

15. Майже 3 млн га Смарагдової мережі опинилися під загрозою знищення через війну в Україні. *ЕкоПолітика*. URL: <http://surl.li/fropq>

16. Environmental Damage in Ukraine: The Forgotten Cost of War. *The New Humanitarian*. 01.03.2022. URL: <http://surl.li/fromn>

УДК 341.7:008]-044.922(410):[616.98-036.21:578.834COVID-19]»2020/...»

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ПІСЛЯ COVID-19

І. В. Сушко, І. Г. Паніна

Анотація. Стаття присвячується дослідженню трансформації культурної дипломатії Великої Британії через кризу COVID-19. Розглянуто перешкоди, з якими довелося стикнутися британській культурній дипломатії на початку кризи, та шляхи подолання цих перешкод. Актуальність теми обумовлена важливістю та популярністю сфери культурної дипломатії та зростання її впливу на економіку держав.

Ключові слова: Велика Британія, культурна дипломатія, імідж держави, креативні індустрії, COVID-19.

Вступ. В останні десятиліття культурна дипломатія як інструмент м'якої сили займає все більш важливе місце в зовнішній політиці держав. Саме завдяки культурі та мистецтву різні країни мають змогу обмінюватися ідеями, інформацією, витворами мистецтва та іншими компонентами культури з метою укріплення їх відносин і взаємопорозуміння. Поняття культурної дипломатії з'явилося відносно недавно – у II пол. XX ст., але культура є вагомим частинкою національної ідеї; сьогоденні стратегії та концепції зовнішньої політики різних держав містять напрями, пов'язані з культурною дипломатією. Визнання важливості та просування на світовій арені культурної дипломатії дає державі змогу поширювати свій вплив і укріплювати позитивний міжнародний імідж.

Протягом останніх десятиліть Велика Британія активно використовує культурну дипломатію як інструмент м'якої сили у своїй зовнішній політиці. Сполучене Королівство довгий час тримало першість в цій царині, проте криза COVID-19 не обійшла стороною жодну сферу життя й істотно вплинула на культурну дипломатію. Британську культуру як засіб просування позитивного іміджу Британії розглядають у своїх роботах Марк Леонард, Меліса Нісбетт, Еліза Істон, Ніколас Гренхем та інші [5; 6; 8; 9]. Зауважимо, що питання впливу коронакризи на цю сферу не було популярною темою наукових досліджень. Саме тому метою нашої статті є аналіз впливу кризи COVID-19 на британську сферу культурної дипломатії, пов'язані з цим зміни та перспективи подальшого розвитку.

Основна частина. Зародження культурних і креативних індустрій тісно пов'язане з виникненням нового типу економіки, що спирається на знання та креативність, форма яких стає все більш диджиталізованою та глобальною. Нова економіка розглядає культурні процеси як такі, що мають значний вплив на всі сфери діяльності, технології та способи виробництва товарів і послуг, а також формують майбутній спосіб життя. Саме поняття культури розширюється і видозмінюється: тепер воно означає не просто художнє виробництво, а особливу сферу суспільного життя, щось, що пронизує все – засоби зв'язку та містобудування, державну політику та зв'язки з громадськістю, а також те, як формується і виявляється особистісна і групово самоідентифікація. Подібно до цього креативність і творчість нині сприймаються як щось, властиве не лише мистецтву, але як першочергова потреба і одна з найважливіших глобальних економічних переваг для всіх секторів [1].

Сьогодні креативна індустрія є інструментом інновацій і може бути впроваджена в інші галузі, створюючи з ними синергію. Одним із найважливіших аспектів креативної індустрії є те, що вони до початку коронакризи не просто робили істотний внесок у валову додану вартість, експорт та створення нових робочих місць, а й демонстрували стабільне зростання, яке часом перевищувало показники в інших галузях економіки.

Британія – креативна країна, і її індустрії стають усе більш важливими у просуванні позитивного іміджу сучасної держави. Два мільйони людей працюють у творчих професіях, і

цей сектор вносить 60 мільярдів фунтів стерлінгів, або 7,3 % доходів, бюджету щороку [5]. Протягом останнього десятиліття креативний сектор зростав удвічі швидше, ніж економіка загалом, і має хороші можливості для подальшої позитивної динаміки, оскільки зростає попиту на творчий контент, особливо англійською [3].

