

ЗАГАЛЬНА БІБЛІОТЕКА Ч. 8.

Б. ГАЛАЙЧУК

КУЛЬТУРНА ПРОПАГАНДА

КРАКІВ

1 9 4 1

УКРАЇНСЬКЕ ВИДАВНИЦТВО

ЗАГАЛЬНА БІБЛІОТЕКА Ч. 8.

Б. ГАЛАЙЧУК

КУЛЬТУРНА ПРОПАГАНДА

К Р А К І В

1 9 4 1

УКРАЇНСЬКЕ ВИДАВНИЦТВО

Накладом »Українського Видавництва«, Краків,
Райхсштрассе 34/II.

Друк: »Нова Друкарня Денникова« під наказною
управою, Краків, вул. Ожешкова 7.

Verlag: »Ukrainischer Verlag« G. m. b. H., Krakau,
Reichsstrasse 34/II.

Druck: »Neue Zeitungsdruckerei«, Treuh. Verw.,
Krakau, Orzeszkowagasse 7.

КУЛЬТУРНА ПРОПАГАНДА

Мета політичної пропаганди практична, ясна, безпосередня: подати світові до відома цілі, до яких змагає держава чи нація та й право, на якому опирає свої домагання, і тим способом зєднати закордонні чинники для тих цілей: з-поміж байдужих чи неприхильних елементів звербувати прихильні, співзвучні, які могли б допомогти у здійснюванні тих цілей; негативна політична пропаганда має на меті подібним способом ослабити ворога, і тим самим збільшити вигляди на перемогу. Такий самий безпосередний, практичний характер має і господарська пропаганда— все одно, чи вона здобуває ринки збуту для рідної продукції, чи викликає довіря до господарської і політичної рівноваги держави та заохочує закордонні капітали для льокати, чи старається стягнути грошевитих туристів.

Але яка мета культурної пропаганди? Хіба ж це таке важне, щоб в тому чи іншому краю думають про нашу культуру? Хіба ж варто на те викидати витиснений гріш — на мистецькі вистави, репрезентаційні концерти й балети, прогульки і т. д.?

Як бачимо, культурна пропаганда не має безпосередньої практичної мети. Зате вона є могутнім по-

мічним чинником, що *настроює* закордон прихильно, облегшуючи тим способом завдання політичної та господарської пропаганди.

Духовий розвиток народу є здебільша рівномірний. Нарід, що має багатий мистецький, літературний та науковий дорібок, має звичайно високе розвинену національну свідомість, має добру політичну верхівку — має об'єктивні дані до того, щоб досягнути свої політичні цілі. Хоч це все є лиш „на загаль” та „здебільша”, хоч чимало прикладів старокультурних, але пережитих народів заперечує того роду розумування, все таки асоціація понять культури та політичної зрілості є дуже сильна і на ній полягає раціональний момент культурної пропаганди.

Чуттєвий момент культурної пропаганди — це симпатія, що її викликає кожна вища культура в кожній культурній людині. Культурному народові бажано всього доброго, бо боїмося, щоб на випадок лихоліття не пропала його культура, тому кожний культурний нарід має більше чи менше приятелів по всіх закутках світу. Зрештою любимо його культуру — хоча б та культура була твором його давніх поколінь, хоча б тепер той нарід находився в занепаді. Мартирологія негрів-невільників не робила більшого вражіння в Європі в початках ХІХ століття; але доля греків була сучасним західним європейцям настільки близька, що вони жертвували життя в боротьбі за її незалежність — дарма, що новітня Греція не є навіть тінню клясичної, коли йде про її культуру.

Як бачимо, культурна пропаганда посередно змагає до тих самих цілей, що й політична, лише має інші, кращі засоби. Політичні цілі кожної держави та нації знаменує „sacro egoismo” — вони святі для земляка, байдужі або й несимпатичні для чужинця. Засуґерувати закордон самою силою та величиною не легко — прикрасити національні цілі „загальнолюдськими” ідеалами не все вдається, бо це вже занадто часто уживана й надуживана метода. Крім того політична пропаганда має обмежені, не для всіх цікаві форми вислову: публіцистику та мистецтво з політичною тематикою — при чому остання не багата кількісно ані якісно. Коли й відкинемо засаду „мистецтво для мистецтва”, коли погодимося, що мистецтво має служити національним цілям, то не значить це, щоб воно служило тим цілям безпосередно, щоб поезія мала зводитися до римованої публіцистики, а музика до komponування бадьорих маршів. Таке розміння на дрібну монету мистецтво може мати виховний вплив на менш вироблену частину власного народу, зате у чужинця, якого критицизму не притуплює патріотизм, викликає воно здебільша несмак.

Зате всі прояви культури, зокрема ж мистецтво, дуже багаті у пропагандивний вислів. Без уваги на тематику, все що своєю мистецькою формою робить вражіння на естетичний змісл чужинця, є добрим засобом пропаганди на кожному терені. Правда, краще не виступати в Німеччині з тим, що там зовуть здегенерованим мистецтвом, або серед

дуже католицької суспільності — з творами, що порушують католицьку етику чи разять католицьку ментальність; зрештою зміст літературної чи мистецької творчості, навіть негативний, не шкодить пропаганді. Коли нпр. видамо в чужій мові якусь українську повість, що може викликати застереження з морального боку, ніхто не може робити з того небажаних висновків щодо морального рівня нашої суспільності, бо письменники, що воюють із мораллю, трапляються по всіх краях, тому не вважаються специфічною відбиткою середовища. Зате сам факт, що цінний з літературного погляду або хоча б популярний твір, переложений з української мови, насуває читачеві висновок, що українська література мусить бути розвинена, а тим самим український нарід мусить бути на високому культурному рівні. Але рішуче мусять бути виєлеміновані твори, що представляють у некорисному світлі український нарід. Навіть у архіліберальній Франції Маргеріт втратив ордер Гонорової Легії за те, що у своїй „*La garçonne*” представив повоєнну французенку в доволі темних красках. На щастя перечулений, близький комплексу меншевартости, український самокритицизм не просяк до нашої літератури; Куліш не має наслідувачів. Також з морального погляду наша література викликає мало застережень.

Як бачимо, література й мистецтво куди легше дається вжити до закордонної пропаганди ніж до внутрішньої, яка ставить суворі вимоги щодо змісту. Книжка, небезпечна з виховного боку — по-

літично чи морально деструктивна, декадентська, дефетистична — книжка, що стоїть „на індексі”, може зовсім добре підходити до закордонної пропаганди, якщо вона цінна з літературного погляду, або навіть, абстрагуючи від вартости, може мати поважний успіх на книгарському ринку.

ДРУКОВАНЕ СЛОВО НА ПОСЛУГАХ КУЛЬТУРНОЇ ПРОПАГАНДИ

Завдання культурної пропаганди рішає про її засоби. Йде про те, щоб познайомити чужинців з нашою культурою — значить треба їм про неї розповісти та й показати її зразки.

„Оповіді” можна живим або друкованим словом. Хоч живе слово не тривке, не треба й ним нехтувати; треба вихіснувати кожну нагоду, щоб сказати щось про наш культурний дорібок. Найкращою нагодою в тому напрямі є всякого роду наукові зїзди й конгреси — там є змога поставити ту чи іншу галузь нашої культури побіч культури інших народів; все мусять знайтися засоби на те, щоб вислати на таку імпрезу нашого ученого, який зуміє гідно зарепрезентувати не лиш свою ділянку знання, але цілу нашу культуру, між іншим і товариську.

Коли йде про друковані засоби, на першому місці треба спинитися над окремими монографіями. Твір про цілу українську культуру, призначений для широких мас інтелігенції, повинен попасти в руки чужинців, які мають безпосередний чи посередний

стик з українським населенням та його справами, а в очах яких поляки стараються представити нас як малокультурну етнічну масу. Така праця — найкраще збірна, але дуже дбайливо, суцільно зредагована і добірно ілюстрована, повинна б появитися в нас якнайскорше. Монографії про поодинокі ділянки нашої культури мусіли б мати поважний, науковий характер — були б вони призначені в першу чергу для спеців з відповідних ділянок. Такі видання мусіли б бути доволі обемисті, а не могли б рахувати на ширший збут, на більший наклад; до них годі братися, доки не можемо призначити на пропагандивні цілі більших фондів, які не вернуть.

Але є речі, на які в нас мусять знайтися засоби — і то якнайскорше. Мусимо мати на світових мовах, у першу чергу на німецькій, історію, яка характеризувала б політичний рівень нашого народу та його права до поодиноких частин національної території — зокрема окраїнних, етнографно мішаних областей; демографний огляд нашої землі, з абсолютними та процентовими цифрами про подрібне розселення українців та сусідніх народів — так само з окремою увагою на окраїни; економічну географію, яка з одного боку синтетично зясовувала б господарське значіння нашого краю та його ролю в поодиноких ділянках світового господарства — з другого боку якнайточніше описувала б розміщення осередків продукції та комунікаційних ліній. Того роду праці мусять бути написані так, щоб переконали не лиш спеців-науковців, але й тих, що

рішатимуть про майбутню мапу Європи; мусять бути обосновані так, щоб не захитали їх аргументи противної сторони. Таких творів не пишеться на коліні; коли не візьмемось до них впору, можемо спізнитися.

Дешевший, але в багатьох випадках такий самий, а то й більше успішний засіб пропаганди друкованим словом, це чужі збірні видання — періодичні й неперіодичні.

