

Джерела та література

1. Губар О., Дельфінов О. США і ЄС мають намір скоротити викиди метану на 30 відсотків. DW. 14.09.2021. *dw.com*. URL: <https://www.dw.com/uk/ssha-i-yes-maiut-namir-skorotyty-vykydy-metanu-na-30-vidsotkiv/a-59174092>
2. Представництво України при Європейському Союзі. *Європейський Зелений Курс*. 15.04.2021. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzeve-spivrobitnictvo/klimat-yevropejska-zelena-ugoda>
3. Clara Volintiru. EU's Soft Power in Green Diplomacy: Scaling-up Consensus from Subnational and National Initiatives. Institute of European Democrats. 15.12.2020. URL: https://www.iedonline.eu/download/geopolitics-values/19-Volintiru-Scaling-up_Consensus_from_Subnational_and_National_Initiatives_revised.pdf
4. Tänzler D., Ivleva D., Hausotter T. EU climate change diplomacy in a post-COVID-19 world. *European Parliament*. July 2021. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653643/EXPO_STU\(2021\)653643_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653643/EXPO_STU(2021)653643_EN.pdf)
5. Sebastiao S. P., Soares I. Environmental diplomacy: from transnational policies to the role of ambassadors – the contribution of David Attenborough (2018–2020). *Journal of Communication Management*. 2022. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JCOM-04-2022-0030/full/pdf?title=environmental-diplomacy-from-transnational-policies-to-the-role-of-ambassadors-the-contribution-of-david-attenborough-2018-2020>
6. The Paris Agreement. UNFCCC. URL: <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>
7. United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. *Department of Economic and Social Affairs. Home. Sustainable Development*. 2015. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>

Сушко Ірина

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ВПЛИВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ НА КУЛЬТУРНУ ДИПЛОМАТІЮ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

Ключові слова: Велика Британія, креативні індустрії, культурна дипломатія, креативна економіка, культурна стратегія.

Keywords: UK, the Great Britain, creative industries, cultural diplomacy, creative economy, cultural strategy.

Зародження культурних та креативних індустрій тісно пов'язане з виникненням нового типу економіки, що спирається на знання та креативність, форма яких стає все більш інформаційною та глобальною. Креативна економіка розглядає культурні процеси як такі, що мають значний вплив на всі сфери життя, технології та способи виробництва товарів і послуг, а також формують майбутній спосіб життя. Отже, 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 формуються і виявляються особистісна та групова самоідентифікація [1].

Мета цього повідомлення – визначити роль креативних індустрій у культурній дипломатії Великої Британії, оцінити рівень і потенціал їх впливу на цю сфе-

ру. Серед науковців, які досліджували культурну дипломатію Сполученого Королівства, варто виділити Ніколаса Гарнема, Марка Леонарда, Елізу Істон та Меліссу Нісбетт, проте через брекзит і пандемію виникла потреба глибше проаналізувати потенціал креативних індустрій як одного з інструментів брендингу й публічної дипломатії.

Перша спроба виміряти цінність творчих індустрій була зроблена 1997 р. у Великій Британії. Уряд опублікував Creative Industries – Mapping Document 1998, в якому перераховані 13 сфер діяльності, включно з рекламою, архітектурою, дизайном та ін. У дослідженні також відзначено загальний факт, що вони «походять з індивідуальної творчості, навичок та таланту і мають потенціал для створення багатства за рахунок створення інтелектуальної власності» [6]. Через двадцять років поняття «креативні індустрії» та їх значення визнаються більшістю урядів світу і починають йти у ширшу «креативну економіку». Креативна економіка створює робочі місця, які не можуть замінити машини та технології, тому що вони залежать від людської творчості та емоційного інтелекту.

Сьогодні креативна індустрія є інструментом інновацій і може бути впроваджена в інші галузі, створюючи з ними синергію. Наприклад, вона сприяє широкому спектру галузей та професій від реклами до туризму і є свідченням того, що навички та стилі роботи у творчому секторі почали впливати на інші галузі економіки. До того ж креативна економіка є одним із секторів світової економіки, що зростає надзвичайно швидкими темпами, тому вона має бути важливою частиною стратегії кожної країни.

