

Kulturdiplomati i forandring – Et genbesøg med instrumentaliseringsdebatten

Temanummer: Det moderne Rusland i krig

Instrumentalisering af kultur – når kunst og kultur bruges som et instrument til at opfylde formål på andre områder end kulturens eget – har længe præget det kulturpolitiske område. Også i kulturdiplomati har instrumentaliseringen sat sit aftryk. Med udgangspunkt i Danmark og dansk kulturdiplomati i USA undersøger jeg i denne artikel, hvordan et øget fokus på kommercialisering og markedsføring reflekteres i dansk international kulturpolitik, samt hvilke implikationer dette fokus har for dansk kulturdiplomati og for den konkrete kunst og kultur, der omsæt-

tes via diplomatiet. Hovedargumentet i artiklen er, at den eksisterende instrumentaliseringsdebat bygger på et anakronistisk skel mellem discipliner. Debatten har derfor haft en tendens til at anskue instrumentaliseringen i et snævert risikoperspektiv, hvor instrumentaliseringen ses som en trussel mod kulturens intrinsiske værdier eller kultur for kulturens egen skyld. Der er i dette lys brug for en bedre forståelse for instrumentaliserings komplekse dynamikker, hvor også instrumentaliserings positive bidrag på kunst- og kulturområdet tages i betragtning.

Dansk international kulturpolitik og instrumentaliseringsdebatten

I 2010 fremlagde den siddende regering ”Regeringens strategi for styrket internationalisering af dansk kulturliv” (Kulturministeriet, 2010b). Strategien mødte bred opbakning og har siden fungeret som udgangspunkt for Danmarks internationale kulturpolitiske arbejde. I regeringsstrategien lægges der vægt på, at udveksling af dansk kultur i udlandet ikke kun er vigtig for udviklingen af dansk kulturliv – *kultur for kulturens egen skyld* – men at dansk kultur også er med til at markedsføre Danmark og har et kommercielt potentiale. Som et afgørende tiltag i strategien nedsattes derfor Det Internationale Kulturpanel (IKP), som fik til formål at øge samarbejdet og fokuseringen af indsatsen for styrket internationalisering af dansk kulturliv og profilering af Danmark som kulturnation. Det strategiske arbejde, der før fandt sted i en snæver samarbejdsaftale mellem Kulturministeriet og Udenrigsministeriet, blev med strategien placeret i det bredere kulturpanel, der går på tværs af Kulturministeriet, Udenrigsministeriet og Erhvervs- og Vækstministeriet samt en række danske kultur- og erhvervsaktører (ibid).

Det øgede fokus på kommercialisering og markedsføring skaber nye vilkår og opgaver for dansk kulturdiplomati. Som en del af IKP’s 2017-2020 strategi har panelet valgt at fokusere på USA som ét blandt tre særlige geografiske indsatsområder. Det betyder, at der i løbet af perioden bliver øremærket en pose penge til en lang række dansk-amerikanske kulturudvekslingsprojekter i USA (Kulturministeriet, 2016). Generalkonsulatet i New York spiller en central rolle i arbejdet med at realisere strategiplanens målsætninger i USA. I denne artikel undersøger jeg, hvordan det øgede fokus på kommercialisering

**JOHANNE GUTTMAN
ANDERSEN¹**

stud.scient.pol.,
Institut for Statskundskab,
Københavns Universitet,
johanne-guttman@hotmail.com

og markedsføring reflekteres i IKP's 2017-2020 strategi, samt hvilke implikationer det har for dansk kulturdiplomati i New York og for den konkrete kunst og kultur, der omsættes via diplomatiet.

Denne undersøgelse er vigtig, fordi oprettelsen af det bredt funderede kulturpanel taler ind i en større kommercialiseringstendens på kulturområdet, hvor kunstneriske og kulturudviklingsmæssige formål sammentænkes med formål om øget turisme og om at skabe økonomisk vækst (Almbjerg, 2018). Det teoretiske bagtæppe i denne artikel lægger sig derfor tæt op ad en kompleks instrumentaliseringsdebat, som længe har præget det kulturpolitiske felt. Debatten handler om, hvilke implikationer det har, når kultur bruges som et instrument til at opfylde formål på andre områder end kulturens eget (Nisbett, 2013: 558; Belfiore, 2004: 184; Carter, 2015: 483). Ofte er instrumentaliseringsdebatten blevet reduceret til et spørgsmål om økonomi, ikke mindst i kølvandet på 80'ernes *New Public Management*-bølge, hvor også den offentligt finansierede kultur har måtte leve op til performancemål for at legitimere sig selv og opnå finansiering (Belfiore, 2004: 195). Karakteristisk for instrumentaliseringsdebatten er, at den konstant er blevet anskuet i et risikoperspektiv, hvor instrumentaliseringen i overvejende grad forstås som en udvikling, der truer kulturen og kunsten (Gibson, 2008: 247). Det gennemgående argument i litteraturen handler i dette risikoperspektiv om de *negative* konsekvenser, som instrumentaliseringen har for kulturens intrinsiske eller iboende værdier, som knytter sig til idéen om *kultur for kulturens egen skyld* (Belfiore, 2004: 200; Gibson, 2008: 250).

Det Internationale Kulturpanels Strategi 2017-2020

Den gældende IKP-strategi løber fra 2017-2020 og er den tredje handlingsplan siden panelets oprettelse i 2010. Væsentligt for IKP-strategierne er, at de er udviklet på baggrund af et langt mere koordineret felt af aktører, end det før 2010 har været praksis på området (Kulturministeriet, 2010b: 34). Det koordinerede arbejde i panelet erstatter således en organisering, der af en undersøgelse foretaget af Statens Kunstråd i 2008 beskrives som "kringlet og ugennemskuelig" (ibid: 15). På den måde forpligtes aktørerne med oprettelsen af det internationale kulturpanel til at sammentænke deres interesser i fælles strategiske handlingsplaner, som er bindende for alle aktører, og som skal sikre en mere fokuseret dansk kulturudveksling med udlandet (ibid: 77). 2017-2020 strategien er formuleret med fire hovedformål og fem hovedprincipper. Derudover indgår et værdigrundlag, der stiller skarpt på de fortællinger om Danmark, som danner rammen om de kulturudvekslingsprojekter, der skal udmønte strategien (Kulturministeriet, 2016).

Hvor tidligere strategiers særlige indsatsområder har været struktureret efter tematiske såvel som geografiske afgrænsninger, har den gældende strategi kun fokus på geografiske indsatsområder (Kulturministeriet, 2010a; Kulturministeriet, 2013; Kulturministeriet, 2016). De udvalgte områder omfatter det nære Europa, Asien – og USA. De geografiske indsatsområder er hver især udvalgt

på baggrund af forskellige faktorer. Det fremhæves i strategien, at USA vælges på grund af landets dominerende position på kunst- og kulturscenen samt dets rolle som en vigtig alliancepartner, et vigtigt eksportmarked og et prioriteret marked i et turismeperspektiv for Danmark (Kulturministeriet, 2016).

