



НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

Проскуріна М.О.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КУЛЬТУРНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Монографія

Київ
2018

УДК 338.48

П 82

*Рекомендовано до друку Вченою радою
ВНЗ «Національна академія управління»
(протокол № 1 від 22 лютого 2018 р.)*

Рецензенти:

Фещенко Валентина Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри історії та теорії господарства, ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана" (м. Київ).

Тимошенко Олена Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, декан факультету економіки, права та інформаційних технологій, Київський національний університет культури і мистецтв (м. Київ).

Колісник Галина Миколаївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку та аудиту, Ужгородський національний університет (м. Ужгород).

П 82 **Проскуріна М.О.**

Організаційно-економічний механізм культурної індустрії України: Монографія / М.О. Проскуріна. – К.: «Національна академія управління», 2018. – 222 с.

ISBN 978-617-7386-17-8

Монографія присвячена актуальній темі світової і вітчизняної економічної науки – економіці культури та питанню культурної індустрії. Викладені теоретико-методологічні питання сектору. Виявлено соціально-економічні та інституціональні детермінанти формування економіки культури. Досліджено організаційно-економічний механізм музичної, екранної (кіно-) індустрії, індустрії телебачення та індустрії комп'ютерних і відеоігор. Проаналізовано специфіку зазначених ринків в Україні і світі. На основі системно-синергетичного підходу і цивілізаційної парадигми доведено тісний взаємозв'язок між культурою та економікою. Обгрунтовано перспективи державної економічної політики в сфері культури та виокремлено стратегічні напрями її реалізації.

ISBN 978-617-7386-17-8

УДК 338.48

© Проскуріна М.О., 2018

© «Національна академія управління», 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ	
ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ КУЛЬТУРИ	9
1.1. Культура – цивілізаційний чинник розвитку соціально-економічної системи	9
1.2. Методологія дослідження культурних індустрій	21
1.3. Теоретичні основи дослідження економічної діяльності в сфері культури	43
РОЗДІЛ 2	
МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ	
КУЛЬТУРНОЇ ІНДУСТРІЇ	62
2.1. Культурна індустрія – сектор господарювання	62
2.2. Структура економіки культури	74
2.3. Теорія цінності та культурний капітал	85
2.4. Циклічна динаміка економічних індикаторів сфери культури України	98
2.5. Просторова організація культурних індустрій	106
РОЗДІЛ 3	
КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ	
В СТРУКТУРІ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	116
3.1. Економічний механізм музичної індустрії	117
3.2. Кіноіндустрія як сфера економічної діяльності	125
3.3. Особливості функціонування індустрії телебачення	134
3.4. Структура індустрії комп'ютерних і цифрових ігор	143
РОЗДІЛ 4	
МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРИ	
ЯК ЧАСТИНИ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ...	152
4.1. Державне регулювання економічної діяльності в сфері національної культури	152

4.2. Структуризація середовища культурних індустрій	160
4.3. Передумови становлення європейської системи державного регулювання культурних та креативних індустрій	171
4.4. Місце культурних індустрій в національному господарстві України	176
4.5. Роль культури в стратегії сталого розвитку	186
ВИСНОВКИ	197
ГЛОСАРІЙ	199
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	206

ВСТУП

Поняття культурних та креативних індустрій як сектору економічної діяльності є відносно новим. З'явившись у ХХ ст. завдяки німецьким вченим Т. Адорно та М. Хогхаймеру, категорія "культурна індустрія" еволюціонувала до поняття "культурні та креативні індустрії". Перехід до множини був зумовлений усвідомленням того, що кожен з під секторів (музична, кіно-, теле- та ін. індустрії) мають свій специфічний культурний продукт та технології його виробництва й реалізації, механізм формування доданої вартості та організаційну структуру. Хоча з точки зору ідентифікації галузі, ми, мабуть, схильні до використання саме поняття "культурна індустрія", до складу якої входять підгалузі – культурні індустрії. Категорія "креативні індустрії" дозволяє нам вийти за межі сфери культури та підкреслює міжгалузевий характер нових товарів та послуг, а також способів їх виробництва. Потрібно пам'ятати, що термін "креативні індустрії" було введено як поняття специфічного об'єкту державної культурної політики Великобританії в 1998 р. з метою його відмежування від загальної культурної політики [216, 129, 130]. Це прагматичне рішення було обумовлене відмовою від використання в державних документах поняття "культура", яке традиційно асоціюється виключно з класичним мистецтвом, але не з підприємництвом та економікою.

Культурні індустрії виникли на межі культури, економіки та технологій, поєднуючи раціональне з ірраціональним, точність з невизначеністю, логічність з емоційністю. Таке поєднання зумовлює суперечливість та неоднозначність нової категорії і, водночас, забезпечує постійний інтерес як професійних дослідників, науковців і аналітиків, так і пересічних громадян. З кінця ХХ ст. в світовому науковому товаристві проводяться активні дискусії та обговорення нових категорій. Україна також поступово включається в цей процес.

Зацікавленість культурною монополістичних капіталів та великих корпорацій обумовлена економічною привабливістю зазначеного сектору. А увага розвинутих держав вкотре підкреслює стратегічне значення сектору культури в забезпеченні сталого розвитку суспільства.

Саме на прикладі сектору культурної індустрії найвиразніше проявляються такі характеристики соціально-економічної системи як динамічність, відкритість, системність, здатність до саморозвитку і самоорганізації, нелінійність розвитку. І саме тут людиноцентризм є не просто даниною су-

часним тенденціям у науці, а обов'язковим елементом дослідження та аналізу економічних процесів. Культура розглядається одночасно в трьох постасах:

- 1) як фактор зовнішнього впливу, опосередковано визначаючи середовище підприємницької діяльності;
- 2) як ресурс та джерело багатства;
- 3) як специфічний сектор економічної діяльності з власними принципами, законами та закономірностями.

Це зумовлене потенціалом нового сектору та специфіки даної категорії.

Перше десятиліття XXI ст. було відмічено, як світовою фінансово-економічною кризою 2008-2010 рр., яка для України співпала з трансформаційною. Перша пол. другого десятиліття XXI ст. ознаменована початком IV Науково-технічної революції (НТР). Дві події, які тісно пов'язані між собою, були точкою відліку нової епохи в розвитку людства. Економічна криза 2008 р. засвідчила гостру потребу в перебудові фінансово-економічних механізмів взаємодії господарюючих суб'єктів та приведення їх у відповідність до нових умов та видів економічної діяльності. IV НТР підтвердила остаточний перехід світових економік до нового етапу розвитку продуктивних сил та принципів господарювання. Основними характеристиками нової економіки є:

- використання креативного потенціалу людини як основне джерело багатства і перехід від категорії "людський ресурс" до категорії "людський капітал";
- інформація, знання, символи і тексти перетворились на базові ресурси та джерело багатства;
- мережеве суспільство та креативні кластери, як важлива характеристика просторової організації;
- людські можливості споживання інформації, а також символи це основні дефіцитні ресурси;
- зростаюча роль суспільних комунікацій як рушійної сили економічного обміну та формування цінності.

