjer, hvilket også flittigt er blevet brugt gennem årene bl.a. efter forbillede fra det bredere offentlighedsdiplomati: Hvor mange afholdte researchrejser og besøgsprogrammer? Hvor mange deltagende aktører og afviklede aktiviteter? Hvor mange anmeldelser, højniveau-kontakter eller myndighedssamarbejder? Sådanne rent kvantitative opgørelser giver et udmærket billede af en given indsats samlede omfang, investering og aftryk, mens en egentlig kvalitativ evaluering eller omdømmeanalyse typisk kræver betydelige økonomiske og tidsmæssige ressourcer, som sjældent er til rådighed. EVA-instituttets eksterne evalueringen af *DaNY Arts*-indsatsen hører til blandt de sjældne undtagelser, og evalueringerne af det seneste årtis IKP-indsatser er da også overvejende blevet gennemført internt med aktørernes egne, forhåndenværende måleredskaber og estimater. På udetjenestens repræsentationer suppleres ofte med *testimonials* fra projektpartnere efter model fra Eksportrådet, ligesom embedsværkets dialog og opfølgning med deltagende kunstnere og kulturinstitutioner sikrer gode muligheder for løbende *feedback* og *ad hoc* effektmåling, f.eks. i forhold til mulighederne for opfølgning. Denne praksis er langt fra optimal, men desværre et grundvilkår indenfor et felt, hvor midler og årsværk i udgangspunktet er stærkt begrænsede.

➤➤ Det er en gammelkendt indsigt blandt kulturindsatsens aktører, at den præcise effekt af den internationale kulturudveksling er notorisk svær at måle på.

Som Danmarks kulturattaché i New York deltager jeg jævnligt i en række multilaterale fora med udenlandske kollegaer, bl.a. i regi af *Nordic Group*, *EUNIC NY Chapter* og *Public Diplomacy Coalition*, ligesom jeg inviteres til at tale ved konferencer på universiteter og hos non-profit organisationer. Reaktionen fra kollegaer og fagfæller, når jeg beretter om principper og projektorganisering bag de seneste års danske kulturudvekslingsindsatser, er ofte stor forundring iblandet slet skjult misundelse. Dette skyldes ikke mindst Kulturpanelets helhedsperspektiv og tværgående koordinering, men også det enestående samspil mellem kulturlivets egne logikker og de involverede ministeriers strategiske rammesætning. Skønt det er svært at finde valide analyser med sam-

menlignelige data, efterlader den daglige praksis og uformelle dialog blandt kollegaer på min udepost ofte indtryk af, at Danmark på kulturområdet er milevidt forud for mange af de lande, vi normalt sammenligner os med. Dette gælder f.eks. Norge og Tyskland, som stadig synes at foretrække mere traditionelle former for national kulturpræsentation, og hvor embedsværket ikke viger tilbage fra at indtage en direkte kuraterende rolle. Skønt Danmark er langt fra at investere lige så mange støttekroner eller diplomatiske årsværk som flere af vores europæiske nabolande, har vi ry for at bruge dem klogt, med bæredygtige partnerskaber og høj synlighed til følge. Her 14 år efter afslutningen af *DaNY Arts* modtager generalkonsulatet stadig henvendelser fra amerikanske institutioner, som ønsker at søge optagelse i programmet!

Opskriften på denne tilsyneladende frontposition skal efter min bedste overbevisning findes i projektmetoden, defineret ved høj grad af kunstnerisk frihed og fleksibilitet, i kombination med de statslige aktørers fælles retning og forpligtende optimering af faglige ressourcer i form af tværgående vidensdeling, fokusering og kommunikation. Sidstnævnte sikrer kulturlivets aktører relativ nem adgang til enkle værktøjer som *seed funding* og researchrejser, samt til kulturdiplomatiets løbende rådgivning, lokale ekspertise og langsigtede perspektiv. På denne måde indskrives de enkelte kunstneriske projekter i en større, meningsgivende sammenhæng – nogle gange i kraft af en fælles værdifortælling, som det var tilfældet med *Danish Design Project MoMA*, restaureringen af *Finn Juhl Salen* og *IKP USA*-indsatsen i de seks storbyer; andre gange blot i kraft af et fælles logo eller kritisk masse, hvad angår geografi og tidshorisont, som det var tilfældet med *DaNY Arts*.