Hovedstrategien er udviklet af Det Internationale Kulturpanel, der består af Udenrigsministeriet, Kulturministeriet og Erhvervsministeriet samt en bred vifte af kunstfagligt forankrede institutioner. For USA-indsatsen er der desuden blevet udarbejdet et specifikt projektgrundlag, som er formuleret af Generalkonsulatet i New York og Ambassaden i Washington D.C. i samarbejde med Slots- og Kulturstyrelsen. Som en del af projektgrundlaget er der blevet sat fokus på seks amerikanske byer – Los Angeles, Seattle, Austin, Houston, Chicago og Detroit – hvor Ambassaden dækker de tre første, mens konsulatet dækker de tre sidste (Kulturministeriet, 2017).

De særlige indsatsmidler til IKP-strategien afsættes gennem styregruppen, som består af Udenrigsministeriet og Kulturministeriet (Kulturministeriet, 2010b: 77). Indsatsen støttes derudover økonomisk på udvalgte områder af Statens Kunstfond og andre kunst- og kulturinstitutioner i Danmark.

I USA består projektorganiseringen hovedsageligt af en styregruppe og en koordineringsgruppe. Styregruppen har til opgave at godkende de overordnede beslutninger og består af ambassadøren i Washington D.C., generalkonsulen i New York og kontorchefen i det internationale kontor i Slots- og Kulturstyrelsen. Koordineringsgruppen består af operative medarbejdere på de tre institutioner og skal sikre koordinering af de forskellige projekter samt kommunikation (Kulturministeriet, 2017: 10). På generalkonsulatet i New York er det kulturattachéen, der er projektansvarlig.

Kulturdiplomati

Siden den kolde krig – og yderligere forstærket i kølvandet på 11. september 2001 – er opmærksomheden på kulturdiplomati blevet skærpet, og i dag anvendes kulturdiplomati som et vigtigt værktøj i mange nationalstaters diplomatiske arbejde (Mark, 2009: 2; Schneider, 2006: 191). Den (begrænsede) politologiske forskning vedrørende kulturdiplomati efterlader dog en betydelig definatorisk uklarhed omkring kulturdiplomati samt kulturdiplomatiets kontaktflader til beslægtede begreber som offentlighedsdiplomati, nation branding, blød magt og propaganda (Ien Ang og Mar, 2015: 365f; Mark, 2009: 1) De teoretiske skel mellem begreberne er relevante i undersøgelsen, fordi begreber som offentlighedsdiplomati og nation branding i høj grad baserer sig på markedsførings- og kommercialiseringstankegange (Marcussen, 2016: 279). Ved at fremhæve væsentlige egenskaber ved kulturdiplomati samt anskue disse i relation til begreber som offentlighedsdiplomati og nation-branding bliver det i det følgende muligt at opstille fire forskellige parametre, der kan belyse, hvad der sker, når markedsføring og kommercialisering træder ind på kulturdiplomatiets domæne. De fire parametre kan endelig danne ud-

gangspunkt for en idealtypisk skelnen mellem det, jeg kalder ”det klassiske kulturdiplomati” og ”det kommercialiserede kulturdiplomati”.

Kulturudvekslingens retning

Det første parameter tager udgangspunkt i det, jeg kalder *retningen* på kulturudvekslingen. En i litteraturen udbredt definition af kulturdiplomati er kulturdiplomati som udveksling af idéer, information, kunst og andre kulturelle aspekter mellem folk og nationer med henblik på at skabe gensidig forståelse (Cummings, 2009: 1). Et iboende træk ved kulturdiplomati set i lyset af denne definition er altså, at der er tale om en *gensidig* frem for en ensrettet proces. Kulturdiplomati har med andre ord at gøre med ”det mellemfolkelige”, hvor den kulturelle udveksling ligeså meget handler om at opnå forståelse for andres kultur og at lade den spille tilbage på hjemlandet som at udbrede egen kultur. Kulturdiplomati fungerer i dette lys også som grobund for tillid (Goff, 2013: 3f; Schneider 2009: 265). Offentlighedsdiplomati følger derimod en mere ensrettet proces, hvor formålet er at promovere egen kultur eller at ”nation-brande” (Berger, 2008: 3; Goff, 2013: 4). Nation branding kan med andre ord forstås som omdømmearbejde, hvori der indgår en særlig fortælling om en nation, som har til formål at ændre nationens omdømme i udlandet (Marcussen, 2016: 353). Dette teoretiske skel mellem kulturdiplomati og offentlighedsdiplomati kan altså sige noget om, hvordan retningen på kulturudvekslingen ændres fra en gensidig til en ensrettet proces, når man bevæger sig fra kulturdiplomati mod offentlighedsdiplomati.

Kulturudvekslingens formalitet

Dette parameter handler om diplomaternes rolle i kulturudvekslingen. Kulturdiplomatiets mellemfolkelige udgangspunkt med formål om skabe tillid og gensidig forståelse tilfører kulturdiplomati en *uformel* dimension (Goff, 2013: 9). I den forbindelse kan det problematiseres, at for meget indblanding fra embedsmænd og diplomater kan have negativ indflydelse på kulturudvekslingen. Dette argument hænger sammen med pointen om kulturudvekslingens retning. Når kulturudvekslingen formaliseres gennem statslig indblanding, *forstyrres* den rene udveksling mellem kunstnere og kulturaktører, og udvekslingen risikerer at få karakter af at blive ensrettet med et mål om at opnå indflydelse. Når kulturudvekslingen derimod foregår som en uformel, ren interaktion mellem kunstnere, skabes der bedre vilkår for en reciprocitet i kulturudvekslingen. En formaliseret kulturudveksling med høj grad af styring fra embedsværket risikerer at have karakter af propaganda og at skabe kløfter frem for gensidig forståelse (Mark, 2009: 34; Goff, 2013: 10f). Dette parameter er interessant i undersøgelsen af IKP-strategien, fordi strategien er formuleret fra centralt hold og i høj grad involverer forskellige dele af embedsværket.

Kulturudvekslingens indhold

Fælles for offentlighedsdiplomati og kulturdiplomati er, at der i de to former for diplomati søges indflydelse gennem brug af blød magt – gennem tiltræk-

ning og overbevisning – frem for hård økonomisk og militær magt (Mark, 2009: 15; Nye, 2013: 5). Både offentlighedsdiplomati og kulturdiplomati har et langsigtet perspektiv, hvor indflydelsen er mere usynlig og ikke sker fra den ene dag til den anden, hvilket gør blød magt til et svært begreb at måle på (Schneider, 2006: 196; Changhe, 2013: 8).

