

що забезпечують академічні традиції, які є спільними для всіх, хто працює і навчається в університеті.

Список використаних джерел:

1. Гальченко С. І. Основи наукових досліджень : навч.-метод. посіб. /С. І. Гальченко, О. З. Силка. – Черкаси : АММО, 2015. – 93 с.
2. Семенов О. Академічна культура дослідника в освітньо-культурному просторі університету : [монографія] / Олена Семенов, Мирослава Вовк. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. – 284 с.

Орлова О.В.,

кандидат культурології, доцент, завідувач кафедри культурології ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв

РОЛЬ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Сьогодні гостро ставить питання щодо ефективності використання існуючих методів роботи у сфері культури та доречності впровадження і використання нових методів, методик, засобів та технологій. Гостро стає питання формування нового культурного середовища, розвиток художніх практик, ефективного комунікативного діалогу між різними суб'єктами соціальних взаємодій. Соціальні зміни в суспільстві, процеси перетворення економічної моделі, здобуття незалежності істотно вплинули на культурне середовище нашої держави, в якому мистецтво, що наслідує світові тренди, стає невід'ємним елементом політики, економіки, засобів масової інформації тощо. Реалізація креативного потенціалу стає рушійною силою держави, яка бореться за лідерство країн у найбільш прибуткових високотехнологічних сегментах глобального ринку.

На сучасному етапі у сфері культури та мистецтва виникають, трансформуються та стають синтетичними нові сфери культури та різних мистецтв, а такі комерційні галузі як мода, телебачення, дизайн сприяють появі нових творчих особистостей, креативних професіоналів та менеджерів у різних напрямках та сферах культурного розвитку.

Креативна культура почала розвиватись з появою перших поселень міського типу і розподілу людей на соціальні групи. У містах жили люди, які не займались сільським господарством (це період III – IV століття до нашої ери). Простір креативної культури було зосереджено виключно у містах, в яких і відбувались основні політичні, соціальні і культурні події у житті суспільства.

Важливо зазначити, що для розвитку сектору культурних індустрій особливого значення набуває і певна історична, етнічна, соціальна специфіка саме того міста, в якому і сконцентровані певні творчі ресурси та творчі сили, які активно впливають на

розробку стратегії та розвитку в галузі розробки та впровадження різних культурних проектів.

«Культурні індустрії» та «креативне підприємництво» – це відносно нові поняття в українському контексті, проте вони не є новими явищами.

Визначення «культурні індустрії» запровадили Т. Адорно та М. Горкгаймер у своїй «Діалектиці просвітництва» 1947 року [1].

Так, термін «культурні індустрії» ЮНЕСКО трактує як напрямок, який застосовується в тих галузях, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію змістів, які є нематеріальними і мають культурний характер [2].

Змісти цих напрямків роботи як правило, захищаються авторським правом, і можуть мати вигляд чи форму товару, послуги чи культурного продукту.

Слід зазначити, що у відповідності до контексту, «культурні індустрії» іноді мають назву і називаються «креативними індустріями», або враховуючи економічну складову їх називають «галузями майбутнього».

«Культурні індустрії» представляють також і унікальний сектор економіки, який виник не просто так чи випадково, а цей сектор економіки виник внаслідок поширення і розповсюдження засобів масової комунікації та завдяки такому явищу, як глобалізм.

У 1998 році ХХ століття у Великій Британії сектор культурного підприємництва офіційно було передано у підпорядкування Департаменту культури, медіа і спорту (DCMS) уряд. Це стало підтвердженням того, що Англія як країна і у 1998 році і сьогодні, ставши лідером, утримує цю позицію щодо розвитку креативного підприємництва.

Ще одне визначення дефініції «культурні індустрії» акцентує увагу на тому, що це є «діяльність, в основі якої лежить індивідуальне творче начало, навик чи талант, і яка може створювати додану вартість і робочі місця шляхом створення та експлуатації інтелектуальної власності» [3] і є визначальним для нашого дипломного дослідження.

Культурне підприємництво як процес та як галузь економіки передбачає перетворення творчого та інтелектуального ресурсу в «творчий продукт» чи «культурний продукт», наприклад : виставу, анімаційний фільм, аксесуар для повсякденного життя і т.д.