Науковий періодик містить опрацювання вищих, фрагментарних тем — тому для опублікування праць у чужих журналах треба б добирати теми, які дадуть нагоду представити нашу культуру, е-вентуально й наш політичний рівень у корисному світі. Тема не мусить торкатися конечно виключно нашого народу — чимало можна написати „на мар-гінесі”. Стаття в поважному науковому журналі має ту перевагу над окремою публікацією, що вона по-паде без сумніву до рук науковців з даної ділянки по всіх усядах.

Те саме можна сказати про статті, поміщені в загальних і спеціальних енциклопедіях та інших таких збірних виданнях, лише з тою різницею, що в тому випадку стаття буде доступна назагал для багато ширших кол та буде краще утрива-лена. У відрізненні до періодика, тема мусить бути загальна, якнайбільше синтетично схоплена. Іде про те, щоб у вузьких ряцях змістити якнайбільше матеріялу; щоб поверховно заторкненими подроби-цями не затерти погляду на цілість, але не піти на надмірне узагальнювання, яке не залишає в па-

м'яті читача ніякого виразного образу. Не кожний науковець зуміє схопити тему як слід з пропагандивного боку, тому того роду рукописи не повинні попадати до редакції, заки не перейдуть через руки доброго публіциста, обзнайомленого з пропагандивною ділянкою, очевидно, що сама наукова субстанція праці не може бути при тому нарушена.

Добрим засобом пропаганди є власний науковий періодик на якійсь світовій мові — нехай появляється хоч раз на пів року, але друком (не на цикльостилі!); шляхом обміну із закордонними науковими інституціями мусить він попасти у всі наукові осередки світу, щоб самою своєю приявністю маніфестувати наше існування та наш культурний рівень.

Найобильніший видавничий рух залишиться без успіху, коли видання спочиватимуть у магазині, коли їх досить широко не розколюпортувати. Йде тут не лиш про видання на чужих мовах, але і про деякі українські. У читальні кожної більшої бібліотеки знайдете енциклопедії на всіх культурних мовах світу; зле, коли між ними не знайдеться й українська; те саме торкається атласів і подібних видань. На жаль у тому напрямі у нас великі недоматання. Заходи деяких українських студентських товариств закордоном, щоб до їхніх університетських бібліотек здобути по одному примірникові української енциклопедії, були безуспішні, дарма що потім енциклопедію продавали по дуже низькій ціні, значить — наклад був великий; зрештою це можна оправдати тим, що видавництво не хотіло наражу-

ватися на втрати. Зате важче зрозуміти, чому по німецьких книгарнях у Генеральній Губернії, і то в деяких повітах з українським населенням, можна знайти словарі польські, італійські й ін. окрім українських; про інші видання, як про історію України д-ра Крупницького навіть шкода питати.

Крім статейного матеріалу треба звернути увагу і на інформаційний. Добре зредагована, хоча б і коротенька, хронікарська вістка про прояви нашого культурного життя, поміщена в науковому періодичу, або й у звичайному часописі, пригадує світові, що ми існуємо.

УКРАЇНЬСЬКА ПЛЯСТИКА ЯК ЗАСІБ ПРОПАГАНДИ

Годі робити собі ілюзії: монографії про українську культуру купить яких кількасот чужинців; не більше, як кілька тисяч прочитує „від дошки до дошки” періодики й енциклопедії. Зате на кілька-десять тисяч можна оцінити кількість людей, що охоче послухають української музики, прочитають у перекладі українську повість, оглянуть українські образи. Не тому, що українські, а тому, що вони бажать заспокоїти свій естетичний смак. Та це не важне; в кожному разі вони — ті десятки тисяч інтелігентних людей — знатимуть про існування нашої нації та ставитимуть її побіч інших старокультурних народів Європи.

З того роду засобів культурної пропаганди уживається в нас на більшу скалю лиш одного — співу.

Тому, що українські концерти закордоном мають вже деяку традицію та спеціально великі можливості, розглянемо їх на іншому місці.

Другим прийнятим уже в нас засобом культурної пропаганди, це участь наших плястиків у мистецьких виставах. Маємо у тому напрямі незгірші можливості, бо в нашому малярстві зустрічаємо майже всі новіші напрямки, з другого боку — цікавий, оригінальний зворот до нашого славного минулого. Таким чином малярство є наче б символом нашої культури, яка йде з духом часу, але не зводиться до простого наслідуванн, лише продовжує заціплені на наш ґрунт славні візантійські традиції.

Справа занадто важна, щоб можна залишати її на приватну ініціативу. Тут отвориться поле до праці для наших мистецьких обєднань та для організацій і осіб, що мають стосунки з закордоном. Варто б подумати про мандрівну виставу українського малярства, з якою можна б обїхати більші осередки закордоном. Поважним осягом треба вважати набуття кожного українського образу чи скульптури до закордонного музею.

Дальшим засобом культурної пропаганди при помочі плястичного мистецтва є репродукція. Мистецьку виставу звидить гурт знавців та аматорів з одної місцевости — репродукцію образу в мистецькому журналі чи навіть у кращому магазині огляне щонайменше кільканадцять тисяч читачів. Чималі можливості дає тут наша графіка, — як сучасна так і давня — не лише своїм багатством

але й легкістю репродукції. Малюнки доцільно містити лиш у журналах, виконуваних у першорядних графічних заведеннях; лиш дуже добра репродукція віддає красу оригіналу, зла репродукція зовсім розминається з ціллю.

Репродукція скульптури доцільна лиш тоді, як вона виконана із справді мистецької світлини, лиш тоді, коли світливець зуміє схопити вражіння третього виміру; нажаль таких репродукцій не доводиться часто стрічати. Куди легша репродукція архітектури — того мистецтва, яке в нас тепер в застою, але яке має такі гарні традиції. Крім світлин церков доцільно було б містити — хоча б у пляхах — зразки пристосування нашого стилю до монументального, а в першу чергу до житлового будівництва. Правда — нинішній космополітичний будівельний стиль не дає великої можливости, бо не допускає орнаментики і накидує конструкційні шабльони, зате архітектура нутра, зриваючи з історичними і псевдоісторичними стилями дає архітекторів необмежену змогу черпати з усяких „екзотичних” стилів, тим самим і з нашого народнього мистецтва — над чим спинюємось на іншому місці — та з нашої старої архітектури. Бажаним було б, щоб наші мистці звернули увагу на ту цікаву ділянку, для якої все знайдеться досить місця на сторінках ілюстрованої преси — від поважних архітектонічних журналів до популярних магазинів. Архітектура, зокрема ж архітектура нутра, має ту перевагу над іншими родами мистецтва, що вона найтісніше звязана з буденним життям, і тому з одно-

го боку найбільш цікавить широкі маси з другого боку дає корисну опінію про культуру життя даного народу.

Крім ілюстрованих періодиків не від речі звернути увагу на видавництва книжок — чи то люксових видань, прикрашених дереворитами, чи дитячих книжечок. Коли йде про дитячі книжечки, ми можемо похвалитися чималим дорібком; по всьому світі дитячі видання здебільша ілюструють шабльоновими богомазами, зате в нашій дитячій літературі можна знайти справжні перлини графіки. Шкода було б, коли б вони не появились і в чужих виданнях.

Не від речі було б звернути увагу і на окремі репродукції образів — чи то призначених до декорації нутра, чи на поштівках. Такі видання мають ту добру сторінку, що вони можуть знайти широкий збут на українському ринку і тим самим оплатитися — пропаганда буде тут лиш „побічним продуктом”, без більших коштів.

Це доволі цікавий парадокс, що наші малярі вели бідолашнє животіння, а тимчасом наші селянські хати „прикрашували” ординарні богомази, куплені на ярмарках. Щойно в останніх часах появились у розпродажі репродукції українських святих образів — на жаль не багато з них вийшло з-під кисти справжніх мистців. Те саме можна сказати і про велику частину історичних картин.

Очевидно годі сподіватися, що інтелігентний чужинець завісить у своєму мешканні репродукцію св. Юрія — Наконечного чи „вишиваного” Христа

— Куриласа. Зате українська поштівка, вміло кинена на чужий ринок, може мати успіх, зокрема коли вона надається до святочних, новорічних чи інших побажань. Видавцям часто не стає тем — треба б лиш їм підсунути впору українські взори. Та чи справді на німецький терен можна кинути наші поштівки лиш через чужих видавців? На терені Генеральної Губернії, серед нас живуть десятки тисяч німців, які щодня висилають до родин та знайомих тисячі листів і карток. Вони творять настільки великий попит, що нпр. перед Новим Роком не стало в деяких містах поштівок з німецькими побажаннями. Якщо зуміємо розкольпортувати наші поштівки через німецькі книгарні, по цілій Німеччині розійдуться зразки нашого мистецтва. *Активна кольпортажа є одною з передумовин успішної пропаганди.*

Ми спинилися на важніших засобах пропаганди творами нашої культури, але вповні не вичерпали теми. Залишаються ще всякого роду вистави преси, книжки, світлин і т. п. нагоди, за якими треба все пильно слідкувати.

УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА В ПЕРЕКЛАДАХ НА ЧУЖІ МОВИ

Літературою цікавиться куди більше людей ніж мистецтвом. На концерти, мистецькі вистави і т. п. ходять представники „найвище кількадесятьох тисяч”, белетристику „проковтують” маси сірої інтелігенції, півінтелігенції та простолюддя. Це перша

причина, що рішає про вагу перекладів з української літератури на чужі мови. Друга причина: публіка легше затьямить народність автора, ніж маляря чи композитора, бо взагалі прочитана повість залишає тривкіші вражіння, ніж двогодинна імпреза. „Переклад з українського” — це коротенька, але багата змістом формулка; коли до видання вдасться додати ще критичний вступ, у нього можна вміло вплести чимало відомостей про наш нарід, при біографних даних про автора чи при поясненнях до самого твору. Третя причина — ніщо не малює так безпосередно народу, його побуту, культурного й політичного рівня, духа — як саме добра повість.