У зв'язку з цим відбуваються зміни в системі "влада-власність". Переосмислюється роль держави, формуються нові підходи до державних культурних політик. Специфіка інформації та знань (інакше кажучи, змісту) як ресурсів, джерел багатства та культурних продуктів ініціювало новий виток розвитку системи прав власності та інтелектуального права власності. Ми є свідками становлення економіки культури як сектору господарювання.

Наслідки останньої світової фінансово-економічної кризи 2008-2010 рр., а також трансформаційної кризи в умовах українських реалій поєдналися, створивши складну систему причинно-наслідкових зв'язків, що в результаті призвело до загострення геополітичної ситуації. Механізм вирішення сучасних проблем знаходиться в площині інституційних перетворень та ви-

магає залучення неекономічних факторів до розв'язання завдань, які поставили в результаті нового рівня інформаційного, технологічного та економічного розвитку світової суспільної системи. Традиційно, в Україні культура сприймається виключно як дотаційний та неприбутковий сектор, фінансування якого відбувається за залишковим принципом. Проте, за умови виваженої та системної державної політики, національні культурні індустрії можуть перетворитися на дієвий інструмент забезпечення єдності та цілісності держави, стратегічний елемент національної безпеки, а за рахунок їх антициклічного потенціалу можуть бути використані як інструмент ревіталізації депресивних регіонів та підвищення загальної конкурентоспроможності держави.

Наша робота, насамперед, має теоретико-методологічний характер та складається з чотирьох розділів.

У першому розділі подано системний підхід до аналізу культури як цивілізаційного чинника економічного розвитку суспільства. Розглянуто методологічні підходи до визначення та типологізації культурних і креативних індустрій. Проведено їх порівняльний аналіз. Виявлено теоретичні основи дослідження економіки культури та культурних індустрій.

Другий розділ присвячено економіці культури як специфічному сектору господарської діяльності. Розкрито специфіку функціонування та взаємодії основних елементів організаційно-економічного механізму культурної індустрії. Проведено співставлення двох, на перший погляд, суперечливих категорій: культурної та економічної цінностей, а також виявлено їх взаємобумовленість. Проаналізовано принципи просторової організації культурних індустрій, динаміку основних показників сектору.

У третьому розділі представлено структуру найбільш прибуткових та інноваційних культурних індустрій: музичної, екранної (кіноіндустрії), індустрії телебачення, індустрії відео та комп'ютерних ігор. Проаналізовано механізм створення доданої вартості. Висвітлено специфіку функціонування.

Четвертий розділ присвячено культурній індустрії як об'єкту державної політики України. Визначено місце культурної індустрії в структурі національного господарства. Виявлено передумови становлення європейської системи державного регулювання культурних та креативних індустрій. Запропоновано можливі напрями реалізації державної політики в контексті становлення економіки культури.

Сьогодні культура постає як середовище для самореалізації, а, отже, її продукт є самоціллю, а також як економічний інструмент – і тоді вона виконує роль галузі підприємництва або ресурсу. Як економічний сектор та сфера економічної науки – економіка культури – є надзвичайно інноваційним, а в чомусь навіть революційним напрямом. Тому наша наукова робота, насамперед, може бути цікава економістам-дослідникам, представникам твор-

чих професій, студентам і викладачам. Також наукове дослідження зорієнтоване на представників влади, політиків, консультантів, від яких залежить прийняття стратегічних рішень

Автор висловлює вдячність науковому консультанту С.А. Єрохіну, а також науковим рецензентам В.М. Фещенко, О.В. Тимошенко та Г.М. Колісник, за рецензування роботи та пропозиції щодо чіткості формулювань принципів положень сучасної економічної науки. Окрему подяку висловлюємо державному секретареві Міністерства культури України Р. В. Карандеєву за всебічну підтримку та співпрацю при проведенні дослідження.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІКИ КУЛЬТУРИ

1.1. КУЛЬТУРА – ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Політика, економіка та культура є трьома механізмами будь-якого суспільства, і лише їх гармонійний рух забезпечує швидкий розвиток суспільства.

Донг Ксувен (Dong Xuewen)

Центральною проблемою дослідження генезису та розвитку соціально-економічної системи є виявлення історичних форм взаємодії економічних суб'єктів, притаманних кожному його етапу. Взаємодія зумовлює взаємовплив економічних суб'єктів, у результаті якої змінюються самі суб'єкти та механізм їх функціонування. Отримуємо замкнене коло (Рис. 1.1.):

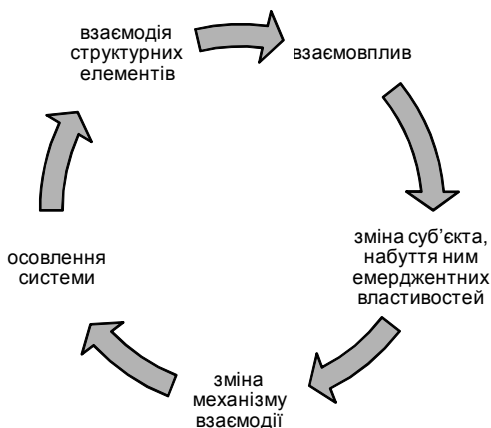


Рис. 1.1. Цикл розвитку соціально-економічної системи, авторська розробка

Виникають нові форми реалізації зв'язків, що означає зміни в процесі функціонування економічної системи. Таким чином, важливою характеристикою динамічної системи, що розвивається є набуття елементами емерджентних властивостей – породжених не відокремленими складовими суспільства, а системою як цілим. До особливих форм реалізації суспільних зв'язків відносять суспільну свідомість, духовно-культурні цінності, мову, звичаї, менталітет, релігію, цілі, морально-етичні норми тощо. Вони є надбанням багатьох поколінь людей та узагальнюють їх історичний досвід. Саме ці категорії об'єднують людей в просторі та часі. Зовнішньою ознакою зазначених змін є поява нових форм господарювання, які зумовлені чинними факторами економічного розвитку та відображають історичні передумови еволюції господарської системи (Рис. 1.2).