I de vellykkede projekter indgår *Public Diplomacy*-indsatsens *top-down*-logik med sin klare, strategiske rammesætning i befordrende symbiose med kulturudvekslingens *bottom-up*-model, som har kunstens egenverdi, armlængdefinansiering og aktørsamarbejdet i centrum. I sidste ende er det kunstnerne egne fortællinger og udtryksformer, ikke statens, som tilføjer indsatserne den høje grad af legitimitet og bæredygtighed, mens staten omvendt investerer projektorganisering og vinder *goodwill* og *branding* værdi i kraft af den kreative sektors innovative løsninger, sanselige formgivning eller kritiske refleksion. I teorien kan det nemt ligne et minefelt af modsatrettede interesser, men i praksis foregår det i langt de fleste tilfælde ganske gnidningsfrit og med stor gensidig respekt og mærkbare gevinster til følge.

➤ I de vellykkede projekter indgår *Public Diplomacy*-indsatsens *top-down*-logik med sin klare, strategiske rammesætning i befordrende symbiose med kulturudvekslingens *bottom-up*-model, som har kunstens egenverdi, armlængde-finansiering og aktørsamarbejdet i centrum.

En vigtig ”sikkerhedsmekanisme,” som begrænser risikoen af kunstens instrumentalisering i statsmagtens tjeneste, skal findes i selve finansieringsmodel-

len: her går strategiske midler fra KUM-UM-styregruppen hånd i hånd med bevillinger fra armslængdeorganer som Statens Kunstfond eller fra udenlandske samarbejdspartnere. De enkelte projekter udvælges efter kriterier for høj kunstnerisk kvalitet, ligesom de hviler på reel efterspørgsel i modtagerlandet. Kunsterne og kulturinstitutionerne fastholder deres suveræne monopol på at skabe eller kuratere det kunstneriske indhold, mens embedsværk og myndigheder begrænser sig til at bistå med rådgivning, praktisk *know-how* og markedsføring. Samtidig åbnes mulighed for, at politiske og økonomiske perspektiver får lov til at befrugte kulturlivet i en højere sags tjeneste, som det f.eks. er tilfældet med de seneste års mange kunstprojekter i dialog med klimakrisen og FNs Verdensmål, eller i form af professionaliseringsgevinster og eksportpotentiale, som når danske designere og arkitektvirksomheder belyses i en kunstnerisk kontekst, som f.eks. på en biennale. Der eksisterer naturligvis mange parallelle former for værdiskabelse, men myten om den skabende kunstner i et ubesudlet vakuum uafhængigt af økonomiske og politiske kræfter har for længst måttet vige til fordel for en helhedsbetragtning, som også tager højde for kunstens produktionsbetingelser, markedsværdi og politiske potentiale som værdibærende markør eller kritiske moddiskurs. Således frisætter IKP-konstruktionen en merværdi, som transcenderer de individuelle projekter og muliggør større gennemslagskraft på den globale scene, end de fleste enkeltkunstnere turde drømme om.


➤ **Myten om den skabende kunstner i et ubesudlet vakuum uafhængigt af økonomiske og politiske kræfter har for længst måttet vige til fordel for en helhedsbetragtning, som også tager højde for kunstens produktionsbetingelser, markedsværdi og politiske potentiale som værdibærende markør eller kritiske moddiskurs.**

Helt overordnet kan man sige, at selve projektmetoden og den komplimentære finansieringsmodel med årene selv er blevet et centralt ”indhold” i kulturudvekslingen fra dansk side. Dette ses bl.a. i mange af projekterne under *IKP USA*-indsatsen, hvor det i højere grad er de kunstneriske processer og metodiske værktøjer, snarere end tematikker eller produkter i traditionel forstand, der er genstand for kultureksport, f.eks. forstået i forhold til parametre som borgerinddragelse, *co-creation* og social bæredygtighed. Kigger man på udetjenestens kulturrådgivning både i og uden for handlingsplanerne, er der de seneste år sket et markant skifte væk fra enkeltstående projekter til fordel for investering i langsigtede partnerskaber og netværksskabelse.

