

РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

Сьогодні розвинені постіндустріальні країни бачать джерело розвиненості і стабільності суспільства в переході до «креативної економіки», в якій основним фактором виробництва є творча активність населення, здатна створювати принципово нові продукти. Основною метою цього переходу є побудова розвиненої економіки шляхом створення інноваційного середовища, а головний інструмент в досягненні цієї мети – це «будівництво» креативних міст, фундаментом яких є культурні індустрії.

Розробленням цих тем, починаючи з американського соціолога і футуролога Елвіна Тоффлера, майже півстоліття займаються вчені та практики по всьому світу. Але все ж поки не існує універсального сценарію переходу від однієї економіки до іншої. Для досягнення цієї мети необхідно враховувати специфіку кожної окремої країни: розмір території, забезпеченість природними ресурсами, чисельність населення і багато іншого.

Дж. Хокінс [1] – один з основоположників концепції «креативної економіки» (2001 р.) – обґрунтував застарілість традиційної економіки, основу якої становлять традиційні фактори виробництва (земля, праця та капітал), і неодмінний перехід до «креативної економіки», в основу якої покладено творчі здібності особистості. Р. Флоріда [2] виокремив креативний клас робочої сили і здійснив його ґрунтовний аналіз.

Проблематику «креативної економіки» та «креативних індустрій» піднімали й українські дослідники. І. Вахович та О. Чуль [3] досліджено теоретичні засади розвитку креативних індустрій та розроблено практичні рекомендації із забезпечення їх розвитку на регіональному рівні та в Україні.

Для України розбудова креативного сектору економіки – не тільки наслідування актуальних трендів глобального економічного розвитку, це шлях до виходу зі складної внутрішньоекономічної ситуації та забезпечення соціально-економічного зростання за рахунок максимального використання вже наявного і практично необмеженого ресурсу, а саме людського капіталу, якість якого є достатньою для продукування та споживання креативних товарів та послуг.

Художні виставки, музичні та літературні проекти, зустрічі з письменниками, художниками, критиками та представниками культурної еліти, які проводяться в креативних просторах, є об'єктом інтересу сучасних людей.

Творчий потенціал і культура є одними із найбільших активів будь-якої країни, а торгівля продукцією креативного походження сприяє розвитку національного господарства. Саме зростання попиту на продукцію креативного (творчого) виробництва стало основою для виникнення так званих креативних індустрій. Це, у свою чергу, перетворює креативні індустрії чи не найбільш прогресивні із всіх «новонароджених» галузей світової економіки.

У сучасному розумінні креативність – масштабна і безперервна практика – базується на звичайних, загальних для всіх здібностях, а також на досвіді і компетентності, які використовуються для отримання економічних та інших вигод [2].

Під креативністю розуміється формулювання нових ідей і застосування цих ідей для створення оригінальних творів мистецтва і культури, функціональних розробок, наукових винаходів і технологічних інновацій. Слово «креативність» асоціативно пов'язано з новизною, уявою, натхненням, винахідливістю і майстерністю [4].

Становлення креативності як рушійної сили економічного зростання та інновацій зажадало наукового осмислення цього процесу, в результаті чого з'явилася концепція креативної економіки. Вона розвивається з початку 2000-х рр., причому в основному зусиллями соціологів, культурологів, архітекторів.

Виникнення креативних індустрій, котрі часто називають «галузями майбутнього», є результатом поширення масової комунікації та поєднання бізнесу, культури і технологічної діяльності. Вперше даний термін застосував уряд Австралії у звіті «Креативна нація», який був опублікований у 1994 р. Більшого значення креативним індустріям було надано британським Департаментом культури, медіа та спорту у 1998 р., згідно якого креативні індустрії – це ті галузі економіки, які ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланту, що мають потенціал для створення доданої вартості і нових робочих місць шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності [58].

«Хоча термін «культурна індустрія» (в однині) був винайдений Адорно й Горкгаймером ще в 1947 році, й досі залишається деякий сумнів щодо видів діяльності, які ним охоплюються, – зауважував професор Сорбонни Огюст Жерар. – Наприклад, фотографія, комп'ютерні науки загалом чи виготовлення обладнання й устаткування, використовувано-

го для виробництва і поширення послань (кіно- і телекамери, радіо- та телеприймачі, фотоапарати, програвачі записів усіх видів, відеомагнітофони і так далі), навіть туризм та реклама» [6].