Men det er langt fra entydigt, hvad *blød magt* dækker over. I den forbindelse er det relevant at fremhæve en udvikling fra det traditionelle kulturdiplomati kendetegnet ved udveksling af højkultur mod et moderne kulturdiplomati, hvor populærkultur i stigende grad gør sit indtog. Denne indholdsmæssige skelnen mellem højkultur og populærkultur er relevant i undersøgelsen af, hvordan det øgede fokus på kommercialisering og markedsføring afspejles i IKP's strategi, simpelthen fordi populærkultur i sin natur er et kommercielt fænomen, der baseres på efterspørgsel frem for kvalitet (Mark, 2009: 5; Goff, 2013: 7). Den udtryksmæssige forskel mellem høj- og populærkultur kan desuden forstås gennem en skelnen mellem det smalle og det brede kulturbegreb. Det smalle kulturbegreb baserer sig på de klassiske, kunstneriske udtryksformer så som musik, scenekunst, kunsthåndværk, litteratur osv. og lægger vægt på kunstnerisk kvalitet. Det brede kulturbegreb har derimod et mere antropologisk udgangspunkt, hvor også udtryksformer som for eksempel mad, sport, videnskab, sprog, politik og normer inddrages, og hvor der lægges vægt på folkelighed og efterspørgsel (Rasmussen, 2016: 24f).

Kulturudvekslingens kommunikationskanaler

Et fjerde parameter, som kan være med til at undersøge den øgede kommercialisering og markedsføring i kulturdiplomati, er brugen af nyhedsmedier og sociale medier. Medierne indtager en afgørende rolle i forhold til en stats markedsføring og omdømme, fordi medierne påvirker og former forståelser (Goff 2013: 8). Med andre ord har medierne en betydelig indflydelse på, hvordan stater og andre aktører i det internationale system opfatter hinanden. Medierne skaber et øget internationalt informationsflow, som hænger sammen med – og kompliceres yderligere af – et mere komplekst aktørbillede på den internationale, politiske spillebane, hvor ikke mindst civilsamfundets øgede indflydelse skaber nye vilkår for diplomatiet (Hochstetler, 2013). Det er muligt at spore en udvikling fra *klubdiplomati* præget af interaktion mellem forskellige landes udenrigsministerier og diplomater, mod *netværksdiplomati*, som præges af interaktion mellem et meget bredere sæt af aktører. Det betyder, at stater og diplomater, der handler på statens vegne, har meget mindre kontrol over den information, der er med til at skabe et billede af landet i udlandet (Heine, 2013: 3). For at "tæmme" et lands omdømme må aktørerne nødvendigvis også i høj grad tæmme medie billedet (Cooper et al., 2013: 20). Med det øgede fokus på kommercialisering og markedsføring er det derfor væsentligt at kigge på inddragelsen af medier og mediestrategier i IKP-indsatsen. Argumentet er her, at en høj inddragelse af medier, her nyhedsmedier og sociale medier, er afgørende, når kulturudvekslingen først og fremmest har et kommercielt sigte.

Det klassiske kulturdiplomati og det kommercialiserede kulturdiplomati

På baggrund af de fire parametre vil jeg i dette afsnit opstille en idealtypisk skelnen mellem to typer af kulturdiplomati ”Det klassiske kulturdiplomati” og ”Det kommercialiserede kulturdiplomati” (se tabel 1). Som første led i udviklingen af de to idealtyper er det nødvendigt at operationalisere de fire parametre. Først præciseres parametrene i klare systematiske begreber, hvorefter disse koges ned til egentlige indikatorer (Bischoff og Klemmensen, 2012: 52f).

Tabel 1: Operationalisering af kulturdiplomatiets fire parametre

	Systematiseret begreb	Indikatorer
Kulturudvekslingens retning	Systematiseres gennem en skelnen mellem 1. En reciprok proces, som skaber en dialog mellem Danmark og det land, der udveksles med, og hvor begge lande påvirkes som et resultat af processen. 2. En simpel ensrettet proces, hvor Danmark promoverer egen kultur i en handling præget af fravær af dialog og gensidig påvirkning.	1. Tilstedeværelsen af partnerskaber mellem danske og amerikanske kunst- og kulturaktører i IKP-strategien 2. Danmarks udbytte af kulturudvekslingen. 3. USA's udbytte af kulturudvekslingen.
Kulturudvekslingens formalitet	Systematiseres gennem en opdeling i 1. En uformel kulturudveksling kendetegnet ved høj grad af autonomi på det udøvende aktørniveau (kunster til kunstner) og lav grad af indblanding fra embedsmænd og diplomater. 2. En formel kulturudveksling kendetegnet ved høj grad af indblanding fra embedsmænd og diplomater og lav grad af autonomi på det udøvende niveau.	1. Embedsmandens/diplomatens rolle i det koordinerende arbejde med IKP. 2. Embedsmandens/diplomatens rolle i det strategiske arbejde med IKP. 3. Embedsmandens/diplomatens rolle i arbejdet med det konkrete kulturudvekslingsprojekt i IKP. 4. Embedsmandens/diplomatens indflydelse på IKP-projekterne.
Kulturudvekslingens indhold	Systematiseres gennem en skelnen mellem 1. Høj kunstnerisk kvalitet, typisk manifesteret gennem de klassiske kunstneriske udtryksformer: Arkitektur, billedkunst, film, kunsthåndværk og design, litteratur, musik og scenekunst. 2. Høj efterspørgsel og høj brandingværdi, typisk manifesteret gennem et bredt kulturbegreb, der også involverer udtryksformer som mad, sport, videnskab, sprog, religion, politik, normer osv.	1. Udvælgelseskriterier for projekter i IKP. 2. Typer af kulturprojekter, der indgår i IKP. 3. Projekter, der evt. selekteres fra.
Kulturudvekslingens kommunikationskanaler	Systematiseres gennem en skelnen mellem 1. Lav inddragelse af moderne kommunikationsteknologiske kanaler i arbejdet med kulturudvekslingsprojekterne. 2. Synliggørelse af kulturudvekslingsprojekter gennem strategisk og høj inddragelse af moderne kommunikationsteknologiske værktøjer og kanaler, herunder nyhedsmedier og sociale medier.	1. Kommunikative værktøjer og medier der anvendes i IKP 2. Intensiteten af anvendelsen af disse 3. Graden af strategisk rolle, de tildeles.