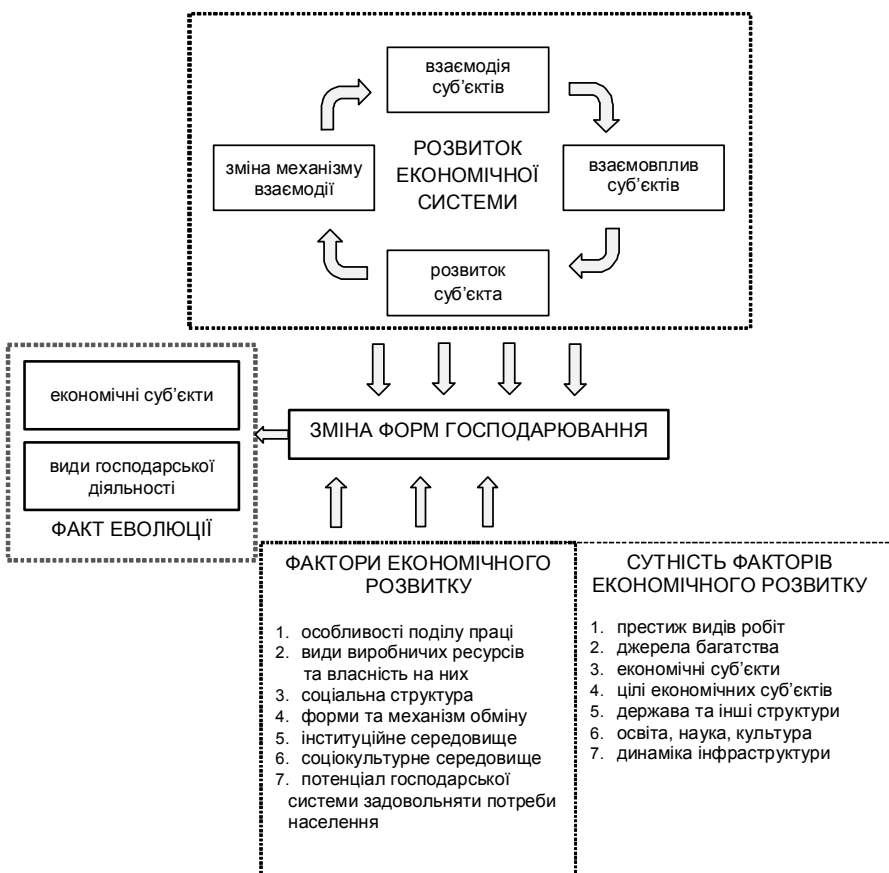


Рис. 1.2. Елементи розвитку економічної системи, авторська розробка

Форми господарювання – це форми господарської діяльності економічних суб'єктів, характерні для певного історичного етапу розвитку суспільства окремої цивілізації. Вони формуються під впливом внутрішніх для системи (економічних) та зовнішніх або цивілізаційних (соціальних, політичних, культурних) чинників. Зумовлюються притаманними для даного етапу розвитку рівнем суспільного поділу праці, розвитку техніки та технологій, галузевою структурою виробництва, переліком та обсягами товарів та послуг, що виробляються, формами власності, суспільним статусом індивідів, системою економічних інститутів та механізмом державного регулювання. Ці фактори визначають перелік можливих соціальних ролей або статусів індивіда (рабовласники, феодалі, аристократія, буржуа, підприємці-капіталісти, наймані працівники та ін.).

Визначальними факторами впливу на динаміку розвитку господарської системи є:

1) історичні особливості поділу праці відповідно до престижу певних видів робіт та фізичних можливостей людини;

2) ресурсний базис та форми власності на основні ресурси як основні джерела багатства;

3) соціальна структура суспільства – перелік активних соціально-економічних суб'єктів, які приймають рішення;

4) форми та механізм обміну, через які реалізуються мотиви та інтереси господарюючих суб'єктів;

5) інституційне середовище, яке охоплює, насамперед, органи державного управління та інші існуючі в даному соціумі структури;

6) соціокультурне середовище, яке охоплює культуру, освіту, релігію;

7) потенціал господарської системи до задоволення існуючих та потенційних потреб населення через існуючу інфраструктуру, а також її здатність до змін.

При дослідженні розвитку господарських систем важливим елементом є вибір критерії визначення етапів еволюції. С. Степаненко зазначає, що "рівень суспільного розвитку індивідів, характер їх залежності в господарській сфері, безпосередньо проявляється в формах власності на ресурси, що використовуються при створенні матеріальних благ і послуг, та організації влади як способу впливу з боку суспільства" [72, с. 161]. Вирішальну роль при визначенні типу економічної системи та форми господарювання відіграє система "влада-власність" – власність на основні виробничі ресурси та способи здійснення державної влади, або управління процесом володіння, розпорядження та використання об'єктів власності. Еволюція форм власності зумовлена розвитком індивіда та необхідністю встановлення нового способу взаємодії між суб'єктами в системі суспільного виробництва. Вона відображає розвиток суспільної залежності індивіда, яка формується під впливом духовних цінностей, норм, правил. Інакше кажучи, під впливом культури.

Розгляд суспільства з позицій цілісності зумовлює необхідність враховувати в дослідженні фактори, які інтегрують індивідуальне та колективне – систему духовно-культурних цінностей, притаманних суспільству окремих цивілізацій на певному етапі розвитку. Духовно-культурні цінності – це акумульований досвід багатьох поколінь у якому відображено особливості умов життя та господарювання, способи та принципи прийняття оптимальних рішень за певних умов, моделі поведінки та ідеальні орієнтири. Це система соціальних норм, духовних та естетичних практик, які визначають суспільну залежність вільної особистості. Суспільна залежність – є головним системоутворюючим фактором будь-якої спільноти. Культура в цій системі виступає в двох іпостасях: середовища, фактору безпосереднього впливу, та результату взаємодії індивідів. Природа суспільства та його сутність визначається системою суспільних відносин, а культура визначає його якісні та кількісні характеристики.

Процес суспільного розвитку тісно пов'язаний з культурологічними факторами, що не заперечує, а навпаки доповнює економічні концепції, оскільки економіка, насамперед, – це наука про суспільні відносини.

Історичний розвиток та регіональна культура мають надзвичайний вплив на економіку країни та, в певній мірі, визначає траєкторію економічного розвитку [153]. Культура має важливе значення для представлення еволюції та успадкування традицій суспільства від минулого до сучасності. Культурні елементи забезпечують дослідникам можливість аналізу першопричин формування цінності, системи відносин та поведінки, які впливають на економічний розвиток у країн. Культура – це відображення політики та економіки в будь-якому суспільстві. Вона може сприйматися як специфічний вид продуктивної сили. Як стверджують деякі вчені, політика, економіка та культура є трьома механізмами будь-якого суспільства, і лише їх гармонійний рух забезпечує швидкий розвиток суспільства [252].

Вивчення взаємодії культури з економічним розвитком не є новацією. Проте, економісти часто не помічають ролі культури в економічному розвитку країн. Саме культура породжує такі активи як навички, продукти, вираження та розуміння, які сприяють соціальному та економічному добробуту громади. І культура, і цінності формують економічний розвиток. На думку Сена, цінності, що панують у суспільстві, впливають на потужності економічного розвитку [213]. Отже, культура визначається як соціально сформована поведінка, закономірності, норми, вірування та цінності даної спільноти [140]. Це сукупність спільних і стійких смислів, цінностей та вірувань, які характеризують національні, етнічні та інші групи та орієнтують їхню поведінку [139]. На думку Самуеля Хантінгтона, культура – це цінності, погляди, вірування та основні припущення, які поширюється серед народів у суспільстві [161]. Культура динамічна, інтерактивна та синергетична, і вона сполучається з усіма

елементами суспільства, особливо з економічним розвитком та середовищем підприємств.