Для економічного та культурного розвитку міст важливо і потрібно направити та зосередити творчий потенціал підприємців для створення творчих осередків та середовищ у соціально-економічно розвинених містах. Такі осередки та середовища називаються «креативними кластерами».

«Креативні кластери – це особливе місце, декілька підприємств, фірм, майстерень, офісів, які об'єднані в спільному просторі і зайняті в сфері культурного підприємництва» [4].

Слід зазначити, що головною рисою цих креативних кластерів є спільна атмосфера, в якій поєднується і творча діяльність і бізнес, що сприяє виникненню та виробництву нового культурного продукту. Часто такі кластери допомагають проводити міську регенерацію, а використання просторової організації певного

креативного кластеру стає невід'ємною складовою та впливає на його успішне використання.

Підкреслимо, що відкрите, творче середовище виникає і розвивається як живий специфічний організм, як спільний творчий майданчик для комунікації і співпраці як підприємців так і для художників та представників різних видів мистецтва. Все це сприяє створенню нових форм комунікацій, розвитку творчих стосунків як нові альтернативи соціально-культурному капіталу.

В центр уваги сучасного виробництва стає творча, креативна особистість і тому акцент у процесі створення культурного продукту переноситься з кута промислового сектору на індивідуально-особистісний кут, головними складовими якого є креативність, свобода творчості та імпровізаційність.

Існують яскраві приклади щодо активної підтримки культурних ініціатив та культурних індустрій місцевою владою в індустріальних центрах, а саме: в Ліверпулі, Манчестері, Берліні, Мілані, Стокгольмі, Парижі, Вені.

Ще у XVIII - столітті Ф. Енгельс досліджуючи умови та технології виробництва і основи життя такої соціальної групи як пролетаріат у м. Манчестер, описує розташування будинків, виробничих будівель і підкреслює особливість тієї атмосфери, яку створює лило це промислове місто для своїх робітників.

Ще одною важливою складовою творчої економіки є «агенції культурних індустрій», які є посередниками між спільнотою креативних підприємців і міською владою [3].

Робота цих агенцій складається з проведення аналізу ресурсів території, виявлення її творчого потенціалу і ресурсних можливостей; розробки стратегії розвитку, у побудові системи підтримки креативного підприємництва.

Слід зазначити, що процес дослідницької та аналітичної діяльності агенцій є складним і містить етапи та періоди трудної, довготривалої та клопіткої роботи.

На сучасному етапі найбільш знамениті, авторитетні та великі агенції культурних індустрій є у Великобританії. Вони є визнаними світовими лідерами у своїй галузі.

Ці авторитетні та відомі великі агенції культурних індустрій залучають керівники міст різних країн світу для проведення консультацій, певних досліджень, оцінки перспективи творчого ринку, розрахунків щодо творчого розвитку і потенціалу, досліджень щодо перспектив репрофілювання певних галузей економіки міста на користь розвитку творчого сектору.

На думку Джастина О'Коннора «зміна парадигми споживання впливає на виробництво (виходячи з того, що культура стає товаром), яке також розглядається крізь призму культури: культурне споживання пов'язане з освітою, стилем життя, дозволяям, ідентичністю.

Відповідно споживається новий культурний товар, а культурне виробництво має нове ставлення до роботи, кар'єри, досліджень, амбіцій, щастя, успіху, при цьому культурні виробники мають потенціал формувати нові звички [5].

Зазначимо, оскільки виробництво у сфері культури базується на певній інформації, то надзвичайно різкий та швидкий розвиток цифрових технологій та

глобалізація мереж обміну інформацією істотно вплинули і на культурний сектор і зробили цей сектор одним із самих динамічних у сучасному світі.

У рейтингу сучасних компаній світу, що працюють у сфері радіо, телебачення та мовлення, Інтернету, компанія «Google» на даний момент є однією з найбагатших компаній світу, у галузі індустрії розробки та створення ігор розваг.