За результатами досліджень Центру політики та доказів креативної індустрії, креативна дипломатія має вагомий вплив і на торгівлю Великої Британії. У 2019 році, до виходу Великої Британії з ЄС та пандемії COVID-19, креативні індустрії експортували 37,9 млрд фунтів стерлінгів послуг (збільшення з 9,4 % у 2015 році до 11,9 % експорту послуг Великої Британії у 2019 році) і 20,1 млрд фунтів стерлінгів товарів (на 33 % більше, ніж у 2015 році) [6]. Креативні експортери зазвичай у минулому вводили більше інновацій і у продукти / послуги, і у процеси; також вони частіше планують інновації продуктів у наступні 12 місяців [6]. Ці дані свідчать про важливість галузевих стратегій зростання, які водночас здатні підтримувати і інновації, і торгівлю.

Заходи карантину через пандемію COVID-19 мали ключовий вплив на функціонування культурних і творчих ринків і глобальні потоки цифрового культурного контенту. Найбільше від пандемії постраждали сегменти реклами та кіно. Незалежно від місця розташування, пандемія COVID-19 призвела до втрати доходів, робочих місць і засобів до існування та виявила систематичні проблеми на аудіовізуальному ринку. Пандемія призвела до падіння доходів аудіовізуального сектора на 10 % [11]. Щодо рекламного сегменту, то незважаючи на те, що пандемія призвела до збільшення аудиторії, доходи сектору від телереклами впали на 15–20 % через загальне зниження економічного добробуту аудиторії [11]. До того ж рекламодавці, які зіткнулися з нестабільністю ринку, віддавали перевагу короткостроковим прибуткам та інтернет-рекламі, а не нарощуванню клієнтської бази, вже звичної для реклами на телебаченні. У поєднанні зі скороченням державного фінансування, яке разом із підписками клієнтів на платні послуги та касовими зборами є основним джерелом фінансування сектора, пандемія створила фінансову кризу в секторі, що має всі шанси перерости в довгострокову. Війна в Україні й пов'язана з цим інфляція у Британії також погіршили ці перспективи.

Пандемія та карантин призупинили виробництво, розповсюдження та вдвічі зменшили касові збори. До того ж виробництво висококласного контенту, як-от фільми, довелося скасувати або відкласти. Хоча станом на жовтень 2020 року 89 % фільмів, рекламованих за допомогою платного перегляду, уже вийшли в кінотеатри [11], через масове закриття кінотеатрів у наступні місяці фільми все частіше виходили безпосередньо на онлайн-платформах, що означало руйнування цієї традиційної моделі бізнесу.

Аудіовізуальний сектор також зазнав збитків через перерви у виробництві нових оригінальних і місцевих функцій, підвищення рівня безробіття та негативних наслідків із погляду генерації економічної діяльності, що згодом вплинуло на настрої інвесторів, фондові ринки та прибутки від фільмів. Виробництво та вихід на екрани багатьох фільмів було призупинено або відкладено, а деякі церемонії нагородження та фестивалі були повністю скасовані. За оцінками, у березні 2020 року кінопромисловість втратила приблизно 5 мільярдів доларів, а у найбільших британських кінооператорів, як-от Cineworld, почали падати акції більш ніж на 13 % [7].

Музична індустрія особливо постраждала від пандемії COVID-19, особливо в контексті індустрії живої музики. У звіті ОЕСР зазначається, що, незважаючи на великі збитки, вплив цього частково пом'якшено тим фактом, що 50 % доходу галузі припадає на записану музику [12]. Однак враховуючи, що інші 50 % складаються з живих подій (концертів, фестивалів, турів і сольних виступів) [12], це мало великий вплив на сектор, враховуючи те, що живі заходи були скасовані, скорочені або перенесені. Для деяких категорій музичних працівників потоки доходів зникли протягом кількох днів після введення обмежень. До того ж скасування фестивалів і ярмарків також мало негативний вплив на міжнародний характер виробництва і розподілу в секторі.

Сектор живої музики найбільше постраждав від обмежень соціального дистанціювання, пов'язаних із пандемією та обмеженою економічною діяльністю в багатьох країнах. Навіть коли санітарні заходи були зменшені між різними фазами карантину, музичні заходи ризикували постраждати від низької відвідуваності через зростання витрат на проїзд і проживання.