Діяльність Ради Великого Лондона (далі – РВЛ) у період з 1979 до 1986 рр. можна розглядати як приклад першої стратегії культурних індустрій на місцевому рівні і водночас важливу спробу проводити сучасну демократичну культурну політику [3]. Ніколас Гарнем, радник РВЛ, запропонував більш змістовний спосіб визначення культурних індустрій як «інститутів нашого суспільства, які використовують характерні способи виробництва та організації промислових корпорацій для створення та поширення символів у формі продукції та послуг культурного значення, як правило, хоч і не обов'язково, як товари» [3]. Основне завдання, на його думку, полягало у розвитку демократичної культурної політики, заснованої на попиті освіченої та поінформованої аудиторії. Було важливо зрозуміти та зіставити реальні відносини між попитом та пропозицією у сфері культури, між творчими прагненнями тих, хто створює культурну продукцію, й уподобаннями та очікуваннями тих, хто її споживає [3]. Одним із найважливіших аспектів креативної індустрії є те, що вони не просто роблять істотний внесок у валову додану вартість, експорт та створення нових робочих місць, а й демонструють стабільне зростання, яке часом перевищує показники в інших галузях економіки.

У березні 2021 р. британський уряд оприлюднив документ під назвою «Інтегрований огляд», у який включив зобов'язання домагатися економічної та політичної відкритості, виступати як поборник дій проти зміни клімату, зміцнювати оборонну стратегію, діяти на благо Союзу, відстоювати вільну торгівлю та розвиватися як наукова наддержжава [5]. Щодо творчих індустрій, то цей огляд не тільки говорить про силу Великої Британії з погляду її наукової доблесті, але та-

кож визнає Велику Британію як наддержаву м'якої сили, зокрема завдяки її творчим і культурним індустріям [2].

«Інтегрований огляд» підкреслює силу культурних і креативних індустрій Великої Британії та визнає, що це не можна сприймати як належне, оскільки «ті, хто кидає виклик цінностям відкритих і демократичних суспільств, все частіше роблять це через культуру: системні конкуренти, як-от Китай, вкладають значні кошти у глобальній проєкції культурної влади та інформаційних операціях» [5]. Огляд містить зобов'язання продовжувати підтримувати творчий та культурний сектори Великої Британії, зокрема шляхом: інвестування 150 мільйонів фунтів стерлінгів у угоду з сектором креативної індустрії, збільшення загальноекономічних інвестицій у дослідження та розробки до 2,4 % ВВП до 2027 р., надання фінансування в розмірі 1,7 мільярда фунтів стерлінгів на рік 45 органам, які підтримують культурну та спортивну досконалість Великої Британії та інші [5].

За результатами досліджень Центру політики та доказів креативної індустрії, креативна дипломатія має вагомий вплив і на торгівлю Великої Британії. У 2019 р., до виходу Великої Британії з ЄС та пандемії COVID-19, креативні індустрії експортували 37,9 млрд фунтів стерлінгів послуг (11,9 % експорту послуг Великої Британії у 2019 р. та збільшення з 9,4 % у 2015 р.) і 20,1 млрд фунтів стерлінгів товарів (на 33,0 % більше, ніж у 2015 р.) [2]. Креативні експортери зазвичай у минулому вводили більше інновацій і у продукти / послуги, і у процеси, і вони також частіше планують інновації продуктів у наступні 12 місяців [2]. Ці дані свідчать про важливість галузевих стратегій зростання, які водночас здатні підтримувати як інновації, так і торгівлю. Україна також може перейняти досвід Сполученого Королівства та запроваджувати більше інновацій у культурну сферу, урізноманітнюючи цим її та провокуючи галузеві зростання.