På baggrund af ovenstående operationalisering opstiller jeg to idealtyper, som jeg kalder ”det klassiske kulturdiplomati” og ”det kommercialiserede kulturdiplomati”:

Tabel 2: Det klassiske kulturdiplomati og det kommercialiserede kulturdiplomati

	Klassisk kulturdiplomati	Kommercialiseret kulturdiplomati
Kulturudvekslingens retning	En reciprok proces, som skaber en dialog mellem Danmark og det land, der udveksles med, og hvor begge lande påvirkes som et resultat af processen.	En simpel ensrettet proces hvor Danmark promoverer egen kultur i en handling præget af fravær af dialog og gensidig påvirkning.
Kulturudvekslingens formalitet	En uformel kulturudveksling kendetegnet ved høj grad af autonomi på det udøvende aktørniveau (kunstner til kunstner) og lav grad af indblanding fra embedsmænd og diplomater.	En formel kulturudveksling kendetegnet ved høj grad af indblanding fra embedsmænd og diplomater og lav grad af autonomi på det udøvende niveau.
Kulturudvekslingens indhold	Høj kunstnerisk kvalitet, typisk manifesteret gennem de klassiske kunstneriske udtryksformer: Arkitektur, billedkunst, film, kunsthåndværk og design, litteratur, musik og scenekunst.	Høj efterspørgsel og høj brandingsværdi, typisk manifesteret gennem et bredt kulturbegreb, der også involverer udtryksformer som mad, sport, viden-skab, sprog, religion, politik, normer osv.
Kulturudvekslingens kommunikationskanaler	Lav inddragelse af moderne kommunikationsteknologiske kanaler i arbejdet med kulturudvekslingsprojekterne.	Synliggørelse af kulturudvekslingsprojekter gennem strategisk og høj inddragelse af moderne kommunikationsteknologiske værktøjer og kanaler, herunder sociale medier.

Da der er tale om idealtyper, er det vigtigt at understrege, at det ikke er formålet at anvende disse til at trække en bestemt kategori ned over IKP-strategien og det kulturdiplomatiske arbejde på konsulatet i New York. Snarere er det formålet, at den idealtypiske skelnen mellem det klassiske og det kommercialiserede kulturdiplomati skal forstås og anvendes som et kontinuum. Det betyder, at de definerende egenskaber ved det klassiske kulturdiplomati og det kommercielle kulturdiplomati ikke er gensidigt udelukkende, og at forskellige elementer fra de to idealtyper kan gøre sig gældende samtidig.

Undersøgelse af dansk kulturdiplomati i USA: Når kulturen sammentænkes med kommercielle interesser

Det klassiske og det kommercialiserede kulturdiplomati danner det teoretiske grundlag for undersøgelsen af, hvordan det øgede fokus på kommercialisering og markedsføring reflekteres i IKP's 2017-2020 strategi, samt hvilke implikationer det har for dansk kulturdiplomati i New York og for den konkrete kunst og kultur, der omsættes via diplomatiet.

Det metodiske udgangspunkt for undersøgelsen udgøres af tre kvalitative datakilder, som anvendes med forskellige, supplerende formål.

I undersøgelsen indgår en dokumentanalyse af de dokumenter, som vedrører IKP's 2017-2020 strategi. Dette omfatter selve hoveddokumentet for strategien med de overordnede målsætninger, narrativer og organisatoriske rammer for strategien, samt bilag, der forklarer valget af USA som fokusområde. Derudover findes en række strategiske dokumenter, der nærmere beskriver og fastsætter rammerne for indsatsen i USA, som jeg anvender sideløbende.

I undersøgelsen indgår desuden to strukturerede samtaler med henholdsvis Generalkonsulatets generalkonsul og kulturattaché: En samtale på generalkonsulatet i New York anvendes her som metode, fordi den kan give indblik i perceptioner og oplevelser blandt diplomaterne, som netop kan sige noget om udviklingen i det kulturdiplomatiske arbejde (Peabody et al., 1990: 454). For det første kan de to samtaler bidrage med et praktisk blik på IKP-strategien, samt hvordan kommercialiseringen kommer til udtryk i arbejdet med strategien. For det andet kan de to samtaler bruges til at analysere implikationerne af det øgede fokus på kommercialisering for det kulturdiplomatiske arbejde på generalkonsulatet. Hvor kulturattachéen ligger inde med særlig viden i forhold til de praksisser, der knytter sig realiseringen af IKP's strategi, kan samtalen med generalkonsulen give et mere helhedsorienteret og strategisk perspektiv på undersøgelsen.

De forskellige perspektiver, der søges belyst gennem de to samtaler, afspejles derfor også i den måde, de to forskellige samtaler er tilrettelagt på. Hvor spørgsmålene til generalkonsulen er mere overordnede og lægger op til en snak om det strategiske niveau, angår spørgsmålene til kulturattachéen i højere grad arbejdet med de konkrete projekter. Begge samtaler følger en semistruktureret form for at sikre en fleksibilitet i samtalen, og samtalerne er desuden begge struktureret omkring de fire parametre gennemgået tidligere i artiklen (Peabody et al., 1990: 452; Harrits et al., 2012: 149).

Endvidere har jeg haft mulighed for at udvide det empiriske grundlag for undersøgelsen gennem deltagende observation på generalkonsulatet i New York. Det er i den forbindelse væsentligt at fremhæve, at observationen er foregået, mens jeg har været ansat på generalkonsulatet, hvilket betyder, at jeg har indgået i det daglige arbejde på lige fod med resten af generalkonsulatets medarbejdere. Dette lægger utvivlsomt en del vægt på det deltagende element i observationen og bryder med forskningsidealer om forskeren som "fluen på væggen" (Elklit og Jensen, 2012: 139). I dette perspektiv kan man ikke se bort fra den effekt, som et deltagerbias kan have på min analyse. Dette gælder ikke blot det potentielle bias, der handler om påvirkning af de observeredes adfærd, men måske i endnu højere grad det bias, der opstår, idet jeg selv bliver en del af forskningsobjektet. På den anden side har min ansættelse på konsulatet givet mig mulighed for at få adgang til, og indblik i, processer og perspektiver i arbejdet med IKP-strategien, som uden den høje grad af deltagelse ikke ville have givet den samme helhedsforståelse og konkrete, praktiske berøring med det kulturdiplomatiske arbejde. Her det også vigtigt at pointere, at min ansættelse forløb som et midlertidigt praktikophold, og at jeg af denne grund har udfyldt assisterende frem for styrende og ansvarshavende – og dermed indflydelsesrige – funktioner.