Пандемія COVID-19 завдала значних збитків світовій *видавничій галузі*. Через скасування книжкових ярмарків і галузевих заходів, карантинні заходи і порушення глобальних ланцюгів постачання світові продажі видавництва сильно постраждали [12]. У 2020 році світовий ринок книговидавництва скоротився приблизно на 7 мільярдів доларів [13] внаслідок закриття книжкових магазинів і наявних проблем, пов'язаних із розвитком цифрових платформ, як-от електронні книги, які вже створювали проблеми для незалежних книжкових магазинів і бібліотек, ще більше посилювалися наслідками пандемії. Експоненціальний перехід до цифрових та онлайн-механізмів розповсюдження продовжує зростати, але навіть онлайн-продажі (зокрема навчальної літератури, необхідної для навчання вдома) лише частково компенсували втрати доходів.

Великі події видавничої індустрії є джерелом життя основної частини книжкового бізнесу, і враховуючи їх скасування або відкладення, зусиль щодо переходу на цифрові технології може виявитися недостатньо [9]. До того ж через глобальне зростання цін на товари та частково через наслідки COVID-19 дефіцит паперу та сировини, а також збільшення витрат на транспортування також впливають на видавців в усьому світі, особливо на тих, хто покладається лише на фізичні формати і поки не може вийти на цифровий ринок [10].

Отже, пандемія COVID-19 та пов'язані з цим обмеження не обійшли стороною жодну із сфер культурної дипломатії і суспільного життя загалом. Проте британський уряд зумів повернути усі негативні чинники кризи COVID-19 на свій бік і вжити заходів, що не лише повернули культурну сферу в докризовий стан, але навіть і покращили її.

Більшість звичайних заходів було скасовано або перенесено через карантинні обмеження, тому британські культурні інститути перейшли до віртуальних форматів, як-от відеоконференції, онлайн-виставки та вебіари. Це дало змогу зберегти зв'язки з публікою та привернути нових глядачів. Наприклад, проєкт Digital Theatre Transformation допоміг створити набір інструментів для театральних компаній, допомагаючи цим багатьом театральним групам вийти в інтернет. Ще одним прикладом може послугувати культурний режисер Тайка Вайтіті, який організував онлайн-трансляцію свого фільму «Тор: Рагнарок» в Instagram, залучивши цим до перегляду величезну кількість глядачів.

Карантинні обмеження сприяли розвитку онлайн-культури, що виявилось корисним для британських культурних інститутів. Вони розширили свої онлайн-канали, як-от YouTube та Instagram, і стали більш активними у соціальних мережах. Це дало змогу їм залучати більше глядачів з усього світу та підвищувати свою глобальну популярність. Карантинні обмеження дали змогу знизити витрати на організацію традиційних культурних заходів, але зміна на віртуальні формати та розширення онлайн-каналів призвели до збільшення фінансових витрат на технічну інфраструктуру та маркетингові заходи.

Криза COVID-19 вплинула на фінансування культурної дипломатії Великої Британії. Уряд Великої Британії розглядає можливості релокації бюджету для забезпечення необхідного фінансування культурних програм та ініціатив. До того ж із метою підтримки культурної дипломатії було створено додаткові фонди і програми, що дають змогу залучати інвестиції в культурну сферу.

Після виходу Великобританії з ЄС у 2020 році країна змінила свою зовнішню політику щодо культурної дипломатії. Вона активно співпрацює з країнами-партнерами поза Європою, як-от США, Канада, Австралія та Японія, з метою зміцнення своїх культурних зв'язків і приваблювання іноземних інвестицій. Карантинні обмеження та криза, викликана COVID-19, змусили людей звернути більше уваги на культуру та її вплив на життя людей. Це призвело до збільшення значущості культурної дипломатії та важливості збереження культурної спадщини. Карантинні обмеження додали значущості співпраці та обміну культурними цінностями між країнами.

Британія активно взаємодіє з іншими країнами шляхом організації онлайн-заходів, спільних виставок, культурних програм та ініціатив. Британською радою було створено безліч онлайн-мистецьких заходів, серед яких The Missing Pillar Talks (серія панельних бесід про внесок культури), SXSW, або South By South West (дослідження, як еволюціонувала телевізійна музика), глобальні онлайн-дискусії для професіоналів музеїв і галерей та багато інших [4]. Це

дає змогу Великій Британії підтримувати добрі відносини з іншими країнами та зміцнювати свої культурні зв'язки з ними.