Культура може вимірюватися індикаторами індивідуальних цінностей та вірувань, таких як довіра та повага до інших, і довіра до індивідуального самовизначення. Культура, як і інститут, немає остаточного визначення. Проте, відповідає соціальним нормам та індивідуальним переконанням, які підтримують рівновагу в якості координаційного центру в повторних соціальних взаємодіях [153]. У такій інтерпретації культура є одним із аспектів загальноновизнаних інститутів та сприяє формуванню індивідуальних стимулів. Можемо зробити припущення, що культура безпосередньо впливає на індивідуальну поведінку через цінності та переваги [97]. Тому можемо ще й припустити, що соціальні норми та індивідуальні цінності також можуть підпорядковуватися або зумовлюватися модою [102].

Аналізуючи розвиток економічних систем суспільства на засадах цивілізаційної парадигми основна роль відводиться системі господарювання, в межах якої відбувається об'єднання індивідів у процесі провадження господарської діяльності, та, власне, регламентуються основні її види. Політична, соціальна та духовно-культурна сфери виступають як фактори зовнішнього впливу, які впливають на структуру та механізм функціонування господарських систем. За умови системного аналізу не передбачається надання пріоритетів певним сферам суспільного життя.

У процесі свого розвитку держави пройшли етапи функціонування держав общинного типу, територіальних і централізованих імперій та сучасних національних держав. В основі останніх лежить єдність вільних людей та демократична система управління державою. Також, у паралелі еволюціонували й системи господарювання: етап взаємодії домогосподарств під впливом зовнішнього середовища, етап панування феодалних господарств, створених на особистій залежності, до формування національних систем господарювання, інтеграційну функцію, в яких виконував ринковий механізм та держава. У результаті еволюції господарських механізмів змінювались престижні та прибуткові види економічної діяльності, рівень матеріальної культури, втіленої в засобах виробництва, досягнення господарської діяльності, чисельність працюючих та сфери зайнятості, рівень надання суспільних послуг.

Періодизація розвитку культури, зазвичай, представлена основними чотирма етапами:

I етап – культура первісного суспільства або архаїчна культура (з моменту появи людини – IV тис. до н. е.);

II етап – культура стародавнього світу або культура цивілізацій (IV тис. до н. е. – V ст. н. е.);

III етап – культура середньовіччя – (V ст. н.е. – сер. XVII ст.);

IV етап – культура нового часу – (II половина XVII – 20-х рр. XX ст.);

V етап – культура новітнього часу – (20-х рр. XX ст. – до нашого часу).

Кожен етап в історії культури – є унікальним цивілізаційним етапом, який характеризується певним ставленням до місця та ролі людини, її світоглядом, ставленням до життя, ідеалами, прагненнями і потребами (Рис. 1.3).

Культура первісного суспільства є найтривалішим періодом в історії людства. Виникнення культури пов'язане з походженням людини. Завершення етапу відповідає виникненню перших держав в IV- I тис. до н.е. Суспільний розвиток відбувався повільно. Людина, накопичуючи досвід виготовлення та використання знарядь праці, почала відокремлюватися від тваринного світу. Протягом багатьох століть посилювалось обмеження тваринних інстинктів, що супроводжувалося формуванням норм поведінки. Характерною рисою первісної культури була єдність матеріального й духовного. Одним з найвищих досягнень первісного суспільства є утворення родини та родової громади.

Мистецтво виконувало функцію освіти та збереження досвіду. Першими малюнками були зображення тварин, з якими людина зустрічалася найчастіше, та сцени полювання. Найвідоміші малюнки з печери Ласко (Франція), Альтаміра (Іспанія), Капова (Росія).

Людина починає підкорювати природу і в мистецтві вона поступово займає центральне місце, виступаючи основним об'єктом зображень. "Палеолітичні Венери" стали підтвердженням уваги первісної людини до себе.

"Неолітична революція", позначила перехід від привласнення до виробництва. У результаті "неолітичної революції" швидко зростає населення. Відбувається активне заселення нових земель. На зміну родовій общині приходять племена та племенні союзи. Ускладнюються та стають найбільш ефективними знаряддя праці, вдосконалюється технологія обробки дерева, шкур тварин. З'являються передумови для зародження і розвитку писемності, оскільки збільшується обсяг інформації та ускладнюється її характер.

Греко-римська культура (III-II тис. до н.е. – V ст. н. е.) стала першоосновою майбутньої європейської цивілізації. У Греції утворилася демократія рабовласницького періоду, яка вплинула на формування менталітету вільної та політично-активної людини. Виникає давньогрецька "класична" філософія. Праці та ідеї Сократа, Демокріта, Платона й Аристотеля визначили напрям розвитку філософської думки на наступні тисячоліття. Культурне коріння Стародавнього Риму простежується в багатьох європейських мовах, у науковій термінології, архітектурі, літературі тощо. Латинь послугувала фундаментом для творення групи сучасних романогерманських мов. Римська архітектура, стала основою європейської архітектури епохи Відродження і нового часу. До найвидатніших досягнень римлян зараховують правову систему. Стародавній Рим став колыскою християнства, яке об'єднало всі європейські народи. Культура античного світу забезпечила основу західноєвропейських цивілізацій.

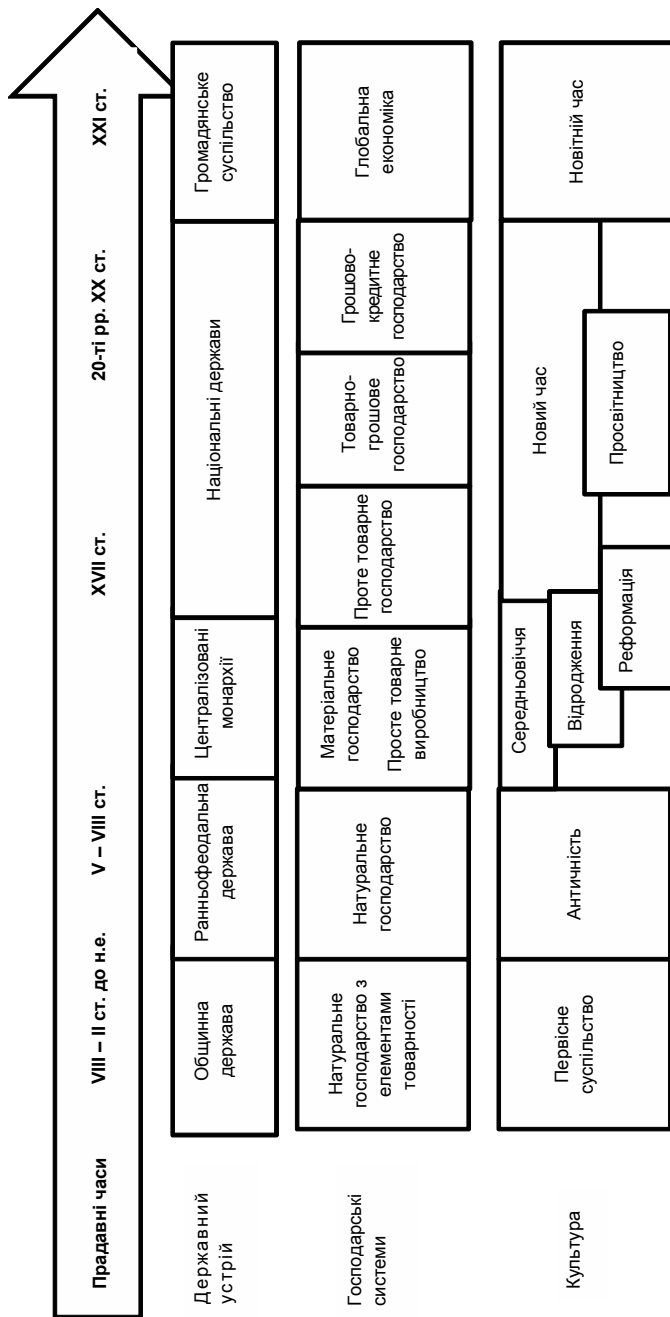


Рис. 1.3. Цивілізаційний розвиток суспільства, авторська розробка на основі джерела [71]