Kulturudvekslingens retning: Dobbelt formål om markedsføring og dialogbaserede partnerskaber

IKP-strategien efterlader umiddelbart et uklart billede, når man kigger på det første parameter, der handler om kulturudvekslingens retning. På den ene

side trækker formålsparagraffer om ”Markedsføring af Danmark som land” og ”Fremme af kultureksport” mod det kommercialiserede kulturdiplomati. Begge formålsparagraffer lægger op til en ensrettet kulturudveksling, hvor formålet er at brande Danmark som land og turistattraktion og at afsætte kulturprodukter i udlandet. På den anden side trækker formålsparagraffer som ”Udvikling og fornyelse af dansk kunst og kultur” og ”Fremme af interkulturel dialog” mod det klassiske kulturdiplomati (Kulturministeriet, 2016: 4). Her er dialogaspektet er tydeligt. Desuden er det væsentligt at bemærke, at der i strategien lægges vægt på, at der skal være *lokal interesse* for de danske projekter, der indgår i IKP-indsatsen (ibid: 5). Dette underbygger pointen om, at der er tale om en reciprocitet i kulturudvekslingen og ikke en kulturudveksling, der er uafhængig af dem eller det, der udveksles med.

At gensidigheden i kulturudvekslingen spiller en vigtig rolle i arbejdet med IKP-strategien kommer også til udtryk i de to samtaler. Kulturattachéen giver udtryk for, at partnerskaber er fuldstændig alfa-omega i IKP-indsatsen og udtaler, at:

”Det er klart, at de mest interessante projekter er samarbejdsprojekterne. Det er der, hvor der ikke er tale om ren præsentation (...). Det kan være interessant i sig selv, at der er et kulturmøde osv., men det er jo ikke der, der opstår de langvarige, bæredygtige partnerskaber.”

I forlængelse af det forstår hun IKP som et projekt, hvor det på den ene side handler om at bringe Danmark ud i verden, men på den anden side er ”lige så værdifuldt at bringe verden til Danmark”. På trods af strategiens to formål om markedsføring og kultureksport tegner strategien altså ikke et billede af, at dette sker på bekostning af dialog i kulturudvekslingen. Hvordan det praktisk er muligt at kombinere strategiens dialogbaserede og ikke dialogbaserede elementer bliver tydeligt i artiklens næste afsnit om kulturudvekslingens formalitet.

Kulturudvekslingens formalitet: Et samspil mellem top-down og bottom-up processer

Kigger man på det andet parameter, der omhandler formalitet, er der ligeledes en dobbelthed at spore. For det første er det en pointe i sig selv, at der er tale om en strategi, der er udviklet af Det Internationale Kulturpanel, hvor de tre primære aktører er ministerier. IKP-strategien er altså på den ene side en strategi, der bygger på et initiativ, der, så at sige, kommer *oppefra*, og hvor rammerne for de projekter, der indgår i indsatsen, er skabt af IKP og ikke af kunstnerne selv. På den anden side indgår *aktørsamarbejde* som et hovedprincip i strategien. Dette hænger sammen med princippet om, at der i hvert projekt skal være et *langsigtet perspektiv*, som rækker ud over det enkelte projekt (Kulturministeriet, 2016: 5). Disse betragtninger peger igen i retning af et indbygget modsætningsforhold i strategien, som med afsæt i de teoretiske begreber forekommer svært at forene.

De to samtaler giver imidlertid et andet billede, som gør det vigtigt at skelne mellem to niveauer i strategien: det strategiske og det udøvende. For det første gives der i begge samtaler udtryk for, at generalkonsulatet i indsatsen spiller en strategisk rolle i forhold til at sikre, at arbejdet med strategien løbende lever op til strategiens overordnede kriterier. Generalkonsulen påpeger i den forbindelse, at den strategiske rolle kun bliver mere relevant, når IKP's mange aktører tages i betragtning: *”Ja, så er der mange kokke, og du bliver nødt til at måle på nogle meget, meget overordnede kriterier, og derfor er strategisk det helt rigtige ord.”*

Den strategiske rolle handler derimod ikke om at tage initiativ til de enkelte projekter eller på anden måde blande sig i den kunstneriske proces. Kulturattachéen giver her udtryk for, at konsulatets rolle på det udøvende projektniveau frem for alt er faciliterende, hvor konsulatet stiller sig til rådighed med tilstedeværelse og lokal know-how og rådgiver om for eksempel mulige finansieringskilder. Her arbejder konsulatet med kulturattachéens ord *”under the radar”* og lægger stor vægt på, at initiativerne kommer nedefra.

Denne skelnen mellem embedsværkets på ét niveau strategiske rolle og på et andet niveau faciliterende og rådgivende rolle viser, hvordan det er muligt at forene strategiens *top-down* styrede udgangspunkt med *bottom-up*-processer i det enkelte IKP-projekt. Kulturattachéen udtaler blandt andet:

”Altså her er man jo gået ind lidt ovenfra, lidt mere top down, som man jo også normalt gør det, når man arbejder med public diplomacy (red. offentlighedsdiplomati), hvor man ofte starter med budskabet og så finder man ud af, hvad det så er for nogle formater (...) vi skal lave (...) for at få formidlet Danmark eller de her danske værdier eller prioritetsområder på en bestemt måde. Det har man også lagt ned over kulturarbejdet, men uden at gøre vold på den der bottom up metode (...).”

Kulturattachéen påpeger, at samspillet mellem *top-down*- og *bottom-up*-processer er en implikation af, at der er sket en udvikling, hvor Udenrigsministeriet er blevet meget bedre til at sammentænke de kommercielle interesser med kulturen, uden at kulturen mister sin legitimitet.

Det praktiske samspil mellem *top-down*- og *bottom-up*-processer i arbejdet med strategien kan bruges til at forstå, hvordan det er muligt at forene dobbelte formål om markedsføring/kultureksport og kunstnerisk udvikling/interkulturel dialog, som fremhævet i forrige afsnit om kulturudvekslingens retning. Når der er kunstnerisk autonomi på det udøvende niveau, danner det grobund for en dialogbaseret udveksling mellem partnere i Danmark og USA, som ikke er forstyrret af embedsværkets indblanding. At autonomien har betydning for dialog gøres tydeligt i denne udtalelse af generalkonsulen:

”Kulturprojekterne fra Danmark kan skabe en dialog. Vi kommer med nogle udtryk, som er universelle. Det er jo det, kunsten kan. (...) der er ikke et dannebrog, der står ved siden af en balletdanser.”

Sidst peger kulturattachéen på et institutionelt aspekt, der er med til at sikre den kunstneriske autonomi. Med kun tre millioner danske kroner knyttet til selve IKP-strategien finder hovedfinansieringen af mange af IKP-projekterne sted i Statens Kunstfond, som er et armslængeorgan. Dette institutionelle aspekt er ifølge kulturattachéen med til at sikre, at det ikke er embedsmænd, der kommer til ”(...) *at sidde og håndplukke, hvad der er interessant, og hvilke projekter, der skal have en chance, og hvem der ikke skal*”.