З уваги на цей момент найкраще надаються до перекладів сучасні повісті з життя інтелігенції тієї верстви, яка в усіх народів живе приблизно подібними формами і має подібні зацікавлення. Повісті із селянського життя, можуть рахувати на успіх серед меншої, вибагливішої частини читачів. Пересічний читач шукає в літературі себе, свого середовища, своїх почувань, розвязки конфліктів, з якими сам стрічається; йому нецікаве буде життя нашого села — якого побут так далеко різниться навіть від побуту села на Заході; для нього чужі, незрозумілі будуть специфічні трагедії українського села, він не зможе уявити собі курної хатини під соломяною стріхою — і то не лиш західний міщух, але й селянин. Читач нижче пересічного охоче шукає в літературі того, чого не стрічає в житті — сензації, люксусу. Але наша література не видала

романів для кухарок, ані для термінаторів. Лиш читач, що вибивається понад пересічний рівень, зрозуміє і відчує те, що загальнолюдське, в людей з кожного народу, з кожної верстви.

Відповідно до тих міркувань прийдеться рішати, в якому видавництві, в якому тиражі та по якій ціні можна видавати в перекладах найкращі твори наших письменників.

Зрозумілість літературного твору — це, після літературної вартости, найважливіша вимога. Щопиш на третьому місці можемо ставити вимогу до ідейного змісту твору, але коли він відповість і тій вимозі, він буде справді могутнім пропагандивним засобом. Приймаючи таку ерархію, ми абстрагуємо від питання про першенство ідеї чи форми — яке так довго абсорбувало нашу літературну критику. Ми підходимо виключно з пропагандивної точки погляду. Високопатріотична, але з літературного погляду нецікава повість на тлі наших визвольних змагань не матиме ніякого пропагандивного успіху, бо чужий читач не дочитає її, а коли й дочитає, то — невдоволений автором — трактуватиме і сам сюжет з іронією, відбиваючи на героях повісти гнів на автора за те, що забрав йому дорогий час на нецікаву лектуру. Твір без патріотичного змісту, але з літературною вартістю, скажім, якийсь нарис Коцюбинського, не буде засобом політичної пропаганди, але з погляду культурної пропаганди принесе велику користь. Щойно твір вартісний і цікавий з літературного погляду і рівночасно багатий патріотичним змістом, яких у нас є досить,

дасть повний, всебічний пропагандивний ефект. Читач охоче перечитає, виробить собі гарне поняття про рівень української літератури — а рівночасно пізнає політичний рівень нашого народу, з образу змагань нашої молоді проти наїздника. Ті змагання оцінить він і відчує глибоко, бо завдяки літературному хистові автора й космополітичному характерові середовища герої твору будуть для чужинця не якимись екзотичними маріонетками з чужого виміру, але люди з крові й кости, які так само живуть, ділають, відчують, як він — те саме переживають що він.

Літературно цінні твори з патріотичним змістом — це один з найсильніших засобів пропаганди, як внутрішньої так і закордонної, це найкращий дар, що його письменник може принести своєму народові.

Загал читачів привязує велику увагу до цікавої акції, тимто й воліє повісті, ніж новелі чи нариси; це треба мати на увазі при окремих виданнях перекладів з українського. Зате коротші літературні твори надаються до друку в часописах і журналах. Преса — це потвора, яка пожирає день-у-день масу паперу — і редакційного матеріялу. Статейний матеріял твориться на борзі — його підсуває само життя. Гірше з белетристичним матеріялом, який з природи не надається до масової продукції. Та нема ради: шпальти треба чимсь заповнити і редакції — навіть поважні — заповнюють їх такою саме писаною на коліні „літературою”. Треба думати, що чимало редакцій охоче помістить переклади

добрих українських новель та нарисів — треба лиш дати їх у відповідному перекладі. З уваги на те, добре було б видати хоч одну збірку наших кращих новель по-німецьки в більшому накладі та розіслати до поважніших редакцій.

Для пропаганди надається не лиш література, писана через велике „Л”, але все, що може мати успіх на закордонному книжковому ринку. Навіть між другорядними авторами є чимало таких, які вміють відповісти смакові широкої публики; коли б у нас знайшовся такий автор, він міг би також немало причинитися до популяризації нашого імени на чужині.

Не виключене, що пішли б на чужих мовах переклади історичних творів, зокрема для молоді; можливо, що хлопці, знуджені індіанцями і траперами, охоче прочитали б дещо про татарів та козаків. Можна б зарискувати на пробу таке видання — треба б лиш упевнитися, чи наш автор не черпав надхнення у Вальтера Скота або Карла Мая...

Сильним пропагандивним засобом є драма — та з уваги на довголітній брак постійного українського театру на західніх землях наша драматична творчість доволі слаба — не багато мабуть найшлося б річей, що могли б появитися на модерній чужій сцені.

НАРОДНЄ МИСТЕЦТВО ЯК ЗАСІБ КУЛЬТУРНОЇ ПРОПАГАНДИ

Розповсюднений у нас погляд, що скарби нашого народнього мистецтва — це головний, якщо не одинокий засіб нашої культурної пропаганди, ви-

ходить з правильного заложення високої мистецької вартости нашого фольклору, але кінчиться не правильним висновком — бо в пропаганді недопускарна безкритична односторонність.

В першу чергу мусимо зясувати собі, що народне мистецтво не багате в дешеві ефекти, тим самим воно зрозуміле лиш для людей з виробленим, вражливим естетичним смаком — а наша пропаганда не може обмежуватися лиш до тої категорії людей. Далше треба пам'ятати, що односторонність може задовільнити лиш знавця — пересічну людину, навіть з естетичним смаком, вона по деякому часі знудить. Коли ж ми, залюблені в нашому фольклорі, хвалимося ним забагато, це викличе в чужинця, що не має нашого ентузіазму, іронічну усмішку, таку усмішку, яка зявляється в нас на вид закоханого, що затратив усякий критицизм супроти свого ідеалу.

Народня творчість — це безсумнівний доказ естетичного смаку народніх мас, але годі вважати її достаточним критерієм загального культурного рівня народу. Культура — зашироке поняття, щоб можна було його висловити народньою піснею чи вишивкою. Чудовий східний диван, що повстає під туркменською юртою, має дуже високу естетичну вартість, але не є ніяким доказом культурного рівня туркменського кочовика. Ентузіаст народніх вишивок із здивуванням ствердить в етнографному музею, що й узор, витатуований на обличчі маорійця, мають дуже гармонійні, легкі лінії. Полінезійські ідоли та маски південно-американських індіан

очарують вас виразом фізіономії — в повоєнних часах вони стали зразком для багатьох європейських мистців. Про муринські народні танки нема що говорити — перед кількома роками завоювали вони були всю Європу (що зрештою свідчить не про красу тих танків, лиш про смак європейців до би джезу...). А все таки кожний уважає маорійця, полінезійця, чи індіянина дикуном.

Про те, чи якийсь нарід вважається культурним, рішає в очах Європи — побіч матеріальної культури — його культурний дорібок, мистецький, літературний, науковий — творчість геніїв, яких видав той нарід, не народньої маси; далше політичний та суспільний лад, етичний рівень, культура життя — зокрема вищих верстов, з якими мають нагоду стрічатися чужинці. Тому деякі народи, які в масі живуть на незвичайно примітивному рівні, але які мають багату верхівку, що добре репрезентує свій нарід на зовні та що видала кількох геніїв світової міри, загально вважаються культурнішими від українського, якого селянська маса естетичним змислом, етичним рівнем та іншими проявами вродженої культури стоїть дуже високо, але який не має тої надбудови, що є загальноприйнятим критерієм культурного рівня.

Висновок з того: фолькльор не може творити головного змісту нашої культурної пропаганди — до того необхідні інші засоби, що їх розглядаємо на іншому місці. Зате фолькльор — незвичайно цінний як помічний пропагандивний засіб, що допускає дуже широке й різноманітне примінення з одного

боку як атракція, що звертає на нас увагу, викликає зацікавлення, облегує зближення — з другого боку, як короткий символ, що пригадує наше національне ім'я та вяже його з естетичними враженнями. Грамофонний кружок з українською мелодією, подушка на тапчан з українською вишивкою, навіть естетично оформлена програмка з українського концерту — це мов візитові білети, які залишаються у мешканні чужинця, пригадують йому про нас, а то й дають нагоду оповісти дещо його знайомим.

Навіть у такій ролі має фольклор велике пропагандивне значіння, тому засоби з тої матерії треба добирати дуже дбайливо, з великою дозою самокритицизму та знання психіки чужинця. Мусять вони бути естетичні й ефектовні, тому треба в першу чергу зрезигнувати з „уживання на експорт” всього етнографного реквізиту без виразної декоративної вартости. Нпр. світлина нутра української селянської хати, поміщена у відомій цінній публікації Акселя Шмідта, може в чужинця викликати лиш дуже низьке поняття про життєвий рівень нашого народу, бо хатня обстановка західно-європейського селянина, хоч може й менше стилева, зате без порівняння вигідніша й багатша.