У США у 1998 році культурні індустрії дали більше доходу ніж авіаційна галузь, а в Британії культурні індустрії генерують більше 150 мільярдів річного доходу (за даними 2001 року), що становить майже 10% національного ВВП [6].

Ще на початку 1980-х років музична індустрія Британії перевищила доходи інженерного сектору, а статистика 1998 року показала, що музиканти, актори та режисери приносять Британському королівству понад \$99 мільярдів щорічно, що перевищує в декілька разів доходи від сільського господарства та вугільної промисловості.

Підкреслимо, що британські театральні, телевізійні, фільмові та музичні компанії займають 16% на світовому ринку, що приносить надзвичайно великі доходи як державі так і містам.

Наведемо приклад: в структурі креативної економіки Британії, місто Манчестер є центром розробки та створення програм для BBC, місцем для активного туризму, в якому є розвинена музична індустрія, наука та спорт. Розвиток цих галузей вплинув на перетворення міста Манчестер із забрудненого промислового міста в сучасний розвинений соціально-культурний креативний центр.

За статистичними даними Європейського союзу, культурний і творчий сектор в європейському масштабі виробляв у 2003 році культурних продуктів на суму понад 654 мільярдів євро, що склало 2.6% ВВП ЄС, при цьому частка текстильної промисловості у ВВП становить 0.5%, а харчова промисловість, виробництво напоїв і тютюну – 1.9 %.

При цьому загальне зростання сектору у період 1999-2003 роках перевищило 19.7%, що було на 12.3% вище, ніж ріст загальної економіки.

Станом на 2004 рік у секторі креативної економіки було зайнято 5.8 мільйонів людей, що становить 3.1% загальної зайнятості [7].

Зазначимо, що значний вплив на економіку програми підтримки розвитку креативного підприємництва надав можливість містам і країнам Європи та Північної Америки зайняти ключові позиції в соціально-економічній політиці і набувати і у подальшому зростаючого значення в інших регіонах світу; у Південно-Східній Азії та Південній Америці.

Все вище викладене дозволяє зробити висновок про те, що:

1. Креативні індустрії, які являють собою матеріальну основу концепції креативної економіки, починаючи з 1990-х років проходять етап методологічної ідентифікації.

2. На сьогодні вони є динамічним та високоприбутковим сектором світової економіки. Реалізація концепції креативної економіки і на регіональному і на національному і на міжнародному рівні відкриває нові горизонти щодо соціально-економічного прогресу.

3. Структурні характеристики креативних індустрій відображають порівняння класифікаційних моделей які були розроблені в період 2000-2005 років на рівні організаційному рівні, це: «Модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії»; «Модель Інституту статистики ЮНЕСКО», «Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності», «Модель некомерційної організації «Американці за Мистецтво»», та особистісному, втіленому у наукових дослідженнях вчених-економістів (Модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса, модель концентричних кіл Девіда Тросбі, символічна текстова модель Девіда Хезмондалша).

4. Слід підкреслити, що перспективним сьогодні стає поєднання певних культурних індустрій, що складає унікальність та неповторність сучасного креативного продукту.

На сьогодні актуальним залишається питання розробки універсальної системи класифікації креативних індустрій для одержання, акумуляції та суспільного використання уніфікованих та релевантних статистичних даних, що посилить наукове обґрунтування щодо подальших досліджень у даній сфері.

Список використаних джерел:

1. Kyivartweek. URL: <https://kyivartweek.com/> (дата звернення: 02.10.2021).
2. URL:<https://en.unesco.org/> (дата звернення: 09.11.2021).
3. Креативні індустрії. URL: <http://portal.unesco.org/culture> (дата звернення: 02.10.2021).
4. Креативна Україна. Веб-сайт. URL: <http://creativeukraine.org.ua/uk/> (дата звернення: 30.04.2021).
5. Культура: проблема визначення та сутність URL:http://megalib.com.ua/content/4114_12Kylytra_problema_viznachennya_ta_sytynist.html (дата звернення: 16.05.2021).
6. Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры: Сборник материалов / составители Е.И. Кузьмин, В.Р. Фирсов. Москва: Либерей, 2002. 237 с.
7. Культурні і креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (24 квітня 2017 р.). Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 160 с.