На цей період припадає формування сучасної людини. Дослідження сучасних світових цивілізацій ми починаємо з аналізу осьового часу, який, на думку К. Яспера, припадає на VII-II ст. до н. е. На його думку, саме в цей період відбулися кардинальні зміни в історії, з'явилася людина сучасного типу [95, с. 32].

У цей час на Сході та Заході зароджуються філософські вчення, в центрі уваги яких – проблема індивідуального існування людини, її взаємовідносин з навколишнім світом, божествами, соціумом, іншою людиною, виникають нові релігії та їх пророки, а "людина усвідомлює своє буття та саму себе, а також свої межі" [71, с. 105]. "У цю епоху було розроблено основні категорії, якими ми мислимо й сьогодні, закладено основи світових релігій... У всіх напрямках відбувся перехід до універсальності" [71, с. 33]. На початку свого існування світові релігії виступали як морально-філософські вчення.

Як зауважив Ю. Павленко, поява світових, принципово космополітичних релігій, насамперед пов'язана з формуванням імперських структур, виникненням великих і відносно стабільних держав. Велике значення приділяється питанням підданства та релігійної приналежності.

Люди визначають своє місце в світі через політичні та релігійні реалії, через належність до відповідного соціуму, соціальної верстви. Зменшується роль етнічних спільнот. З'являються спільноти мегаетнічні, які базуються на макрополітичній та релігійній єдності [44, с. 217-220].

Людина нарешті визначила себе як індивід і постає "віссю" історії. Її соціальна діяльність визначається трансцендентним порядком. Формуються такі категорії як розум і особистість. У соціальній структурі суспільства з'являється державна структура "влада-власність". Поява індивідуальної власності зумовлена індивідуальною трудовою діяльністю, яка, передусім, зумовлює високий рівень індивідуальної творчої основи людини. Як зауважує Ю. Павленко, "технологічна революція" завершується в осьовий час, а саме на середині I тис. до н. е. [44, с. 213].

Наступний етап розвитку господарської сфери суспільства – стану симбіозу – характеризується тим, що виникають взаємовигідні зв'язки між господарськими одиницями в результаті поділу праці та обміну її набутками. Спеціалізація виробництва певних потреб та наступним обміном їх відкривала можливості для більш результативної господарської діяльності, постійного зросту потреб суспільства. Господарство, в якому потреби людей забезпечуються через створення матеріальних благ і послуг з наступним їх обміном, дістало назву системи товарного господарства.

У вивченні господарської системи товарного виробництва важливим чинником є історичний розвиток суспільного поділу праці та форм обміну продуктами праці. Цей процес постійно зростає та ускладнюється, а поява нових галузей суспільного виробництва стає важливим етапом розширення

та розгалуження господарських зв'язків, а отже й підвищення рівня цілісності всієї системи.

Для середньовічної культури (V ст. н.е. – середина XVII ст.) були характерні:

- феодална форма власності;
- станovo-ієрархічна структура суспільства;
- панування канонів католицької церкви в суспільній свідомості.

Християнство стало центральним поняттям суспільства Західної Європи V ст. Воно впливало на всі сфери життя людини, духовні пріоритети, основи суспільства. Християнство постало новою релігією, яка була здатна впливати на широкий загал з різним соціальним становищем. Посилюються вимоги до моралі. Релігійність ототожнювалася з моральністю. Максимально наближеним до християнського ідеалу людини були духовенство та ченці, які відійшли від мирського життя, обравши шлях аскетизму. З'являються монастирі, які виконують роль центрів культури. Згодом вони набувають економічної та політичної влади. Церква мала необмежений вплив на систему освіти та виховання. Мистецтво середньовіччя формувалося під впливом церковних канонів. Наука була схоластичною, здійснювався жорсткий контроль за наукою. Світська наука та культура переслідувалися. У V-X ст. н.е. відбулося руйнування та занепад культури

З X ст. культура розвивалася під впливом двох найважливіших факторів: зростання міст і хрестових походів. Місто стає культурно-політичним центром. Формується міська культура з власною системою цінностей. З'являються нові професії, які абсолютно незалежні від монастирської культури – юристи, лікарі, вчені. З'являються світські й університети. Відбувається розвиток світського мистецтва. Саме в цей час сформувалися найважливіші риси європейської культури на основі поширення християнства. Чисельність товарних господарств почала переважати над домогосподарствами з натуральним виробництвом. Але разом з тим, господарська діяльність ще підпорядковувалась особистому споживанню, і саме в цей час з'явилося просте товарне виробництво.

Пізнє середньовіччя або епоха Відродження характеризувалася піднесенням науки, літератури та мистецтва (XIV-XVI ст. – Італія, XV – середина XVII ст. – інші країни). Відбувається повернення до античної культури. Основним ідейним змістом епохи Відродження став гуманізм. Однією з найважливіших особливостей епохи Відродження є розвиток наукового природознавства й техніки. Це було обумовлене потребами зародження капіталістичного виробництва. Пошук нових морських шляхів, необхідних для розвитку торгівлі, вплинули на великі географічні відкриття, дали потужний поштовх розвитку цивілізацій. Важливу роль у поширенні наукових знань відіграв розвиток книгодрукування. Вперше пролунали ідеї про право жінок на освіту й про необхідність навчання рідною мовою.

Мистецтво ґрунтувалося на наукових законах. Важливу роль відіграло вивчення античної спадщини. Розвивається образотворче мистецтво, музика, архітектура, література, театральне мистецтво. Отже, в цілому епоха середньовіччя не може розглядатися як період втрат в розвитку західноєвропейської культури від античності до нового часу.

Кінець середньовіччя позначився початком руху Реформації в Німеччині XVI ст., яка стала першою віхою протистояння буржуазії проти феодальних порядків. Породжені Реформацією принципи світобачення та організації життя були співзвучні з сутністю капіталізму і виявилися базовою передумовою становлення ціннісних орієнтирів сучасної західної цивілізації. Реформація сприяла появі автономного індивіда.