З уваги на ту велитенську різницю в життєвому рівні та стилі життя, оригінальні предмети нашого фольклору, навіть декоративно багаті, не мають застосування в житті чужинця. Для гарно розмальованої селянської миски нема місця в пересічному західному помешканні. Коли господар дому трохи

подорожує та звозить пам'ятки з чужини, він поставить нашу миску в кутку, призначеному для екзотичних куріозів — побіч статуетки Будди, муринського фетиша з Руанди та голови гіпопотама, упольованого над Лімпопо. Товариство, безсумніву, цікаве — але чи справді почесне? Коли ж той чужинець привезе з нашого краю вишивану сорочку, він дома ломить собі голову, куди її подіти і пощо було її купувати? Кінець кінців перлина нашого фольклору спічне по трудах подорожі на дні якоїсь шафи, чи шухляди, хіба що второпна пані дому переробить її на блюзку або повитинає вишивки та вихіснує їх на декорації свого мешкання.

Щойно тоді знайдеться твір нашого народнього мистецтва на належному місці — не як екзотичний куріоз, ані як шабльонова пам'ятка з подорожі — але як частина декорації культурного життя чужинця, його святої святих, вплетена в його життя. Та вишивана блюзка чи сервета, практично примінена до життя чужинця, буде йому нагадувати наш нарід — як один із європейських народів, що живе на подібному культурному рівні, подібними життєвими формами, але вміє прикрасити їх декоративними мотивами, виплеканими в себе — що вміє погодити космополітну культуру з рідною.

Мусимо пам'ятати, що народнє мистецтво — це не чисте „мистецтво для мистецтва”, яке можемо подати чужинцеві в оригінальній, відірваній від життя формі. Це стосоване мистецтво, яке наш нарід витворив для прикраси свого життя, своїх предметів ужитку — і тому лиш у такому виді повинно

воно попадати в руки чужинця: як вишивана краватка (але з бездоганно дібраним узором, красками та технікою вишивання), жіноча блузка, сервета, подушка на отаману чи тапчан, різьблена папіросниця чи пудерничка, набивана мосяжем і нашивана кольоровою шкірою жіноча торбинка в гуцульському стилі, народній глечик—як вазон на квіти, килим, ліжник і т. п. Різьблені й інкрустовані меблі, каламарі, рами на образи і т. п. не мають виглядів з уваги на теперішній стиль, що любить рівні лінії та гладкі поверхні без декоративних фрагментів. Той стиль утруднює нашим мистецьким виробам вступ до чужинецького мешкання, але зате дає нам певність, що там вони не згубляться серед повені декоративних дрібничок, лише живо впадуть в очі на спокійному, суворому тлі сучасної обстанови. Найширше застосування знайдуть без сумніву наші килими, ліжники й волохачі, зокрема до вибивання м'яких меблів.

Запалений знавець заплатить за стилеві зразки нашого народнього мистецтва високу ціну — та нам не йде про вузький гурт знавців, а про популяризацію нашого народнього мистецтва серед якнайширших кол. Вершком нашого успіху була б мода на український взір у тому чи іншому предметі щоденного вжитку. Тому побіч оригінальних, індивідуально опрацьованих народніх виробів для багатших, вибагливіших чужинців мусимо кинути на ринок дешевий товар, масово продукований на основі штандартних, дбайливо й обдуманно опрацьованих узорів. Лише при відповідно скомерціалізо-

ваній продукції можемо досягнути те, що вдалося нашим південно-східним сусідам підчас брюссельської міжнародної вистави 1935 р., коли на вулиці що крок можна було видіти жіночі блюзки з румунськими вишивками, майже в кожному домі — подушки з мадярськими vzорами.

Побіч пропагандивної сторінки має питання збуту виробів народнього мистецтва ще й другу — економічну, та нею на цьому місці не будемо займатися.

Зрештою не треба забувати, що мода має своїх постійних диктаторів, понад головами яких нічого не введемо; що нпр. наш земляк, який появиться у вишиваній сорочці на вулиці західного міста, або що гірше — в товаристві, не викличе ніякого іншого вражіння, як звичайну сензацію. У великій мітрополії Заходу можна побачити народні строї — але лиш на кольорових мешканцях колоній....

КОНЦЕРТИ ДЛЯ ЧУЖИНЦІВ

Український концерт закордоном — це смілива імпреза, яка в одному менті знайомить сотки, а то й тисячі чужинців з нашим іменем і зв'яже з ним спогад мистецьких переживань, або... кляпи. Для емігрантського середовища, в якому важко знайти досить відповідних виконавців та грошових засобів на винаєм порядної салі і покриття інших видатків — це не легке завдання, а надто, що у великому західному місті, на тлі безлічі мистецьких і розривкових імпрез, не легко зробити вражіння.

Куди легше уладити імпрезу для чужинців на нашій етнографній території. Коли нема досить мистецьких сил на місці, можна спровадити добрий хор з недалекого села чи міста, найбільша в місті заля не дорога і не важко її дістати, недобір не загрожує поважно, бо коли й чужинецька публіка не допише, знайдеться досить своєї; знуджений побут у малій містині, серед примітивних умовин, чужинець охоче шукає якихнебудь розривок, не ставить до них таких великих вимог. Очевидно — той останній момент зовсім не оправдує легкодушного, недбайливого уплянування та підготування імпрези.

Перше, основне питання, яке треба розв'язати при плянуванні мистецької імпрези, це її характер: легкий, чи поважний. До того загального тону мусить бути достосована програма, спосіб виконання її, добір та декорація залі, публіка, вигляд афішів, запрошень програмок і т. п. Посередніх типів краще не пробувати, якщо нема певности, що вдасться витримати в тоні.

Поважний концерт мусить мати репрезентативний характер, зокрема коли його уладжуємо в більшому місті на чужині. Заля хоча б і не велика, хоча б і не положена в центрі — але чиста, привітна, з порядним входом. Білетери, касіери і т. п. порядно одягнені, меткі, добре володіють місцевою мовою. Якщо естрада має бути удекорована, то хіба дуже помірковано: наш герб, прапор (евент. перехрещений з місцевим прапором, якщо це не викличе ніяких застережень), погруддя чи портрет

— якщо концерт присвячений якомусь музикові чи письменникові; вишивок і килимів можна уживати лиш дуже обережно, гармонізуючи їх із цілістю декорації. Запрошення, програмки — найкраще на білому картоні, не оздобним друком, афіші не крикливі; зрештою найкраще брати за зразок афіші інших місцевих концертів, підкреслюючи лиш дуже помірковано „екзотичний” характер імпрези. Старатися стягнути поважнішу публіку, не забути про запрошення людей з музичного світу, рецензентів; не жалувати часу а навіть і гроша на невелику підготову в місцевій пресі, зокрема у часописах, що їх читають кола, яких представників бажали б ми бачити між нашою публікою. Перед розпродажею білетів зарезервувати кілька крісел у перших рядах, зокрема коло місць призначених для рецензентів, для інтелігентних українців, які добре володіють місцевою мовою і добре презентуються, щоб інформували важніших чужинців, навязували з ними звязки. Початок концерту без більшого припізнання (а коли це в місцевому звичаю — точний що до мінути), перерви недовгі.

Залежно від сил, які стоять до диспозиції, від смаку публіки та від її рівня треба укладати програму, намічуючи в першу чергу її рями.

Ті рями не повинні бути завузькі, як щодо жанру, так і щодо форми виконання — і то з різних мотивів. Передусім з пропагандивних: нехай чужинець знає, що наша музика не зводиться до народніх пісеньок, що й у нас є композитори з виразною індивідуальністю, що крім хорів маємо й солістів

— так, як кожний культурний нарід. Зрештою народня пісня повинна творити головну частину програми — як щось нового, атракційного, що не нудить публику і вбивається в пам'ять. Щоб публика не нудилася, мусить бути програма різноманітна — не можна її нпр. виконати самими колядками і щедрівками, тут і там треба переплітати хори солями — якщо знайдуться справді концертні виконавці. Але рями програми не можуть бути заширокі, концерт мусить різнитися від ревії. Це відноситься в першу чергу до народніх танків, які треба вивести в одній точці, трохи відмежованій від програми, і то лиш тоді, коли мається справді мистецьких виконавців.

Поважна імпреза повинна бути репрезентативним, блискучим виступом, що залишив би глибше вражіння на довший час і тому вона не може повторюватися в тій самій місцевості часто, не сміє буденити, нудити публику. Коли маємо змогу уладжувати більше імпрез — даймо їм краще легший характер, тоді не наражуємо на риск нашого престижу — і нашої каси.

РОЗРИВКОВІ ІМПРЕЗИ!

Легка імпреза вимагає зовсім іншого підходу як поважна, іншої розвязки тих самих питань. При ній відпадає чимало труднощів, звязаних з організацією репрезентативної імпрези, зате приходить ся звернути увагу на інші справи.

На неприготовану імпрровізацію ніколи не вільно позволяти собі — але відповідальність за успіх імпрези розривкової не та сама, що при репрезента-

тивній імпрезі: публіка буде там на загаль менше вибаглива, ставитиме скромніші вимоги.

Заля може бути менше репрезентативна, але мусить бути привітна, її недостачі можна закрити декорацією, яка в тому випадку має широкі можливості, хоч також мусить бути гармонійна. Декоративні засоби різноманітні: від зелені та випозичених килимів і вишивок — до спеціально виконаних орнаментів і малюнків. Добре вражіння роблять мотиви з народнього побуту в гротесковому виконанні. Тим способом можемо познайомити чужинців з перлинами нашого фольклору, не наражуючись на те, що знудимо тим публіку. Очевидно, виконання гротескових рисунків мусить бути стилізоване, дбайливе, охайне. У подібному тоні повинні бути виконані афіші, запрошення, програмки. На національний герб, ані краски нема тут місця — так само як на національний гімн після легкої програми.

Але той скромніший, нерепрезентативний зміст мусить бути поданий у відповідній формі, відповідній атмосфері. Щоб у неї вчутися, мусить аранжер легкої імпрези зайти в ряди-годи до поряднішого мюзік-голу чи кабaretу, де всі питання, які стають при організації того роду імпрези, розв'язується на основі багатолітнього досвіду та дбайливої обсервації вимог публіки.