Kulturudvekslingens indhold: Fortællingen sætter rammerne

Af IKP-strategien fremgår det, at høj kunstnerisk og kulturel kvalitet skal ses som det fremmeste af IKP-principperne (Kulturministeriet, 2016: 5). Dette taler altså umiddelbart i retning af det klassiske kulturdiplomati, hvor det er kunstnerisk kvalitet frem for efterspørgsel, der definerer den kultur og kunst, der udveksles. Læser man sig nærmere ind i strategien, viser et helt tredje kriterium dog at gøre sig gældende. Dette kriterium handler om kunstens og kulturens rolle i fortællingerne om Danmark. Selvom strategien ikke lægger op til et stramt narrativ, men derimod et fleksibelt narrativ med plads til kunstnerisk udfoldelse, gøres det alligevel klart, at der er tale om en fælles fortælling med en værdiramme, som kulturudvekslingsprojekterne på den ene eller anden måde skal holde sig inden for (ibid: 6f).

At det er rammefortællingen snarere end typen af kunst og kultur, der i første omgang er definerende for de projekter, der indgår i IKP, understøttes af de to samtaler. Generalkonsulen giver i samtalen udtryk for, at fortællingen om Danmark kan fortælles på mange måder og via mange former og metoder. På samme måde påpeger hun, at et bestemt narrativ altid vil være forenklet, og at der altid vil være noget, der ikke passer ind i narrativet, og som bliver sorteret fra. Markedsførings- og kommercialiseringsinteresserne afspejles her i det stærke fokus på en fortælling, der kan give et samlet billede af Danmark i udlandet. Men dette fokus står ikke i vejen for den kunstneriske kvalitet. Tværtimod er det lige præcis i IKP-indsatsen projekter af høj kunstnerisk kvalitet, der bruges til at fortælle historien om Danmark. Kulturattachéen siger i denne forbindelse, at ”(...) *det er jo altid kvaliteten, der er i allerhøjeste sæde, så selvom man tænker strategisk, så tænker man først og fremmest på kvalitet*”.

Også i analysen af kulturudvekslingens indhold bliver det altså tydeligt, at en *top-down*-rammefortælling om Danmark spiller sammen med *bottom-up* kunstnerisk frihed og høj kunstnerisk kvalitet. Det er den overordnede fortælling om Danmark snarere end *typen* af kunst, der er i første omgang er definerende for de projekter, der indgår i IKP. Det betyder også, at den høje kunstneriske kvalitet i IKP-projekterne ikke binder sig til bestemte udtryksformer – eller med andre ord til et smalt eller bredt kulturbegreb. Denne pointe er at spore i kulturattachéens udtalelse: ”*Jeg har set alle kunstarter og alle mulige blandingsformer af kunstarter og cross-over (...) være sindssygt effektive.*”

Kulturattachéen fremhæver derudover to mere praktiske omstændigheder, der er med til at bestemme, hvilke typer projekter der indgår i IKP-indsatsen.

For det første en økonomisk omstændighed, der handler om, at hovedfinansieringen som før nævnt ikke kommer fra IKP, men fra Statens Kunstfond. Kulturattachéen peger her på, at der har været et naturligt fokus på arkitektur, design og kunsthåndværk – simpelthen fordi det er de udvalgte i Statens Kunstfond, der er gået størst ind i IKP-indsatsen.

For det andet peger hun på en omstændighed, der omhandler kunsternes internationale modenhed. Kulturattachéen giver her udtryk for, at

”(...) det har noget at gøre med, hvor vi er i scenen hjemme, altså hvor internationale er de danske kunsthåndværkere, hvor meget har vi at byde på, hvor stærkt et miljø har man, hvor internationalt er det miljø på forhånd, og hvad har kunsthåndværkerne af egne skills?”

Her bliver det altså tydeligt, at ikke kun værdifortællingen og den kunstneriske kvalitet, men også mere praktiske omstændigheder som finansieringskilden og den eksisterende internationale modenhed har betydning for typen af projekter, der indgår i IKP.

Kulturudvekslingens kommunikationskanaler: En forudsætning for synlighed og en katalysator for dialog

Af den overordnede strategi fremgår kommunikation som et hovedprincip (Kulturministeriet, 2016: 5). Dette fokus på kommunikation udfoldes i det konkrete projektgrundlag for USA-indsatsen. Af projektgrundlaget fremgår det, at kommunikationsstrategien er todelt. For det første er der et ønske om at engagere såvel lokal amerikansk som dansk presse. For det andet fremhæves det, at sociale medier, herunder SoMe-kampagner, spiller en vigtig rolle, fordi det er her, parterne bag strategien selv kan styre budskabet (Kulturministeriet, 2017: 8f).

Mens det store fokus på kommunikation og synlighed teoretisk set trækker i retning af det kommercielle kulturdiplomati, tegner der sig også her et andet billede. Først fordi kommunikationsstrategien ikke begrænser sig til sociale medier, som styres af embedsværket, men i høj grad har fokus på lokal presse-dækning. Her er det altså ikke det officielle Danmark, der styrer eksponeringen, men lokale medier, der kan transformere fortællingen om kulturudvekslingsprojekterne gennem deres egne historier og værdier. På den måde bliver kommunikationen nærmere en katalysator for dialog end for nation-branding.

Derudover fremhæver generalkonsulen, at kommunikationsdelen ligefrem styrker dialogen ved for det første ved at give projekterne en lokal synlighed, som er vigtig, hvis projekterne ikke skal ”drukne” i et så stort land som USA. For det andet, fordi dialogen kan fortsætte på de sociale medier:

”Så på den måde så hjælper det kulturprojektet med at komme ud over rampen i sådan en helt gammeldags, praktisk forstand. Derudover så er kommunikationen jo en måde at få forsat dialogen på. Så den dialog,

man har i rummet, når man måtte have happeningen, kan så fortsætte på de sociale medier.”

At kulturprojekterne ligefrem er afhængige af at blive kommunikeret gennem strategiske indsatser for overhovedet at kunne finde internationalt fodfæste, understøttes også i samtalen med kulturattachéen:

”Det er jo også i erkendelsen af, at når cultural diplomacy (red. kulturdiplomati) skal fungere, så er der også et aspekt af public diplomacy (red. offentlighedsdiplomati) (...) For det er jo skønt, hvis der er fantastiske, meningsfulde kunstprojekter (...) men hvis man ikke kommunikerer dem, så har man i hvert fald forspildt chancen for at bruge de enkelte projekter som afsæt for en endnu stærkere platform for dansk kunst og kultur i udlandet.”

Kulturdiplomati og offentlighedsdiplomati: En gråzone

Analysen af IKP-strategien i lyset af de opstillede idealtyper giver først og fremmest et billede af, at de klassiske kulturdiplomatiske interesser og de kommercielle interesser supplerer og understøtter hinanden frem for at udfordre hinanden. For det kulturdiplomatiske arbejde i New York betyder det, at man i stadig mindre grad forstår forskellige opgaver som indordnet under forskellige discipliner. Kulturattachéen fremhæver, at discipliner som kulturdiplomati og offentlighedsdiplomati i højere grad skal ansues som forskellige måder at arbejde på – som forskellige metoder – end forskellige opgaveporteføljer:

”Men jeg ser som sagt ikke noget modsætningsforhold. Man skal bare holde sig for øje, at der er tale om to meget forskellige metodikker og måder at arbejde på og gå til sagen på.”