Samtidig er det en banal indsigt, at robust projektorganisering koster penge, særligt i form af årsværk og tilstedeværelsen af de rette faglige kompetencer. Mens vores skandinaviske og europæiske nabolande gør udstrakt brug af udsendte kulturattachéer, forlader den danske udenrigstjeneste anno 2021 sig næsten udelukkede på lokaltansatte årsværk. Dette giver store fordele fsva.

smidighed, lokal *know-how* og netværkspleje i modtagerlandene, men skaber samtidig behov for løbende efteruddannelse og kompetenceudvikling, så medarbejderne i felten ikke mister kontakt til eller viden om de hjemlige kulturscener. Det faste, årlige Kulturseminar, finansieret af KUM-UM-midler og arrangeret af Slots- og Kulturstyrelsen med det formål at samle IKP-indsatsens aktører til erfaringsudveksling, dialog og inspiration, opfylder en del af dette behov, men kan dårligt stå alene. Således kunne man med fordel se på muligheden af at styrke kommende internationale indsatser med mere målrettet investering i projektansættelser, f.eks. i form af en omrejsende IKP *Task Force* kombineret med mere systematisk vidensopsamling på hjemmefronten, evt. i samarbejde med én eller flere forskningsinstitutioner. Endelig kan øremærkede midler til hyppigere ekstern, kvalitativ evaluering og effektmåling af de større indsatser bidrage til at skærpe succeskriterierne, samt skabe større synlighed og mere langtidsholdbar læring af de opnåede resultater.

Når jeg taler med de mange aktører og embedsfolk, der er engageret i det internationale kulturarbejde, udtrykker langt størstedelen en oplevelse af, at der er tale om et fantastisk værdifuldt stykke arbejde, som har potentiale til at afsætte markante og varige aftryk samt generere en mangfoldighed af *spin-off* effekter – også i forhold til hårde, politiske parametre som vækst og beskæftigelse. Sidstnævnte kan for øjeblikket aflæses i ansættelsen af et stigende antal eksportrådgivere inden for netop den kreative sektor. Skulle man opgøre *branding*-gevinsten af Danmarks internationale kulturudveksling i kroner og øre, ville man næppe kunne drømme sig til markedsføringsbudgetter store nok til at købe sig til samme positive effekt ad kommercielle kanaler. Skønt der altid er plads til forbedringer, hvad angår praktisk udførelse og konkret prioritering, er det svært at se bort fra, at både formålsbeskrivelser, projektorganisering og kulturdiplomatiets operationelle værktøjskasse har fundet sin storform gennem de seneste to årtier. Den brede politiske konsensus og opbakning, som i det store og hele har bestået intakt siden *Regeringens Handlingsplan 2010*, kan heller ikke undervurderes.

 **Med udløbet af IKP Handlingsplanen 2017-20 og coronapandemiens midlertidige omdirigering af politisk fokus og ministerielle årsværk til administration af hjælpepakker på den nationale scene står Danmarks internationale kulturudveksling nu atter ved en skillevej.**

Med udløbet af *IKP Handlingsplanen 2017-20* og coronapandemiens midlertidige omdirigering af politisk fokus og ministerielle årsværk til administration af hjælpepakker på den nationale scene står Danmarks internationale kulturudveksling nu atter ved en skillevej. Man kan kun håbe på, at de seneste årtiers mangfoldige resultater og hårdt tilkæmpede erfaringer vil give anledning til fornyet interesse og langsigtede investering i det store potentiale, som Danmarks kulturdiplomati tilbyder.