Креативні індустрії є центральним елементом у структурі креативної економіки. Остання є більш загальним явищем, що охоплює культурну і креативну бізнес-діяльність. В одному із визначень Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) підкреслюється, що креативна економіка є результатом взаємодії економічних, культурних та соціальних аспектів з технологією, туризмом та явищем інтелектуальної власності

Незаперечним є той факт, що креативна індустрія активно розвивається і виробляє все більший обсяг товарів як у усьому світі, так і в Україні. Вона вже багато років є прибутковим сектором світової та української економіки. За результатами дослідження, що проводилося в Україні за методологією «Індикаторів впливу культури на розвиток» в межах програми «Культура і креативність», креативні індустрії забезпечують 4% ВВП держави.

Однак налагодження екосистеми, в якій буде розвиватися креативна індустрія, неможливе без підтримки європейських партнерів. За останні роки Україна стала учасником кількох міжнародних програм, які, зокрема, передбачають експертну підтримку в галузі культури, гранти на креативні проекти, мобільність, технічну допомогу.

Це такі програми, як «Культура і креативність: програма ЄС і Східного партнерства» (2015 – 2018), «Креативна Європа» (2014 – 2020), «Мости культури» Culture Bridges (2017 – 2020), п'ятирічна ініціатива «Креативна іскра» Creative Spark.

Таблиця 1

Позиціонування України згідно Глобального індексу креативності

Україна	Технології			Талант			Толерантність			Глобальний індекс креативності
	Інвестиції в R&D	Обсяг патентів на душу населення	Індекс технологій	Креативний клас	Рівень освіти	Індекс таланту	Расові й етнічні меншини	Сексуальні меншини	Індекс толерантності	
	33	37	43	40	11	24	98	85	105	0,518

Внутрішні позитивні тенденції вплинули і на окреслення сприятливого зовнішнього іміджу: позиція України на міжнародній арені доволі стійка і висока. Відповідно до Глобального індексу креативності Україна у 2015 р. посіла 45 місце у

рейтингу зі 139 держав світу. Технології забезпечили їй 43 позицію, талант – 24 і толерантність – 105 [7] (Табл. 1).

Варто наголосити, що пристойній позиції за індексом таланту, Україна завдячує високому рівню освіти населення і відносно великій частці креативного класу (29,75%).

Отже, розуміємо культурні індустрії як ті інституції (переважно комерційні компанії, але також державні організації та не прибуткові організації), які найбільш безпосередньо залучені у виробництва благ у матеріальній формі, проте призначених не для фізичного, а для духовного споживання.

Зараз ми спостерігаємо перехід до нових форм культурних і креативних індустрій. У них зникає чіткий розподіл на виробників і споживачів контенту. Культурні та креативні галузі вважаються попередниками нових динамічних форм економічної діяльності.

Під час переходу від індустріального суспільства до інтелектуального, творчий підхід до вирішення завдань стає важливим фактором конкурентоспроможності національної економіки.

Світові глобалізаційні процеси підштовхують нас до розуміння, що основним економічним ресурсом суспільства сьогодні – є креативна діяльність людини; вільний, ефективний і цілеспрямований обмін ідеями – основою розвитку економічних відносин. Першочерговим завданням територіальних суспільних систем стає забезпечення такої концентрації економічних, фінансових, адміністративних та людських ресурсів, яка б створювала передумови для активного обміну діловою інформацією, сприяла формуванню креативного середовища в територіальних суспільних системах.

Список літератури

1. Хокинс Дж. *Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги* / Дж. Хокинс. – М. : Классика-XXI, 2011. – 256 с.
2. Florida R. *The Rise of Creative Class: and how it transforming work, leisure, community and everyday life*. N.Y.: Basic Books, 2002. P.434.
3. Вахович І. *Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір* :[монографія] / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. –288 с.
4. Киризиук С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С.В. Киризиук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». –2014. – Вип. 6. – Ч. 1. – С. 68–72.
5. Creative Industries Mapping Documents 2010 [Електронний ресурс] // DCMS – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2010> Дата звернення: 1.02.2019
6. Girard A. *Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development?* / Augustin Girard // Cultural Industries: A challenge for the future of culture. – Unesco, Paris, 1982, p. 236, PP. 24–40.
7. Florida, R., Mellander, C. and King, K. (2015). THE GLOBAL CREATIVITY INDEX 2015. Toronto: Martin Prosperity Institute.