В першу чергу сцени не треба відділювати герметично від публіки сакраментальною рампою, вона повинна творити одну цілість із залем. Той чи

інший артист входить на сцену не з-поза далеких куліс, а через залю, або й виконує свою точку серед залі; виявляється, що добродій, який серед публіки кидав дотепні „цвішенруфи” є одним з аргистів, який підчас точки переходить на сцену; аргист звертається до публіки із запитам. Такі й подібні дрібні „тріки” зближують публіку до виконавців, роблять її приємливою для гумору, закривають недостачі й недомагання. Важним помічним засобом є освітлення залі і сцени, якого краску й силу можна зміняти; найкраще виконана настроєва пісонька не зробить глибшого вражіння серед повеняркого білого світла — до того необхідний настроєвий півсутінь. В пригоді стане рефлектор з кольоровими шибками, лише треба його уживати з поміркуванням і... тактом; бачив я раз худу, трошки надщерблену зубом часу, співачку, яка виглядала на сцені не найгірше, доки не освітили її зеленим рефлектором, при якому вона виглядала на жабу,

У відрізненні від концерту, легка імпреза не повинна складатися з ряду точок, получених довгими чи коротшими перервами; вона має творити якнайбільше згармонізовану цілість, в якій одна гочка впливала б з другої, або була б повязана дотепною конферансієркою, в якій настрої чергувались би згідно з уложенням пляном. Навіть на добрій імпрезі вбивають вражіння довгі перерви для зміни декорації, коли публіка з радістю вслухується в стук молотків, надіючись, що може вже піднесеться завіса. Добрий режисер постарається уприємнити ті перерви, виповнюючи їх конферансієр-

кою, моно — або діялогами, легшими сольовими продукціями і т. п.

Труднощі з резервами відпадають, коли імпреза відбувається на залі з паркетом і час між поодинокими точками виповнюють товариські танки. Це упрощує питання монтажу програми — вистане лиш уважати, щоб танки гармонізували з попередніми точками, щоб напр. фокс ішов після вогнистої коломийки, танго — по якійсь настроєвій пісні, або таки після танго, відспіваного ревелерсами. Того роду імпреза, комбінована з забавою, має свої добрі сторони. Публика, заабсорбована товариськими танками, звертає меншу увагу на програму, яка з уваги на те може бути слабше підготована. Крім того при столику є куди більше нагоди на балачки з чужинецькою публікою, ніж у рядах крісел; треба лиш заздальгидь, заки заля заповниться, так порозміщувати українців, що говорять місцевою мовою і зуміють підтримувати розмову, щоб при кожному столику, а бодай при тих, де будуть важніші гості, найшовся хоч один українець.

Як має виглядати програма легкої імпрези? З престижевих оглядів треба з неї виключити патріотичні пісні, зокрема коли це буде забава при столиках — і чарці. Зрештою програма повинна бути якнайбільше різноманітна. Повинні переважати погідні, веселі пісні, але не треба цуратись і настроєвих мелодій. Із скрипкових, а тим більше фортепіянових соль краще зрезигнувати, так само як із смичкових квартетів, це краще підходить на поважні концерти. Найкраще виповнять програму хори,

соліст і ревелерси. Легші пісні, добре підготовані, які не вимагають батуту, добре відспівати на залі, при чому співаки займають кілька сумежних століків. Хорові точки, виконані на сцені, не повинні починатися від маєстатичного вмаршу хору та півгодинного строєння камертону й роздавання голосів. Постава співаків на сцені свободна, обличчя погідні, зокрема при виконуванні веселих пісень. Прикре вражіння роблять на чужинця — такі модні свого часу у нас — вимуштрувані хори, що входять і виходять гусакон, з руками заложеними за спиною, як на вязничому проході, з заляканими, закам'янілими обличчями, невільничо вліпленими в диригента. Українська народня музика повинна творити більшу частину програми, але не виповнювати її у 100%. Треба знайти місце і на сальонову пісоньку, і на українське танго — зокрема, коли імпреза получена з танками; не треба ставити себе в ролю якоїсь екзотичної чисто селянської нації, мовляв: „моє царство не з цього світу”. Добре є заспівати поправно 1—2 пісні народу, з якого рекрутується публіка.

При підготові програми треба мати постійно на думці, що не йде тут про концерт народніх пісень, ані про показ народньої ноші чи народніх танків, а про розривкову імпрезу; що нашим завданням не є познайомити публіку з нашим фольклором у клясично чистому виданні, але дати їй милі вражіння. І тому мусимо застосуватися до вимог публіки, вчутися в її смак — хоча б він і не зовсім годився з нашим. Мусимо йти за слідом компози-

торів і режисерів, які подають чужій публиці твори, побудовані на народніх мотивах. Т. зв. „російські романси”, які почуєте по всій Європі, є одним із кращих засобів російської культурної пропаганди; чи на такий сам успіх могла б рахувати справжня московська народня пісня? Коли наш радіоприймач зловить справжню східну музику, з якоїсь турецької радіовисильні, вона для нас така чужа, „нестравна”, що ви мерщій втікаєте на іншу хвилю; зате залюбки слухаєте композиції Кетельбея, побудовані на східних мотивах, але примінені до європейського вуха. Мадярський фольклор найпопулярніший в Європі — але чи ми бачимо його у чистому виданні? На популярних мадярських оперетках не стрінете мадярських широченних штанів, бо в них мужчина виглядає смішно або... взагалі не на мужчину. Затє можна сумніватися, чи мадярські селянки справді носять такі короткі — коротесенькі спіднички, які вбирають герльси до чардаша.

Ті всі „єресі” не шкодять популярності мадярського фольклору — тому не маємо й ми причини глядіти на виконавців сценічних продукцій як на експонати з етнографного музею. Людина, що має смак і розуміється на ділі, може дозволити собі устилізувати національні строї, призначені на легшу сцену, трохи ревійово — і це зовсім не повинно викликувати вибухів гніву етнографного хуситизму.

Аматорськими силами не дуже легко виконати ревієву програму, зокрема її танкову частину. В аматорському виконанні виходять народні танки

здебільша доволі важко, одноманітно — лиш добре вишколені танцюристи вміють видобути з них повний ефект. Жінка з товариства, виконуючи танок, не дозволить собі на ніякі відхили від класичного кроку і класичного народнього строю — а тоді ревієва програма стає для великої частини публики нудна. З уваги на те здалась би нам мандрівна ревієва трупа, яка могла б незгірше прожити, відвідуючи більші міста.

Не виключене, що в більшому осередку вдержався б український гастрономічно-розривковий льокаль з ревієвими продукціями, опертими на нашому фольклорі. Безліч того рода московських льокалів по всіх великих містах Європи не лише дає незгірший прожиток, але й є добрим засобом пропаганди. Козачок з дубінушкою, „Українішер Борщ” побіч московських блинів — з більшим успіхом закорінює поняття „єдиної, неділимої”, ніж наукові розвідки на ту тему.

ПРОПАГАНДА У ЗВ'ЯЗКУ З ІМПРЕЗАМИ.

Найкраще виконана під мистецьким оглядом програма не матиме пропагандивної вартости, коли велика частина публики вважатиме виконавців за москалів чи донців, або коли в українство вкладає тиме поняття якогось східноєвропейського Провансу — чи взагалі не вмітиме вложити ніякого виразного поняття. Тоді імпреза не сповнить тої ролі, над якою ми спинились у наших міркуваннях про народне мистецтво. Йде нам не про те, щоб да-

ти мельоманам естетичне задовілля, лише щоб познайомити чужу публіку з нашим іменем та нашою культурою.

Яким способом? Найпростіший засіб — це живе слово, глибоко обдумане і бездоганно виголошене, і то найкраще виголошене (зокрема коли йде про імпрези закордоном) устами чужинця з іменем у науковому чи мистецькому світі; український бесідник міг би почуватись у шкірі тої лисиці, що свій хвіст хвалить.

Живе слово має ту слабу сторінку, що воно часто проходить мимо вух слухача, який прийшов не на те, щоб слухати промов. Бельгійські студенти, коли вони в більшій кількості зібрані на салі, переривають промови на концертах і подібних імпрезах, скандуючи хором: „Па дискур” („Без промов”). Статочний громадянин реагує менше темпераментно — підчас промов, він обсервує публіку, вишукуючи у льожах знайомих. Коли в його пам'яті, залишиться щось із вступного слова, то те „щось” буде здебільша дуже мрячне, хаотичне й нетрівке.

„Verba volant, scripta manent” — і тому в цьому випадку друковане слово дасть кращий ефект, ніж живе. Кілька слів, надрукованих на програмці, залишаються в руках слухача довший час — є всі дані думати, що він прочитає їх підчас перерви або менш цікавої точки програми, можливо навіть — якщо програмка відповідно виконана — забере її з собою, покаже своїм знайомим.

Очевидно — у вузькі рами програмки годі вложити багато матеріалу. Крім черги продукцій, добре там подати 2—3 тексти пісень у доброму перекладі, якщо вони походять з-під пера доброго поета, та коротеньку статейку про українську музику, в яку варто вплести — але не пришиваючи „білими нитками” (кілька відомостей про наш нарід: його чисельність, величину і положення нашої етнографічної території, чисельність її населення з відсотком українців, кілька слів про наше минуле (державницькі та культурні традиції), тощо. Написати стільки річей на малому кусочку паперу і пов'язати те все з характером програмки — завдання не таке легке, вимагає доброго публіциста і не терпить імпровізації. Не від речі було б опрацювати добрий зразок і постійно його уживати. Інформаційну статейку можна поважно відтяжити, коли до програми додати зміст пісень та вложити в них — зокрема в історичні пісні — частину матеріалу, який маємо дати чужинецькій публіці.