Третій етап історичного розвитку господарської системи суспільства характеризується утвердженням нової мети виробництва – отримання прибутку. Досягнення мети відбувається шляхом перетворення матеріального багатства у гроші як загальну форму багатства. Вони стали основою всіх господарських зв'язків та уособленням мети функціонування господарської системи. Засоби виробництва, жива праця, результати виробництва набувають форми капіталу. Багатство переходить з пасивного стану і підпорядкування споживанню, в активну форму господарської діяльності та розширення її масштабів. До елементів матеріального багатства додалися фабрики, заводи, банки та фінансові установи. Гроші стали втіленням багатства, знаряддям капіталізації, засобом нагромадження капіталу. Перетворились на загальний еквівалент, необхідний для задоволення матеріальних і духовних потреб. Утвердилося товарно-грошове (капіталістичне) господарство. Одночасно це співпало з появою національних держав, утвердженням особистої свободи та домінування приватної власності на засоби виробництва.

Європейській культурі в цей період притаманно:

1) Антропоцентризм та повернення до засад гуманізму, який проголошує повагу до особистості; дотримання прав. Паво на свободу особистості стало символом західної культури.

2) Інноваційність культури, що виявляється в її загальній орієнтації на зміну звичного способу життя. Це сприяло формуванню техногенної цивілізації.

3) Поліцентризм влади, який проявляється в розмежуванні політичної та духовної влади. Це забезпечило незалежність особистості, зокрема інтелектуальну. І, насамперед, це сприяло прогресу культури, науки, пошуку об'єктивного знання про природу, суспільство та людину.

4) Євроцентризм.

5) Християнський базис європейської культури. Церква створювала транснаціональну структуру, яка сприяла розвитку єдиної європейської культури. Християнська віра сформувала "загальноєвропейську свідомість".

Наприкінці XVIII – початку XIX ст. відбувається промислова революція, яка була пов'язана з переходом від ручного виробництва до машинного. Її головним результатом стало утвердження капіталізму в Західній Європі.

Характерною рисою розвитку культури в XIX ст. було зростання міжнародного культурного обміну, завдяки розвитку економічних контактів, а також вдосконаленню системи комунікації. Саме в XIX ст. відбулися перші міжнародні конгреси, перші міжнародні виставки, розширилася кількість видань, які були перекладені багатьма іноземними мовами. У цих умовах скорочувалися відстані, послаблялися міждержавні кордони, розширювався кругозір людини.

XIX ст. – це століття, коли почали з'являтися нові ідеї та ідеології. Досягла свого розквіту німецька класична філософія. Також набули поширення ідеї утопічного соціалізму. Виникають три основні ідеології, які залишаються провідними і в наш час: лібералізм; консерватизм; марксизм.

Культура XX ст. – найскладніший та найсуперечливіший етап в історії світової культури. Це позначилося на кількості соціальних потрясінь, які відбулись в цей період. На вершині ієрархії в системі культури XX ст. знаходиться науково-технічна сфера. Розвиток культури в XX ст. відбувся під впливом науки, яка змінила місце та роль техніки в повсякденному житті людей. З поглибленням індустріалізації, руйнується традиційний сільський спосіб життя. Починається міграція населення в міста. Таким чином, люди відчужуються від звичайного природного середовища, що призводить до урбанізації культури.

На сучасному етапі свого розвитку товарно-грошова господарська система набула нових якостей, зумовлених утвердженням грошово-кредитних відносин. Грошово-кредитний сектор товарно-грошової господарської системи має вирішальний вплив на реальний її сектор, на господарські одиниці, що створюють матеріальні потреби та послуги.

Отже, спочатку господарські одиниці об'єднуються за допомогою зовнішніх засобів, коли виникає господарська система натурального виробництва. Згодом, у результаті розвитку суспільного поділу праці та обміну, формується господарська система товарного виробництва, в якій об'єднання господарських одиниць забезпечує взаємний інтерес. Система товарного господарства відбувається завдяки етапам простого товарного, товарно-грошового (капіталістичного) господарства та грошово-кредитного господарства.

Під періодизацією, зазвичай, розуміють узагальнену характеристику процесу історичного поступу господарської системи – відображення якісних змін у ній та встановлення причинно-наслідкового зв'язку між цими змінами. Для історико-економічної періодизації важливий не час, коли відбувалися певні події чи факти, а якісні зміни, що відбулися в господарській

системі. У центрі уваги знаходиться дослідження причин, що зумовили зазначені зміни, наслідків, до яких вони (причини) призвели. Час має індивідуальну визначеність. Тому періодизація історичного розвитку господарської системи зумовлена історичною зміною суспільно-економічних формацій та притаманним їм способам виробництва.

В основі цивілізаційного аналізу історичних етапів розвитку суспільства покладено суспільний розвиток людини. Основним критерієм є людиноцентризм, а усі зміни в господарському житті пов'язують зі зміною суспільних рис людини, її місцем і роллю в цих процесах.

Суспільні риси людини формуються під впливом соціуму. Тому періодизація історичного розвитку суспільства в рамках цивілізаційної парадигми передбачає встановлення етапів розвитку людства. Передбачається виділення таких стадій: становлення цивілізаційного розвитку людства, формування і розвиток світових цивілізацій та поява перших ознак світової (глобальної) цивілізації.

Саме ці особливості прояву матеріальної залежності на різних етапах розвитку господарської системи стануть основою для періодизації розвитку товарного господарства [71]. Доцільно виділити такі етапи розвитку товарного господарства:

- 1) просте товарне господарство;
- 2) товарно-грошове господарство;
- 3) грошово-кредитне господарство.

На кожному з зазначених етапів товарна господарська система має певні особливості. Так, просте товарне господарство виникає ще в містах феодального суспільства. Залежність індивідів зумовлена низьким рівнем розвитку поділу праці, утвердженням елементів приватної власності на засоби виробництва, існуванням жорсткої системи цехової регламентації виготовлення необхідних для споживачів товарів.

Зі збільшенням обсягів виробництва товарів та чисельності виробників, і одночасному зростанні різноманітних потреб споживачів, виникла необхідність у новому способі розв'язання суперечності між виробництвом і споживанням. Таким інструментом став ринковий механізм: виробництво товарів для невідомих споживачів набуває форми пропозиції, а їх придбання – форми попиту. У вільній взаємодії попиту і пропозиції формується ринкова ціна, яка забезпечує добровільний та еквівалентний обмін товару на гроші.

З цього моменту розпочинається новий етап розвитку господарської системи – товарно-грошового (ринкового) господарства. Для нього характерні стихійність взаємодії ринкових сил як спосіб узгодження виробництва та споживання потреб, необхідних для забезпечення добробуту суспільства. В результаті узгодження попиту і пропозиції при вільному формуванні ринкових цін породжують феномен конкуренції. Розвиток конкуренції як інстру-

менту узгодження інтересів стає головним критерієм для визначення різних стадій розвитку товарно-грошової господарської системи.

Домінування на ринку великих господарських одиниць призвело до суттєвих змін в господарській системі. Монополії створили можливість для управління попитом за допомогою реклами та соціальних комунікацій. Проте, конкуренція залишається основним способом розв'язання суперечності між виробництвом і споживанням. Змінюється лише сфера конкурентної боротьби та її об'єкт. Змінюється сутність конкурентних переваг: масштаби виробництва та монопольне становище на ринку поступаються здатності господарських одиниць формувати попит, створювати власну нішу на ринку, швидко реагувати на перманентні зміни ринкових умов, адаптаційний потенціал пристосування до цих змін. Швидкість проведення економічних операцій стає головною конкурентною перевагою, що забезпечує отримання економічного ефекту від господарської діяльності та поступову втрату значимості ефекту від масштабів виробництва.