Noter

- 1 Stor tak til stud. mag. Sofie Dalhoff Saabye for assistance med research og fremskaffelse af arkivmateriale.
- 2 Muhammed-krisen 2004 refererer efterdønningerne af mordet på den hollandske filminstruktør Theo van Gogh, hvor Mohammedkrisen 2006 refererer efterdønningerne på Jyllandspostens offentliggørelse af en række karikaturtegninger i 2005.

Litteratur

- Bødker, Kirsten (2006), "Kunst over Atlanten," *Børsen*, 31. oktober.
- Carter, David (2015), "Living with instrumentalism: the academic commitment to cultural diplomacy," *International Journal of Cultural Policy*, 21(4): 478-93.
- Danmarks Evalueringsinstitut (2008), *Netværk, Knowhow og synlighed. Evaluering af DaNY Arts*, Danmarks Evalueringsinstitut.
- Generalkonsulatet New York (2004), *Danish Design at MoMA*, Udenrigsministeriet.
- Hansen, Lise Bach og Juliane Hartsø Lassen, red. (2018), *Arctic Imagination: New York, Nuuk, Oslo, Copenhagen, Stockholm*, København: Det Kongelige Bibliotek.
- Ifversen, Karsten R.S., Birgit Lyngbye Pedersen og Michael Sheridan (2013), *Finn Juhl at the UN – a living legacy*, Strandberg Publishing.
- Kulturministeriet (2000), *Aktstykke om oprettelse af Internationalt Kultursekretariat*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2010), *Regeringens strategi for styrket internationalisering af dansk kulturliv*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2011), *Kunststøtteudvalgets rapport om det statslige Kunststøttesystem*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2013), *Sammenhæng, synergi og samarbejde: Strategisk handlingsplan 2014-16, Det Internationale Kulturpanel*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2017), *Det Internationale Kulturpanel – Strategi for 2017-2020*, København: Kulturministeriet.
- Kunstyrelsen (2007), *Kultursamarbejde Berlin – Danmark. Berlinaut-projektbeskrivelse*, København: Kulturministeriet.
- Nisbett, Melissa (2013), "New perspectives on instrumentalism: an empirical study of cultural diplomacy," *International Journal of Cultural Policy*, 19(5): 557-75.
- Regeringen (2007), *Offensiv Global Markedsføring af Danmark. Oplæg til Handlingsplan*, København: Erhvervs- og Vækstministeriet.
- Regeringen (2011), *Handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark. Statusrapport 2011*, København: Erhvervs- og Vækstministeriet.
- Royal Danish Consulate General New York (2006), "Danish Artists Embrace New York, Backed by \$2 million in Funding for 42 Creative Collaborations with New York Artists," pressemeddelelse.
- Slots- og Kulturstyrelsen (2021), *Evalueringsnotat: Evaluering af Indsatsområderne af Det Internationale Kulturpanels Handlingsplan 2017-2020 & Bilag 1 – Økonomi og kvantitative data, IKP 2017-20*, Kulturministeriet: ikke offentligt tilgængelig.
- Slots- og Kulturstyrelsen (2018), *IKP USA Projektgrundlag*, Kulturministeriet: ikke offentligt tilgængelig.
- Slots- og kulturstyrelsen (jan. 2021), *Evalueringsnotat: evaluering af indsatsområderne i Det Internationale Kulturpanels handlingsplan 2017-20 samt Bilag 1 Økonomi og Kvantitative Data: Evaluering af IKP indsatsen 2017-20*, Kulturministeriet: ikke offentligt tilgængeligt.
- Statens Kunstråd (2004), *Rapport fra Kunstrådets udvalg vedr. det internationale kultursamarbejde*, også kendt som "KIU-rapporten," København: Kulturministeriet.
- Statens Kunstråd (2010), *Kunsten og Globaliseringen*, København: Kulturministeriet.
- The Ministry of Trade and Industry og The Ministry of Culture (2001), *Denmark's Creative Potential. Culture and Business Policy Report 2000*, København: Økonomi og Erhvervsministeriet og Kulturministeriet.