1—2 ілюстрації не лиш надають естетичний вигляд програмки, але й доповняють її інформаційну сторінку, очевидно — якщо будуть щасливо дібрані. Доцільний добір ілюстрацій — складне завдання, не легше ніж зредагування інформаційної частини. Така ілюстрація мусить годитися із містом і характером програмки, мусить бути естетично, по змозі й по мистецьки, виконана, мусить мати симпатичний сюжет і — пропагандивний зміст, повинно щось позитивного говорити про нашу культуру, наш політичний рівень, наше минуле.

Відрізною „мусить” від „повинна”, бо не все вдасться дібрати ілюстрацію з позитивним пропагандивним змістом. Може це бути зразок нашої архітектури, історична сцена, репродукція старої гравюри, рисунок козака чи вояка з часу визвольної війни. Коли нічого такого не вдасться знайти, нехай буде гарненька дівчина в народньому строю, тощо. В кожному разі не розхрістані козаки Репніна, ані не босий, обдертий дядько. Ілюстрація може не дати ніякої пропагандивної вартості, але не сміє мати вартості відємної — не сміє відкривати тих сторінок нашого минулого чи нашого побуту, які в очах пересічного європейця є чимсь некультурним. Добре, коли ілюстрація виконана по-мистецьки, у стилі — але зле, коли перестилізована, для ширшої публики кращий реалістичний підхід.

Якщо програмка має сповнити ту ролю, яку для неї передбачуємо, якщо вона має залишитись у мешканні чужинця — як закладка до книжки, чи просто, як спогад про мило проведений вечір — мусить це бути справді чепурна цяцька; найкраще малого формату, на доброму, твердому папері, виконана низодруком, офсетом або дуже доброю автотипією, у 2—3 красках). При добрій калькуляції кошти вернуться, бо програмки публіка купує охоче; буде це найрентовніше, найпевніше з економічного погляду, пропагандивне видання.

На провінції, де нема добрих репродукційних заведень ані добрих сил та матеріалів до належного зредагування програмки; годі видати щось доброго. З уваги на те побажаним було б, щоб того

роду програмки видано у більшому накладі, залишаючи вільне місце на назву і дату імпрези та на саму програму, щоб організатори імпрези могли закупити відповідну скількість програмок і дати додрукувати що треба на місці. Це поважно обнизило б кошти друку, які, зокрема при кольорових виданнях поважно маліють при збільшенні накладу.

Подібну ролю як програмка сповнять ноти милої, мелодійної пісні, що входить у програму імпрези; кожний учасник імпрези, якому та пісня чи група пісень подобається, а який має дома фортепіан чи інший інструмент, охоче купить такі ноти. Пропагандивний успіх такого видання залежить від щасливого добору й відповідної гармонізації пісень, та від доброго перекладу тексту, який не мусить бути дуже вірний, але мусить добре звеніти у даній чужій мові. Вибір пісні чи пісень мусить бути дуже критичий. Пригадую собі, як один український хор на чужині видав ноти до „Гандзі” та „Почаївської Богоматері”, бо ті дві пісні збирали найгрімкіші оплески. Добір виявився не дуже щасливий: текст „Почаївської Богоматері” був зовсім незрозумілий для чужинця, що не знає нашої історії, мелодія вийшла на фортепіані монотонна, а вже „Гандзя” без хороших ефектів робила вражіння дуже марного фокстрота. Виходить, що текст пісні мусить мати тему загальнозрозумілу — так як модний „шлягёр”, що із своїм еротичним текстом так само легко прийметься під кожною географною шириною.

При виборі мелодії треба мати на увазі, що йде про популярне видання, яке мусить відповідати смакові не знатоків музики, а ширшого загалу. Коли хочемо, щоб загал полюбив нашу пісню, охоче співав її, щоб вона увійшла в моду, мусить ця пісня відповідати смакові даного народу або мусить бути відповідно подана. Коломийка перегармонізована на фокстрот, танго скомпоноване на мотивах нашої народької пісні, пісня з вальсовим тактом (нпр. „Взяв би я бандуру”) дасть найкращий ефект. Не думаю на цьому місці спинюватись над пропагандивною вартістю українського „шлягера”, який увійшов би в моду на Заході, під звуки якого колисались би тисячі пар на сотках паркетів. Коли б у тексті танга чи вальса вплести наше національне ім’я, рефреністи спопуляризували б його з більшим успіхом, ніж найповажніші прелегенти. Коли ж хто добачує в тому профанацію — бо й такі погляди доводилось чути, нехай поставить собі питання, чи танго спровофанувало ім’я Аргентини.

ТОВАРИСЬКІ ЗВ’ЯЗКИ З ЧУЖИНЦЯМИ.

Нашому землякові, що перебуває закордоном, на загал не легко увійти у місцеве товариство. Товариш охоче побалакає з вами у каварні, зайде до вас, запросить на свою студентську квартиру, часом язидете до нього додому, позичити книжку чи скрипт — і здебільша н атім кінчиться. Небагато наших людей має матеріяльну і суспільну позицію, яка уможливила б їм вступ у вищі товариські ко-

ла. — На чужині репрезентує нас здебільша політична й заробіткова еміграція та студентство — а на Заході кожна людина, заавансована на суспільній драбинці, цінить свій дім, не так легко впустить до своєї „святої святих” людину з далеких сторін, якого минуле невідоме і не легке до справдження. Виняток творять деякі навіть багаті дома, що спеціалізуються у полюванні на екзотику — але вступ до такого дому годі вважати великою почесною.

Навпаки у нас чужинець був такою рідкою появою, що його — хоча б це був звичайний молоденький студент — представляли найповажнішим особам, приймали у передових домах, показували — з усіми подробицями та усіми тайнами — фабрики й інші поважні господарські установи.

Щойно від осені 1939. р. маємо нагоду близько і часто стрічатися з представниками найбільшого західноєвропейського народу, у тому з поважними достойниками адміністрації, армії та партії. Ті люди нудьгують тут, на найдаальших окраїнах своєї держави, сотки кілометрів від своїх родин, непривичні до примітивних умовин життя наших містечок і сіл, тому назагал охоче входять у товариські зв'язки з місцевою інтелігенцією. Коли ми не вихіснюємо тієї нагоди, вихіснює її хтось інший, а нам залишається тоді лиш нести наслідки нашого занедбання, бідкаючись над нашою „долею нещасною”, мовляв: бідному все вітер в очі. На основі досвіду з багатьох місцевостей можна ствердити, що хто зуміє налагодити товариські зв'язки з місцевими адміністраційними колами, той запевнює собі

перевагу на тому терені. Нічого у тому дивного. З огляду на малу справність нашої закордонної пропаганди, пересічний чужинець, навіть інтелігент, дуже слабо визнається у складних національних відносинах Східної Європи, вироблює собі погляд на них щойно на місці. Кому припадає роля інформатора? Звичайно — тому, хто має нагоду часто стрічатися з даним урядовцем — у службі чи ще краще поза службою. Коли хочете зясувати національні й політичні відносини в терені, минуле, ролю й наставлення поодиноких національних груп, або навіть голі факти, куди краще це зробити у балачці при гарно заставленому столі, ніж на короткій офіційній авдієнції, якої зрештою деколи важко добитися. Коли посли й амбасадори викидають маси державного гроша на репрезентаційні приняття, роблять вони це не для приємности своєї чи своїх жінок, а для витворення атмосфери, що облегує їхню працю. Час, щоб це зрозуміли всі наші громадянські чинники на місцях та щоб поважно забралися до справи, від якої залежить успіх їхньої праці та положення нашого населення.

Крім того товариські звязки — це сильний засіб культурної пропаганди, часто успішніший ніж друковане слово, якого в нас мало, яке не всюди доходить, та яке не кожного чужинця цікавить. Товариська імпреза на відповідному рівні, це найбільш переконливий доказ, що наш нарід — не якась темна, сіра „тутешня” маса, не вимираюче плем'я бідолашних туземців, а повновартна нація з усіми суспільними станами, із зрілою, культурною верхів-

кою, яка нічим не уступає аналогічним колам інших європейських народів — ані освітою, ані формами, ані обсягом заінтересувань. Це відповідь більш переконлива ніж довжезні меморіяли, начинені статистикою, на твердження наших милих сусідів, мовляв: у нас нема людей приготованих до обсади адміністрації та господарських станиць. Представити кандидата на якесь становище компетентному урядовцеві підчас прийняття, дати йому нагоду виявити в розмові фахове знання та загальний інтелектуальний рівень — це значить більше ніж найтепліші рекомендації.

Найбільш підходящим місцем на товариські взаємини з чужинцями є елегантний, добре уладжений, просторий приватний дім, за винятком багатих клубів не знайдете ніде так добре пристосованої обстановки, такої затишної атмосфери. Але обмежувати товариські звязки з чужинцями до приватних прийнять годі: раз — що не можливо тим обтяжувати виключно кишені одиниць, друге — що з уваги на емігрантські умовини життя та на мешканеву тісноту, не в кожному місці знайдуться досить просторі, заможні та добре умебльовані доми. Там на місце приватних прийнять мусять прийти товариські імпрези, зорганізовані громадянськими чинниками.

Форма тих імпрез може бути: прийняття, чайні вечорі, танкові забави. Літною порою пікніки, „гарден-партіес” і т. п.