Необхідність швидкої реакції виробників на появу нового попиту, створення своєї ніші на монополізованому ринку вимагають оперативних змін у виробництві, оновлення товарів і продуманої маркетингової діяльності. Усе це постійно потребує нових інвестицій, які можна забезпечити за допомогою кредиту. У господарській системі важливу роль стала відігравати грошово-кредитна підсистема, що здійснює акумуляцію та рух фінансових ресурсів.

Господарська система набуває якостей грошово-кредитної економічної системи, яку варто розглядати як наступну стадію розвитку товарного господарства [71]. Її якісна характеристика полягає в зростанні ролі свідомої координації економічними суб'єктами економічних процесів, пошуку оптимального поєднання її з конкуренцією. Посилення координувальної ролі держави, необхідність ширшого використання засобів свідомої організації господарської взаємодії робить актуальним інституціональний аналіз господарської системи. Інституціональна економічна теорія стає одним із ключових напрямів розвитку економічної думки.

1.2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

В основі національних та міжнародних соціально-економічних політик лежить макроекономіка. Висхідні положення сучасних підходів, що покладено в основу моделей економічних політик переважної більшості країн світу, зокрема й України, здебільшого відображають сучасну неокласичну парадигму, яка панувала протягом останніх десятиліть, а її методологічний апарат був доведений практично до досконалості. Було запропоновані такі гіпотези та моделі, які можна довести та перевірити, використовуючи всі методи

наукового пізнання. Насамперед, економіко-математичні та статистичні. Зазначені моделі дозволяють об'єднати в єдину систему поведінку індивідів, фірм та ринків. Основною умовою стала модель утилітарного раціонального прийняття рішень, яка має діяти в умовах конкурентних ринків. Проте, саме запропонований теоретичний апарат і став основним фактором підвищення абстрактності даної теоретичної течії.

У світовій системі господарювання формується нова парадигма економічного зростання та розвитку, яка спирається на креативний потенціал людини, інформацію, знання та культурне середовище, як визначальні економічні ресурси. Культурний сектор здійснює потужний вплив на соціально-економічні системи, здобуваючи визнання серед провідних економістів світу, як повноцінного сектору господарювання.

Розвиток техніки та технологій не залишили без змін жодної зі сфер людської діяльності, обумовивши становлення та розвиток культурних індустрій. Це стало причиною значних зрушень у траєкторії та темпах соціально-економічної динаміки та вплинувши на її механізми.

Обговорюючи інновації, варто зауважити цікавий феномен, сутність якого полягає в тому, що в умовах депресії інвестування в кардинальні інновації є менш ризиковими, аніж в традиційні сфери, оскільки тривала криза обумовлена їхньою безперспективністю. Зазвичай, культурний сектор і культурні і креативні індустрії, зокрема, характеризуються високим ступенем ризику. У період зростання інвестори прагнуть вкладати ресурси в ті сфери, які забезпечують стабільність та передбачуваність у довгостроковій перспективі. Інноваційні проекти розглядаються як фактор дестабілізації відносно стабільного середовища. Проте, в умовах економічного спаду та депресії обговорювати довгострокові перспективи дуже важко. Очевидним є те, що ведення господарської діяльності традиційним шляхом себе не виправдовує. Культурні індустрії та культуру в цілому доцільно розглядати як інноваційно-інвестиційний сектор господарської діяльності.

Досвід провідних країн світу свідчить про те, що передумовою та підґрунтям економічного прогресу на сучасному етапі розвитку цивілізації є інноваційний потенціал суспільства, який, насамперед, обумовлюється рівнем культурного розвитку кожного окремого соціуму. Культурне середовище є базисом для зародження та розвитку економічної, соціальної, політичної та технологічної систем суспільства.

Перетворення культури та науки в потужний виробничий фактор підкреслює важливість спадкоємності та збереження традицій в технологічному, науковому та культурному середовищі. Саме безперервність та збереження результатів отриманих через досвід, є запорукою формування середовища придатного для становлення постіндустріальної моделі господарювання, характерного для інформаційного суспільства.

Сучасні економічні явища характеризуються багатовимірністю, системністю та динамічністю. Це вимагає адекватних методів дослідження. Сьогодення вимагає від економіста-дослідника не лише констатації та відображення основних та найбільш гострих проблем розвитку господарських систем або висвітлення сутності пануючих теоретичних концепцій. Аналізу актуальних проблем сьогодення є недостатньо. Від сучасної економічної науки чекають визначення перспектив розвитку як національних, так і інтернаціональних соціально-економічних систем та шляхів уникнення або мінімізації ризиків. Від економістів чекають створення універсальних динамічних моделей, які б дозволили створити та забезпечити подальше функціонування стабільного та передбачуваного середовища для господарської діяльності усіх суб'єктів господарювання. Відповідно до вищезазначеного, питання методології економічного дослідження є базовим, оскільки таким чином буде надаватися перевага певним принципам та методам наукового пізнання, визначатися пріоритети теоретичного аналізу, що в подальшому може вплинути на вектор розвитку економічної теорії, яка буде покладена в основу державної економічної політики в сфері культурних індустрій. Досліджуючи сферу культури як середовище державного регулювання економічної діяльності, маємо відзначити подвійну природу предмету дослідження. З одного боку це сектор економічних інтересів та підприємництва, але з іншого – сфера суспільного виробництва нематеріальних культурних потреб, товарів та послуг.

Важливість питання методології дослідження зумовлена на високий ступінь абстрагування в економічній науці, а це означає, що теоретичні моделі можуть формуватися незалежно від процесів, що покладені в їх основу.

XX ст. було позначене значними зрушеннями в усіх сферах наукового знання. Це, насамперед, призвело до зрушень методологічних принципів. Для економічної науки такими історичними віхами стали наймасштабніші світові економічні кризи 30-х та 70 рр. XX ст. Становлення макроекономіки, як науки, визнання системи державного регулювання економічної діяльності та доцільності розробки державних економічних політики і врешті-решт – криза методів державного регулювання, яка спричинила загальну кризу неокласичного синтезу, зумовила необхідність пошуку нових підходів та методів наукового пізнання в економічній науці та активної розробки альтернативних мейнстріму напрямів світової економічної думки. Як зазначає доктор економічних наук, професор В. М. Фещенко, на цій хвилі сформувалися три провідні методологічні концепції:

- 1) системного моделювання інституціоналістів (Д. Фасфелд, Р. Харрісон, Ч. Уїлбер та ін.) та використання принципу холізму;
- 2) радикального раціоналізму (Е. Нелл, М. Холлінс);
- 3) методологічного плюралізму (Дж. Роббінсон, Д. МакКласкі, Б. Колдуел), коли всі використані методи розглядаються як рівні [83, с. 46].