Her peger hun igen på *top-down* og *bottom-up* som begreber, der netop beskriver en væsentlig metodeforskel mellem kulturdiplomati og offentlighedsdiplomati.

De flydende overgange mellem disciplinerne reflekteres ikke mindst i konsulatets organisatoriske strukturer. For det første bliver den faglige opdeling mellem de forskellige afdelinger i praksis mere utydelig, og generalkonsulen sætter i denne forbindelse spørgsmålstegn ved, om det overhovedet giver mening at tale om en ”kulturafdeling” på konsulatet: *”(...) og den stilling er besat af en kollega, der ved en masse om kultur, men sådan som vi opererer med kultur fra den stilling, der kunne du ligeså godt sige, at det var en medarbejder, der arbejdede med civilsamfundet (...), men der er en overskrift på, fordi det skal der være”.*

For det andet skaber projektorganiseringen i IKP med de mange samarbejdende aktører nye muligheder, men også udfordringer for det kulturdiplomatiske arbejde på konsulatet. Her fremhæver både generalkonsulen og kulturattachéen, at der er store koordinationsudfordringer forbundet med

IKP-arbejdet, men at IKP-indsatsen på den anden side kun eksisterer og kan realiseres, hvis der er et konstruktivt samspil mellem alle disse aktører.

Afsluttende perspektiver: Discipliner i opbrud og instrumentaliseringens konstruktive potentiale

I den sidste del af artiklen vil jeg diskutere undersøgelsens konklusioner ud fra to forskellige perspektiver. Det første handler om, hvorvidt klassiske, diplomatiske discipliner kan siges at være i opbrud, mens det andet perspektiv bidrager til en nuancering af instrumentaliseringens debat.

De klassiske diplomatiske discipliner i opbrud?

Analysen af de fire parametre har tegnet et billede af, at kommercielle interesser og udvekslingen af den ”rene kunst og kultur” i det kulturdiplomatiske arbejde på Generalkonsulatet i New York ikke skal anskues i et modsætningsforhold. Dette giver anledning til at stille spørgsmålstegn ved, om det overhovedet giver mening at tale om *kulturdiplomati*, eller om man forsøger at fastholde en forældet rubrik over en praksis, som for længst har transcenderet forståelsen af kulturdiplomati som en afgrænset disciplin?

At skellene mellem de diplomatiske discipliner kan forekomme kunstige bliver ikke mindst tydeligt, når man kigger på udviklingen i offentlighedsdiplomati. Offentlighedsdiplomati udvikler sig konstant, og såkaldt *New Public Diplomacy* (red. nyt offentlighedsdiplomati) adskiller sig fra ældre former for offentlighedsdiplomati ved at have fokus på dialog og opbygning af relationer – dét, som i udgangspunktet netop adskilte kulturdiplomati fra offentlighedsdiplomati (Melissen, 2013:5). Derudover begrænses offentlighedsdiplomati ikke længere til at være i statens interesse. Offentlighedsdiplomati er derimod ofte med til at sætte fokus på emner, som er i den fælles interesse (ibid: 7). Et godt eksempel på dette er det store fokus på bæredygtighed, der i øjeblikket præger fortællingen om Danmark i USA, og som også fremgår som værdi i USA-projektgrundlaget for IKP-indsatsen (Kulturministeriet, 2017: 8).

Men hvad er det så, der gør, at der alligevel opretholdes et skel mellem disciplinerne? Generalkonsulanten peger i den forbindelse på to faktorer. For det første fremhæver hun, at disciplinerne opretholdes, simpelthen fordi der er et behov for identitet. For det andet giver hun udtryk for, at finansieringskilderne i høj grad er med til at opretholde skel mellem discipliner – og dermed afdelinger på konsulatet. Hun udtaler i den forbindelse, at ”(...) *det er de forskellige kilder derhjemme, finansieringskilder, der afgør, om du bruger den metode, eller den metode, men det er faktisk det samme, vi laver*”.

En nuancering af instrumentaliseringens debat

Når man sætter spørgsmålstegn ved disciplinerne, kan man også sætte spørgsmålstegn ved *instrumentaliseringens begreb*. Instrumentaliseringens debat handler netop om implikationerne af, at kultur bruges til at opfylde formål på andre områder frem for *kultur for kulturens egen skyld*. Men hvis disciplin-

nerne – i hvert fald i en diplomatisk sammenhæng – opretholdes af kunstige skel, bliver præmissen for instrumentaliseringsdebatten så ikke også falsk? Kan man med andre ord overhovedet tale om *kultur for kulturens skyld* i moderne diplomati?

Instrumentaliseringsdebatten har haft tendens til at være alt for polariseret og har skildret instrumentalisering på det diplomatiske område som noget i overvejende grad ”dårligt” for kulturen (Nisbett, 2013: 558). At der er brug for en mere nuanceret tilgang i instrumentaliseringsdebatten, understøttes af en vigtig pointe fremhævet af kulturattachéen. Hun peger på, at den øgede sammentænkning af kultur med andre områder i dansk kulturdiplomati har medført en professionalisering i de kultur- og kunstfaglige miljøer, som i høj grad bidrager til udviklingen af dansk kunst og kultur: “*Det er jo i høj grad også med til at opbygge netværk og relationer og viden, som på den måde er med til at internationalisere de danske kunstscener.*” En sådan professionalisering fremgår desuden som vision i regeringsstrategien fra 2010 (Kulturministeriet, 2010b: 33).

Kulturattachéen tilføjer, at et projekt som IKP kan løfte kulturen og gøre den mere synlig i kraft af, at kulturprojekterne tænkes ind i en ramme, som de ellers ikke ville have arbejdet inden for. I dette lys tyder meget på, at den øgede sammentænkning af forskelligrettede interesser i dansk diplomati ikke opleves som en trussel mod kunsten og kulturen. Tværtimod bidrager sammentænkningen muligvis til en positiv udvikling på kunst- og kulturområdet.