При першій розмові важко наблизитися, знайти спільну мову, тощо. Тому поважніший успіх принесуть товариські імпрези лиш тоді, коли будуть

відбуватися частіше — це дасть змогу поглиблювати й поширювати звязки, реагувати на події дня, запобігати реакції „братніх” сусідів. Наскільки на це дозволяють засоби та сили, найкращі були б „jour fixe”-у постійно в означений день тижня. Велику вартість мають добре уладжені товариські клуби-світлиці, куди кожночасно можна привести чужинця, погостити при буфеті, спокійно побалукати серед відповідної обстановки.

Прийняття не мусить нагадувати празнику у багатого подільського декана за давних добрих часів. Справді інтелігентному гостеві заїмпонуємо не скількістю потрав, а елегантним приготуванням та поданням. Досить лиш раз у рік, на іменини, бо до чергових іменин не міг вилізти з довгів, не повинен бути зразком; замість очаровувати чужинців одноразовою виставністю, краще входити з ними у звязки частіше. Очевидно — годі запрошувати чужинців лиш на те, щоб зіли по кілька тісточок та напилися чаю; при скромних прийяттях треба подумати про зміст товариської імпрези — товариські танки, мистецькі продукції і т. п.

Спів, музика, національні танки повинні творити немов би органічну частину прийяття, не робити вражіння виступів на естраді. Хор сидить при одному кінці стола, не відрізняючись нічим від решти гостей, співає сидячи, без диригента. Соля — вокальні, смичкові чи фортепіянові — найкраще не заповіджені, а буцімто заїмпровізовані, на прохання одного з поважніших чужих гостей, якому слід підшепнути, що в товаристві є такий то а такий

співак чи п'яніст; очевидно — при столі ще й до того при чарці, нема місця на гимни.

Під сповидною імпровізованістю, спонтанністю (яка викликає теплішу атмосферу та вибачливість на можливі недотягнення) мусить скриватися добре обдуманий плян, організованість. Треба передбачити, що і коли співати чи грати (що зрештою не виключує змін — на бажання гостей). Треба точно устійнити, хто має виголошувати тоасти та на яку тему. Взагалі тоасти на наших прийняттях — то „*ein Kapitel für sich*”. Тямлю як на одному прийнятті у студентському товаристві закордоном, у приявності багатьох чужинців, один землячок згадав у тоасті пам'ять одного помершого добродія студентства; тоді другий землячок заінтонував „Со святыми упокой”, яке приявні відспівали до кінця — з чарками в руках... Се було один раз — зате частіше траплялось мені бачити не зовсім тверезого громадянина, який ломаною німецькою мовою кидав у тоасті крилаті фрази на тему „нової Європи” та нашої ролі при її будові. Щоб не допустити до подібних глупих ситуацій, треба перед кожним прийняттям попередити українських гостей, щоб самовільно не виступали з тоастами, вибираючи до того 2—3 добрих бесідників та дбайливо, тактовно укладаючи зміст.

Щоб прийняття дало бажаний успіх, треба дбайливо скласти листу запрошених. Критерієм не повинні бути заслуги, ані суспільна чи матеріальна позиція; при столі повинні знайтися люди, які зуміють сказати гостям що слід і як слід, що будуть

добре бавити їх та підтримувати мило, культурну атмосферу. З огляду на те треба передбачити відповідну кількість місць для представниць кращої частини людства. Перед прийняттями за кордоном, в осередках нашої заробіткової еміграції, треба згори рішити, чи прийняття призначене для загалу українців, чи для чужинецьких гостей; досвід виявляє, що всякі комбінації не дають доброго вислідку.

Залежно від змісту і характеру товариської імпрези треба подумати, чи гості мають сидіти при одному спільному столі, чи при малих столиках. В тому останньому випадку імпреза затрачує церемоніальний, репрезентативний характер, але упрощує складне питання першенства при розміщенні гостей, крім того дає свободу рухів. Просидіти кілька годин між нецікавими сусідами не належить до приємностей, тому краще дати змогу дискретно змінити місце.

Коли нема засобів на уладження прийняття, треба вдовільнитися розривковими імпрезами з платним буфетом.

ПОМІРКУВАННЯ І ТАКТ У ПРОПАГАНДІ

Пропаганда — важка, складна робота. Коли не вложимо в неї досить поміркування, такту, самокритицизму та вчуття у чужу ментальність, можна дійти до зовсім інших вислідів, ніж ми собі намітили.

Коли беремося до пропаганди, мусимо освобо-

дитися з національного субективізму, мусимо зясувати собі, що чужинець глядить іншими очима ніж ми. Що для нас велике і дороге, лиш тому, що українське, викличе і в чужинця подив і пошану хіба тоді, коли воно має якісь поважні об'єктивні цінності. Коли не матимемо того постійно на увазі, можемо легко попасти в патос, який для чужинця буде незрозумілий, а то й смішний. Уживаючи порівняння з радієм, скажемо, що нашу висильню мусимо настроїти на таку хвилю, яку здібний приймати чужинецький приймач.

Але того не треба інтерпретувати занадто широко. Треба виступати перед чужинцем лише з тим, що має об'єктивну вартість, слід оминати всього, що в очах чужинця є негативне. Та не значить це, щоб ми мали насильно нагинати нашу дійсність до чужинецьких критеріїв. Коли нпр. хтось старається доказати, що українці належать до нордійської раси, це може викликати у німця іронічну усмішку або й навіть обурення. Третій Німеччині чужі асиміляторські пляни — навпаки: через расизм стараються німці як найвиразніше відмежуватися від інших народів, тому їх зовсім не тішить, колиб якісь інші народи, „підмазуючись” під нордійське походження, пробували затерти ту межу. Це становище мусимо пошанувати, тим більше, що сама расова різниця, навіть дуже велика, ще не є причиною легковаження, і не перешкоджує німцям шанувати наприклад японців.

Подібним — хоч може й невиннішим — пропагандивним прогріхом є надто крикливо підкреслю-

вати приналежність до якогось ідеологічного табору, як це напр. робили наші поклонники II інтернаціоналу в 1914—20рр., які уважали, що змалювати нашу батьківщину червоною краскою — це здобути їй загальну пошану у світі, це представити її політично розвиненою, поступовою. Тимчасом навпаки — занадто поспішне сприймання модних ідеологій інтернаціоналістичного характеру може викликати вражіння політичної незрілості. Політично вихована людина зясовує собі, що в міжнародному житті не відіграють ніякої ролі напрямки, які служили б якимсь загальнолюдським, понаднаціональним цілям, що під того роду ідеологіями і програмами криється політичний маневр якоїсь держави з наскрізь егоїстичними цілями. Відомо, що „визвольна” політика Наполеона III мала одинокую мету — підважити Австрію, як найповажнішого суперника, що виключно до того змагала Антанта, послуговуючися підчас війни Вільсонівськими точками. Тямимо, куди завела нас ідеологія міжнародного братерства й антимілітаризму і як легко перейшли до денного порядку над тою ідеологією ті, що нас нею струїли.. „Коли знаєш, що чиниш — законом ти сам, а не знаєш, що чиниш — закон є твій пан”. Ті слова Франка можна вжити до характеристики „загально-людських” ідеологій. Коли хто проповідує того роду ідеологію, він або стареться інших запрягти до свого воза, або у своїй несвідомості сам стає на службу чужих інтересів.

Податливість на чужині ідеологічні впливи — це один із проявів снобізму, що каже глядіти на „За-

хід” як на якийсь мітичний ідеал, до якого ми у ніякому відношенні не доросли і який мусимо сліпо наслідувати. У пропаганді проявляється це невільниче западництво у постійному підкреслюванні, що ми — Європа, оборонці Європи перед Азією і т. д. Коли ми нашої приналежності до Європи не трактуємо як щось самозрозумілого і очевидного, лиш постійно намагаємося доказати її, це мимоволі викликає у чужинця вражіння, що з тою нашою європейськістю щось не зовсім у порядку. Тим більше, що подібні методи можна стрінати у пропаганді деяких дрібних етнічних груп, чужих для Європи не лиш під культурним оглядом, але й під расовим.

Противенством до того невільничого „окциденталістичного” снобізму є погорда до „гнилого” Заходу. Таке становище опирається часто на довільному узагальнюванні (яке деякі наші публіцисти вважають синтезою) та на незнанні західної Європи, якої критик або зовсім не бачив, або бачив з гіршої сторони — очима бідолашного емігранта, що стикається лише із суспільними низами. Наші духові цінності, які в такому випадку протиставляться Заходові, є часто доволі релятивні, вишукані на борзі — не у висліді глибших культурно-історичних студій. Годі хвалитися витривалістю та скромними життєвими вимогами наших мас, коли низький життєвий стандарт знаменує дикі й півдикі народи; годі вважати нашу кооперацію вищою господарською формою від західного капіталізму, коли вона, зі своєю виключністю на нашому

терені, є вислідом нашої господарської анемії; годі представляти запоріжську чайку як вищий на свої часи тип судна, бо полінезійці на своїх ще менших човниках перепливають океани. Факт, що наша культура розвинулася під безпосереднім впливом византійської — найвищої в тогочасній Європі — це поважний пропагандивний атут, але й ним треба вміти послуговуватися, бо в очах пересічного європейця, Византія вважається символом крутїства та декаденсу, а на Росію звичайно глядять як на самотнього спадкоємця византійських традицій.

Відмежуватися виразно від наших словянських сусідів — це одно з найважливіших завдань нашої культурної пропаганди, тому треба вважати, щоб, підкреслюючи нашу національну індивідуальність, яка відрізняє нас від Західної Європи, не викликати небажаних асоціацій в мізку людини, яка ставить схематично дилему „Захід чи Схід?” а цей останній легко утотожнює з Росією. Слухаючи наших міркувань на тему „гнилого Заходу” — чужинець пригадає собі, що він вже щось подібного чув — від наших сусідів.