Культурні індустрії покладаються на людський капітал і талант для створення своєї доданої вартості, і враховуючи важливість експорту послуг до культурних індустрій, не дивно, що здатність людей переїжджати в країну та виїжджати з неї має велике значення. У деяких випадках вплив міграційної політики на торговий баланс креативних індустрій є дуже прямим. Для музиканта, який хоче гастролювати, його здатність експортувати свій продукт залежить від можливості в'їжджати до країни, у яких він хоче грати (а візові обмеження можуть підвищити витрати на гастролі або взагалі скасувати поїздку).

В інших випадках взаємозв'язок між торгівлею та міграцією може бути менш очевидним: наприклад, творчий сектор часто вимагає знання тих країн, до яких експортуються послуги. Наприкінці 2021 р. британський уряд оголосив про додаткові зміни в імміграційній системі Великої Британії, зокрема про запровадження до березня 2022 р. «візи на основі елітних балів» та реформу Глобальної візи для талантів [4]. Важливість цих реформ згадується в Інтегрованому огляді. Обидві ці політики спрямовані на залучення та утримання «найбільш висококваліфікованих, мобільних талантів – зокрема в академічних колах, науці, дослідженнях і технологіях – з усього світу». Залежно від того, як розроблені ці реформи, вони могли б подолати розрив між наявним забезпеченням та системою, яка б базувалась на талантах. Такий підхід дає вкрай необхідну можливість повернутися до питання про те, як творчі працівники можуть продовжувати використовувати Велику Британію як один із найбільших творчих центрів світу [4].

Отже, креативні індустрії – одна з найбільш вагомих сфер культурної дипломатії. Креативні індустрії тісно пов'язані з виникненням нового типу економіки, тому це одна з індустрій, яка приносить найбільший дохід у культурному секторі Великої Британії. До того ж креативний сектор має вплив і на міграційну політику. Тому не варто недооцінювати можливості культурних індустрій у сучасному світі.

Джерела та література

1. Влияние культуры на экономическое развитие: зарождение культурных индустрий и «кластеров» креативной экономики. *Culture and Creativity*. URL: <https://cutt.ly/1DSQhQV>
2. Easton E. Insights for policymakers. *Creative Industries Policy & Evidence Centre*. 2021. URL: <https://cutt.ly/gGLMEs>
3. Garnham N. Concepts of culture: public policy and the cultural industries. *Cultural studies*. 1987. Т. 1. № 1. Р. 23–37.
4. Glynn B. P. EU blames UK after outcry over end to visa-free touring for musicians. *BBC News*. 14.01.2021. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-55654386>
5. The Integrated Review 2021. *GOV.UK*. URL: <https://www.gov.uk/government/collections/the-integrated-review-2021>
6. What is the value of the creative economy? *Culture and Creativity*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/value-of-the-creative-economy>

Хоменко Аліна

Донецький національний університет імені Василя Стуса

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Ключові слова: Україна, війна, культурна дипломатія, російська агресія, імідж держави.

Keywords: Ukraine, war, cultural diplomacy, Russian aggression, state image.

Після повномасштабного вторгнення Росії культурна дипломатія України відходить на другий план. Адже в умовах гарячої фази війни публічна дипломатія працює в іншому напрямі – формування антиросійської коаліції, надання Україні допомоги, інформаційне протистояння. Культурна дипломатія в умовах війни зазнає кризи майже у всіх напрямках, водночас створюються нові можливості. Через культуру можна наголошувати на проблемах в Україні та надавати чітку достовірну інформацію для аудиторії за кордоном.

Метою повідомлення є актуалізація питання культурної дипломатії в умовах російсько-української війни та пошук потенціалу для просування позитивних наративів про Україну через культуру в зазначених умовах. Ця проблема не є новою у контексті сучасної зовнішньої політики України. Ще з 2014 р., на початку збройного наступу на українську територію, виникає питання актуальності культурної дипломатії загалом. Українські науковці й експерти (Д. Долотова, К. Савон, Н. Ржевська) детально описували проблеми, перспективи і здобутки культурної дипломатії загалом і Українського Інституту зокрема в 2015–2021 рр., проте повномасштабне вторгнення змінює акценти досліджень.