COVID-19 змінив сприйняття культури у світі. Люди стали більш відкриті до культурних впливів з інших країн і більше цінують культурні цінності. Велика Британія використовує цю зміну у сприйнятті культури для привертання уваги до своєї культури та зміцнення своїх культурних зв'язків з іншими країнами. За рейтингом Global Soft Power Index 2023 від Brand Finance Велика Британія посідає друге місце серед впливових країн м'якої сили, поступаючись лише США. Проте за показником культури Сполучене Королівство займає 5 місце, хоча ще у 2022 році країна була на 4 сходинці. На сучасному етапі культурний показник перевершує показник докризового часу [8]. Велика Британія зміцнює цей індикатор через підтримку та співпрацю з іншими країнами, зокрема погодилася провести пісенний конкурс Євробачення від імені України у Ліверпулі. Отже, Британія знову показує свою підтримку Україні, не лише політичну і військову, але й культурну та інформаційну. Подібні дії сприяють укріпленню Британії на позиціях лідера серед країн м'якої сили. Рішення про проведення Євробачення позитивно вплине і на імідж країни, і на її економіку.

Висновки. COVID-19 суттєво вплинув на сферу культурної дипломатії Великої Британії, змінивши способи взаємодії з іншими країнами та привертуючи увагу до важливості культури в побудові діалогу. Велика Британія продовжує зосереджуватися на підтримці й розвитку культурних програм та ініціатив, використовуючи нові технології та формати зв'язку. Держава займала активну позицію в боротьбі зі світовим пандемією та надавала допомогу іншим країнам, що вже вплинуло на її культурну дипломатію і ставлення до неї з боку інших країн. На нашу думку, культурна дипломатія Великої Британії в майбутньому буде і далі розвиватися та розширюватися, збільшуючи коло своїх партнерів по всьому світу й утверджувати себе в ролі світового лідера у цій сфері.

Abstract. The article is devoted to the study of the transformation of the cultural diplomacy of the Great Britain due to the crisis of COVID-19. The obstacles faced by British cultural diplomacy at the beginning of the crisis and ways to overcome these obstacles are considered. The topicality of the topic is due to the importance and popularity of the sphere of cultural diplomacy and the growth of its influence on the economy of states.

Keywords: Great Britain, cultural diplomacy, state image, creative industries, COVID-19.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Anholt-Ipsos Nation Brands Index 2021. URL: <http://surl.li/foeyw> (Last accessed: 18.02.2023).
2. Arts Online Events. British Council. URL: <https://www.britishcouncil.org/arts/events> (Last accessed: 18.03.2023).
3. British Council. URL: <https://www.britishcouncil.org/> (Last accessed: 18.02.2023).
4. DCMS Department for culture, media and sport. Creative Britain: new talents for the new economy. DCMS. 2008. URL: <https://cutt.ly/dGLM9e4>
5. E. Easton. Response to the Integrated Review: A new era of soft power? *Creative Industries Policy & Evidence Centre*. URL: <http://surl.li/foeyx> (Last accessed: 18.02.2023).
6. N. Garnham. Concepts of culture: public policy and the cultural industries. *Cultural studies*. 1987. Т. 1. № 1. PP. 23–37.
7. Global Soft Power Index 2023. Brand Finance. URL: <https://brandirectory.com/softpower/nation?country=159> (Last accessed: 18.03.2023).
8. Industrial Strategy. Creative Industries Sector Deal. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf (Last accessed: 18.02.2023).
9. C. Kent. Creative industries and the UK economy: a success story. *New Statesman*. 2019. URL: <https://cutt.ly/xGLMaZh> (Last accessed: 18.02.2023).
10. J. S. Nye. «Soft power»: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. 208 p.
11. J. N. Rosenau. The Study of Global Interdependence. Essays on the Transnationalization of World Affairs. London: Frances Pinter, 1980. 334 p.
12. Shoard C. Cinema bullish in the face of coronavirus despite projected \$5bn loss. *The Guardian*. 06.03.2020. URL: <https://cutt.ly/v4hWpl6> (Last accessed: 18.03.2023).
13. The Department for Digital, Culture, Media & Sport. URL: <https://bit.ly/2Y8pe2Z> (Last accessed: 18.02.2023).