Forandring fryder – også i kulturdiplomati

Denne artikel har haft til formål at undersøge det kulturdiplomatiske arbejde på Generalkonsulatet i New York set i lyset af et øget fokus på markedsføring og kommercialisering på det internationale kulturpolitiske område. Undersøgelsen er interessant, når man anskuer dette øgede fokus som en del af den instrumentaliseringsdebat, der længe har præget det kulturpolitiske område. Det Internationale Kulturpanels strategi 2017-2020 har fungeret som udgangspunkt for undersøgelsen, da USA er et fokusområde i strategien, og konsulatet dermed spiller en afgørende rolle i arbejdet med denne. Undersøgelsen har vist, at strategien taler ind i en eksisterende udvikling på det kulturdiplomatiske område, hvor der sker en øget sammentænkning af forskelligrettede interesser frem for en negativ instrumentalisering, hvor kommercialiseringen truer kulturens egen værdi, funktion og legitimitet. Opdelingen mellem det klassiske og det kommercialiserede kulturdiplomati fremstår i dette lys kunstig og formår ikke at indfange kompleksiteten i kulturdiplomatiets dynamik. Dette betyder, at det kulturdiplomatiske arbejde på Generalkonsulatet i New York bliver mindre præget af silotænkning. I det praktiske arbejde ligger forskellene mellem diplomatiske discipliner således snarere i, at man anvender forskellige metoder, end i, at opgaverne er forskellige *per se*. Skellene mellem disciplinerne opretholdes imidlertid af faktorer som identitetsbehov og finansieringskilder. At disse skel i lyset af det praktiske arbejde fremstår kunstige, betyder også, at debatten om instrumentalisering på kulturområdet bli-

ver unuanceret. Der er brug for en nuanceret, kvalitativ debat, der afdækker de komplekse dynamikker og implikationer ved at sammentænke interesser frem for en polariseret og normativ instrumentaliseringsdebat, hvor afsættet er forestillingen om kulturen og kunsten i sig selv, og hvor instrumentalisering ansues i et risikoperspektiv.

I dette lys vil det være væsentligt også at inddrage kulturens og kunstens repræsentanter i en videre undersøgelse med henblik på at nuancere analysen af instrumentaliserings aftryk med perspektiver fra det udøvende niveau.

Noter

- 1 Med stor tak til Generalkonsul, Anne Dorte Riggelsen, Kulturattaché, Maiken Tandgaard Derno og resten af Det Danske Generalkonsulat i New York for generøs hjælp, inspiration og faglig sparring.

Litteratur

- Almbjerg, Sarah Iben (2018), "Kulturlivet kunne godt lære lidt af DJØFernes tankegang", *Berlingske Tidende*, 29. januar.
- Belfiore, Eleonora (2004), "Auditing Culture", *International Journal of Cultural Policy*, 10(2): 183-202.
- Berger, Maurits (2008), "Introduction", i Maurits Berger, Els van der Plas, Charlotte Huygens, Neila Akrimi og Cynthia Schneider, red., *Bridge the Gap, or Mind the Gap? Culture in Western-Arab Relations*, The Hague: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", pp. 1-54.
- Bischoff, Carina og Robert Klemmensen (2012), "Fra spørgsmål til hypoteser" i Lotte Bøgh Andersen, Kaper Møller Hansen og Robert Klemmensen, red., *Metoder i Statskundskab*, København: Hans Reitzel, pp. 45-65.
- Carter, David (2015), "Living with instrumentalism: the academic commitment to cultural diplomacy", *International Journal of Cultural Policy*, 21(4): 478-93.
- Changhe, SU (2013), "Soft Power", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, pp. 544-57.
- Cooper, Andrew F., Jorge Heine og Ramesh Thakur (2013), "Introduction: The Challenges of 21st-Century Diplomacy", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, pp. 1-31.
- Cummings, Milton C. (2009), *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, Washington D.C.: Americans for the Arts.
- Elklit, Jørgen og Henrik Jensen (2012), "Kvalitative datakilder", i Lotte Bøgh Andersen, Kaper Møller Hansen og Robert Klemmensen, red., *Metoder i Statskundskab*, København: Hans Reitzel, pp. 117-43.
- Gibson, Lisanne (2008), "In defence of instrumentality", *Cultural Trends*, 17(4): 247-57.
- Goff, Patricia M. (2013), "Cultural Diplomacy", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, pp. 419-35.
- Harrits, Gitte Sommer, Carsten Strømbæk Pedersen og Bente Halkier (2012), "Indsamling af interviewdata", i Lotte Bøgh Andersen, Kaper Møller Hansen og Robert Klemmensen, red., *Metoder i Statskundskab*, København: Hans Reitzel, pp. 144-72.
- Heine, Jorge (2013), "From Club to Network Diplomacy", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, pp. 54-69.
- Hochstetler, Kathryn (2013), "Civil Society", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, pp. 176-91.
- Ien Ang, Yudhishtir Raj Isar og Phillip Mar (2015), "Cultural diplomacy: beyond the national interest?", *International Journal of Cultural Policy*, 21(4): 365-81.
- Kulturministeriet (2010a), *Det Internationale Kulturpanels strategiske handlingsplan 2011-2013*, København: Kulturministeriet.

- Kulturministeriet (2010b), *Regerings strategi for styrket internationalisering af dansk kulturliv*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2013), *Sammenhæng, synergi og samarbejde. Strategisk handlingsplan 2014-2016. Det Internationale Kulturpanel*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2016), *Det Internationale Kulturpanel: Strategi 2017-2020*, København: Kulturministeriet.
- Kulturministeriet (2017): *Projektgrundlag IKP-USA 2017-2020*, København: Kulturministeriet, ikke offentligt tilgængeligt.
- Marcussen, Martin (2016), *Diplomati: Et portræt af den moderne udenrigstjeneste*, København: Hans Reitzel.
- Mark, Simon (2009), "A Greater Role for Cultural Diplomacy", i Indgrid d'Hooghe og Ellen Huijgh, red., *Discussion Papers in Diplomacy*, The Hague: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", pp. 1-44.
- Melissen, Jan (2013), "Public Diplomacy", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, pp. 436-52.
- Nisbett, Melissa (2013), New perspectives on instrumentalism: an empirical study of cultural diplomacy, *International Journal of Cultural Policy*, 19(5): 557-75.
- Nye, Joseph S. Jr. (2013), "Hard, Soft, and Smart Power", i Andrew F. Cooper, Jorge Heine og Ramesh Thakur, red., *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press, pp. 559-74.
- Peabody, Robert L., Susan Webb Hammond, Jean Torcom, Lynne P. Brown, Carolyn Thompson og Robin Kolodny (1990), "Interviewing Political Elites", *Political Science and Politics*, 23(3): 451-55.
- Rasmussen, Casper Hvenegaard (2016), *Formidlingsstrategier: En grundbog om kulturinstitutioners formidling*, København: Samfundslitteratur.
- Schneider, Cynthia P. (2006), "Cultural Diplomacy: Hard to Define, but You'd Know It If You Saw It", *The Brown Journal of World Affairs*, 13(1): 191-203.
- Schneider, Cynthia P. (2009), "The Unrealised Potential of Cultural Diplomacy: "Best Practices" and What Could Be, If Only ...", *Journal of Arts Management, Law, and Society*, 39(4): 260-79.