Але це відмежовування не може творити 90% нашої пропаганди, бо це мимоволі робитиме вражіння, що тим способом стараємося лише закрити справжню схожість з нашими сусідами, або що ми як окрема нація не існували б, коли б не було наших сусідів, бо українство — це лиш антитеза російськості.

Взагалі одним з найважливіших питань пропагандивної техніки є: що слід назвати по імені, що

натякнути, що лиш дати вичитати між стрічками, а що промовчати. Про це треба тямити зокрема, коли знайомимо чужинців з нашими цінностями, щоб пропаганда не перейшла в несмачну саморекляму. Оминемо цього найкраще, коли характеризуватимемо наш нарід не епітетами, а фактами; коли в наших розмовах та писаннях на ті теми уживатимемо як найрідше таких прикметників як „геройський”, „старокультурний” і т. п., зате дамо матеріял, на основі якого чужинець сам зробить бажані для нас висновки. Зрештою у публіцистиці можна дозволити собі на більшу свободу ніж у безпосередньому контакті.. Коли чужинець бере в руки нашу пропагандивну публікацію, він зясовує собі згори, яка її ціль. Затє коли запросимо його до себе на прийняття і цілий час ведемо розмову під виразно пропагандивним кутом, це може викликати у нашого гостя немилу рефлексію: запросили мене, угостили лиш на те, щоб сказати мені те все.

У публікації, а ще більше в розмові, велику роль відіграє тон, в якому порушуємо пропагандивні теми: мусить це бути тон спокійного, безпристрасного оповідання, а не гордості. Коли подаємо до відома якісь наші цінності, описуємо їх як щось звичайного, samozрозумілого; краще натякнути, що теперішній стан тих цінностей нас не зовсім вдовольє, що такий нарід як наш повинен їх мати більше — ніж зраджувати сите вдовільля. Це слід мати на увазі зокрема, коли знайомимо чужинця із зраками нашої матеріяльної культури, яка виглядає дуже скромно, коли приложити до неї західну мір-

ку. У тому напрямі наші земляки на жаль часто зраджували недостачу поміркування, напр. показуючи з гордим жестом якусь невеличку українську фабрику.

Коли стільки складних питань насувають наші позитивні сторінки — щож говорити про наші хиби? Чи промовчувати їх, в надії, що чужинець про них ніколи не довідається — чи навпаки: подати їх до відома з відповідним коментарем, заки вони дійдуть до чужинця з ворожих джерел? І який то має бути коментар: що заперечити, що зрештувати, що оправдати — і як оправдати? Питання не легкі, на які годі дати універсальну рецепту, які вимагають кожночасно дбайливої індивідуальної розв'язки. Орієнтаційним дороговказом мусить для нас бути правдоподібний ступінь поінформування чужинця. Ця обставина вимагає виразного розмежування поважної пропагандивної літертури від популярної: що можна промовчати чи заперечити перед ляїком, треба нераз визнати перед спецом.

Остання Скилля й Харибда, між якими треба вміти провести ненарушно національний престиж — це частий у нас комплекс меншевартності і куди рідша мегаломанія. Істеричні атаки самобичування національної гордості, прикриті ефектовним плащиком смокритицизму, роблять чималі спустошення на внутрішньо-українському терені — перед лицем чужинця були б вони злочином. Коли хто має поважні сумніви що до наших здібностей, зокрема державнотворчих, нехай заховає їх для себе,

а не затроює атмосфери недовірям у власні сили і не понижує нашого престижу та наших конкретних можливостей перед чужинцями. Відсутність прокуратури, яка ставила б перед суд за зневагу нації, зовсім не оправдує безкарності.

Другим проявом комплексу меншевартності є занадто похопна готовість приймати чужі політичні концепції, вислугуватися чужим інтересам. Коли навіть хто допускає того роду речі, як неминучі з уваги на міжнародню чи внутрішню ситуацію, не повинен виявити того занадто голосно й широко — з уваги на виховні наслідки та на престиж нації — великої нації, з великою традицією та великими державотворчими можливостями.

Але не можемо забувати, що це лиш можливості, справа майбутнього. Не сміємо ні на хвилину тратити тверезої оцінки сучасного — почуття скромної дійсності, на тлі якої занадто шумні фрази можуть робити вражіння наївної мегаломанії.

ОРГАНИ КУЛЬТУРНОЇ ПРОПАГАНДИ.

Ми описали важніші засоби культурної пропаганди, доступні для нас в теперішніх умовах та в найближчому майбутньому. Згодом можна буде поширити й усправнити ті засоби: на місце аматорів виступлять на закордонних сценах українські хор, балети, оперові трупи — репрезентативні, високопоставлені; на місце доривочно міщених статей і літературних перекладів прийде широка плянова пресова й видавнича акція; знайдуться засоби

на репрезентативну участь у міжнародних з'їздах та виставах; товариські зв'язки з чужинцями перенесуться на іншу площину.

Рівночасно отворяться перед нами нові ділянки пропаганди — в першу чергу мистецької, наукової та туристичної. Радіо дасть нам змогу познайомити світ з нашою музикою; фільма, яка вже під совітським режимом осягнула поважний рівень, зможе появитися й на чужих екранах.

Між засобами наукової пропаганди висувається на перший плян — побіч видавничої діяльності — творення катедр української літератури, історії, мистецтва і т. д. та лекторатів української мови при чужинецьких високих школах, а то й окремих наукових установ — зокрема у краях, що їх треба буде тримати під нашим культурним впливом.

Коли Україна двигнеться з теперішнього господарського занепаду, коли життєвий рівень нашого населення зблизиться до загальноєвропейського, треба буде отворити наші кордони для чужинецьких гостей і притягнути тих останніх туристичною пропагандою. Тоді можна буде подумати і про те, щоб стягнути на українські високі школи чужинецьких студентів — чи то шляхом обміну, чи розділюючи між них стипендії, чи хочаб признаючи їм візові й залізничні знижки і т. п. пільги.

Такі приблизно рями закордонної культурної пропаганди, що її ведуть поодинокі держави. Які органи кермують тою акцією та виконують її? Розглянемо це на кількох маркантіших прикладах.

Німецька культурна пропаганда закордонном зосереджувана в т. зв. закордонному відділі міністерства народного освідженнє і пропаганди, який координує працю інших відділів того міністерства та інших установ у тій ділянці. Його головними засобами є книжка, журнал, грамофоновий кружок, він займається також акцією виміни студентства.

Через окремий звязковий реферат закордонний відділ тісно співпрацює з туристичним (Fremdenverkehrsabteilung). Цей останній бере участь у розв'язці господарських, технічних і правничих питань з комунікаційної та туристичної царини, пропагує моторизацію, будову шляхів і самоходове мандрівництво, вишколює фаховий персонал, підготовлює туристичні провідники й інші видання, реклямує німецькі живці, літництва, осередки зимового спорту, регулює ціни у туристичному промислі, дбає про охорону краєвиду, веде статистику туристичного руху, співділає при організації конгресів, пропагує німецькі фестивалі й інші імпрези світової слави (Зальцбург, Байройт, Обер-аммергау) і т. д. Відділ співпрацює з ріжними організаціями й фаховими об'єднаннями, зв'язаними з туристикою.

У радівому відділі окремий реферат займається м. ін. німецькими авдиціями для закордону, виміною авдицій зі закордонними радіовисильнями і т. п.

Фільмовий відділ дбає про вивіз німецьких фільмових тижневиків з поясненнями в рі-

зних мовах, а в краях, куди німецьких фільмів не допускають, організує для місцевого німецького населення висвітлювання німецьких фільмів у замкнених льокалях.

Один з рефератів театрального відділу організує репрезентативні театральні виступи за кордоном, опікується німецькими театрами на чужині.

Відділ образотворчого мистецтва укладає мистецькі вистави та іншими засобами веде пропаганду німецького мистецтва за кордоном.

Музичний відділ займається німецькими музичними виступами за кордоном.

Музичний відділ займається виступами німецьких орхестр, хорів та солістів за кордоном, посередничить при вишукуванні для німецьких диригентів та учителів музики становищ за кордоном, постачає матеріяли для закордонних музичних авдицій.

Як бачимо, на 15 відділів німецького міністерства народнього освідомлення і пропаганди, 7 відділів займається закордонною культурною пропагандою, з них 2 виключно, 5 частинно. Помагає їм низка організацій та офіційних фахових об'єднань, що підлягають міністерству.

В Італії основано 1935 р. міністерство преси і пропаганди, зложене з 5-ох „генеральних дирекцій” та одного „інспекторату” (театрального). Генеральна дирекція пропаганди дбає про культурні взаємини із закордоном, постачає крає-

вій і чужинній пресі ілюстраційний матеріал, провірює закордонні радієві бюлетени; генеральні дирекції фільмова і туристична ведуть закордонну пропаганду у своїх ділянках. Поважна роля в італійській культурній пропаганді припадає установам, що опікуються італійською еміграцією: „дирекції італійців на чужині” і товариство „Dante Alighieri”, що має філії по всіх більших містах світу.

При організуванні нашого апарату закордонної пропаганди не можна буде за далеко користуватися чужими зразками. З огляду на те, що наш нарід жив 20 років у специфічних умовах, без контакту зі закордоном, годі буде залишити ту справу приватній ініціативі, навіть частинно; закордонна пропаганда вимагатиме повної централізації в одному відділі міністерства пропаганди, що уможливить найраціональніше вихіснування нечисленних людських сил, які можуть бути помічні у тій — такій важкій для нашого майбутнього — справі.