До дослідження проблем методології в 90-ті рр. ХХ ст. активно долучилися науковці України та Росії А. Автономов, О. Ананьїн, О. Худокормов, А. Гальчинський, А. Гриценко, Ю. Зайцев, Л. Мельник, Ю. Пахомов, С. Степаненко, А. Чухно, В. Фещенко та ін. Представники пострадянської традиції надають перевагу широкому розумінню терміну "методологія", розуміючи його як систему принципів та способів організації процесу наукового пізнання, сукупність дослідницьких прийомів та методів за допомогою яких здобуваються нові та упорядковуються раніше набуті знання [83, с. 47].

Український економіст С. Степаненко зазначає, що до складу методології належать такі елементи:

- 1) загальнонаукові підходи, якими керується людство на певному етапі свого історичного розвитку;
- 2) фундаментальні теоретичні положення науки, що використовуються в процесі пізнання як базові позиції та аксіоми;
- 3) основні напрями наукового аналізу, виокремлення наукового об'єкту та предмету;
- 4) методи пізнання, що відповідають специфіці наукового об'єкта;
- 5) критерії встановлення наукового рівня здобутих знань [71, с. 11].

Подібну структуру методології запропонував український дослідник В. Тарасевич, проте до зазначених положень було додано:

- неекономічний контекст економічної науки, зокрема філософські, етичні, ідеологічні уявлення про систему суспільних відносин. Світоглядні принципи й цілісні настанови;
- співвідношення та взаємодія теоретичного та емпіричного знання, наявність різних теорій, концепцій, гіпотез, різних наукових дисциплін; домінуючі тенденції наукових теорій;
- категоріальний апарат, мова й термінологія науки;
- алгоритми наукової роботи та ін. [75, с. 89-90].

Отже, можемо зазначити, що культура як важливий фактор формування економічних систем належить до запропонованих елементів методологій економічного дослідження.

У другій пол. ХХ ст. відбулися значні зрушення в філософії та методології наукового пізнання. Звісно, це було зумовлено черговою хвилею НТП та становленням інформаційного суспільства – зрушеннями, що відбулися в світоглядних системах людства під впливом впровадження цифрових технологій та комп'ютеризації. Змінилися темпи життя, обміну та продукування нових масивів інформації та знань. Посилилися міждисциплінарні зв'язки з тими системами знань, які раніше вважалися недотичними. Розпочався процес формування міжсистемного інформаційного простору, що дозволило започаткувати нові сфери знань та науки. Зазначені тенденції в соціально-

економічних системах потребували альтернативних підходів до їх осмислення. У результаті було сформовано наступні методологічні моделі пізнання соціально-економічних систем [83]:

1. Кумулятивна модель П'єра Дюргейма.
2. Модель наукових революцій Томаса Куна.
3. Модель конкуруючих науково-дослідних програм Імре Лакатоша.
4. "Фальсифікаційна" модель Карла Поппера.
5. Модель фіждисциплінарності Р. К. Мертона.
6. Модель "методологічного плюралізму" Б. Колдуела, У. Боулєнда та П. Фейєрабенда.
7. Модель "риторики економіки" Д. МакКласкі.
8. Моель циклічного розвитку Ш. Жіда та Ш. Ріста.

Нові методологічні підходи дозволили по іншому поглянути на події попередніх років та переосмислити причинно-наслідкові зв'язки в економіці. Таке переосмислення дозволить підвищити ефективність прогностичних моделей мікро- та макрорівня, а також розробити зважену політику співпраці "держава-підприємства-громадяни".

Первинною одиницею економічної науки є людина, індивід, особистість як ініціатор становлення суспільної системи. Аналітичний апарат класичної економічної науки розглядає людину виключно як економічну сутність. Сьогодні такий підхід є недостатнім для пошуку рішень нових соціально-економічних проблем. Очевидним стає необхідність дослідження соціального та культурного досвіду суспільств, напрацювань у різних сферах наукового знання, результатів загально філософського пізнання суспільства та закономірностей його розвитку.

Нам дуже імпонує позиція американського економіста Хала Варіана відповідно до якої автор зазначає, що більшість методологів економічної науки не звертають увагу на основні характерні риси економіки [242, с. 3]. Помилковим є порівняння економіки з фізикою, мабуть, ліпше порівнювати з інженерією. Аналогічною помилкою є порівняння з біологією, або краще з медициною. Дж. М. Кейнс порівнював роботу економіста з роботою дантиста, оскільки дантист покращує життя людей, так само як і економісти. Вони забезпечують комфорт та зручність. Проте, розглядаючи такий підхід до порівняння з іншими сферами наукового знання та наголошуючи саме на медицині та інженерії, підкреслюється присутність людини з її інтелектуальним потенціалом – людська природа даних наук. Проте, не існує філософської методології наукового пізнання біології, медицини, інженерії чи фізики. У цих сферах науки подібне питання не стоїть так гостро, оскільки вони не містять політичної або соціальної складової, які присутні саме в економічній науці. Лише економіка тісно пов'язана з іншими сферами суспільного знання, такими як політика, культура, соціологія. Це зумовлює обов'язковість

системного та міждисциплінарного підходу до економічних досліджень і, насамперед, до досліджень у сфері державного регулювання. Як зазначалося раніше, дослідження державної політики розвитку культурних індустрій має поєднати в собі методологічні системи економіки на макро- і мікро рівнях, культури як соціального середовища і культури як економічного сектору. Видатний політичний і державний діяч М. Тетчер, зазначала, що необхідною є економічна свобода як запорука розвитку підприємництва, проте вона не є достатньою умовою для національного відродження та процвітання. Важливим фактором є мораль. Народ потребує мети і певної етики [76, с. 426]. Слід пам'ятати, що економіка – політична наука.

Корисність теорії полягає в тому, що у тих випадках, коли ми не володіємо необхідним масивом статистичних даних та економічних показників, саме теорії розкривають нам сутність внутрішніх рушійних механізмів.

Економічна теорія визначає базові індикатори та параметри для подальшого дослідження та пояснює способи їх обчислення [242, с. 7]. Класичним прикладом можна вважати криву Лаффера, яка ілюструє взаємозв'язок між податками та прибутками, або теорія інвестицій у дуже ризикові активи. Аналіз системи витрати-вигоди присутній в усіх концепціях для пояснення процесу прийняття рішень. Базові засади переходу від особистих цілей до індивідуального вибору, суспільних цілей та суспільного вибору є спільними для всіх теоретичних концепцій, і є актуальними для сектору культурних індустрій.

Теорії дозволяють об'єднати та вирішити непов'язані між собою, на перший погляд, питання. Класичним прикладом можна вважати модель рівноваги Ерроу-Дебрі. Потреби можуть розглядатися як товар доступний в будь-який час, в будь-якому місці. Таким чином, постає модель міжчасової торгівлі, місця та невизначеності. Іншим прикладом можна вважати концепцію "невидимої руки ринку" А. Сміта або, інакше кажучи, словами Першої Теорема Добробуту. Теорії здатні надавати прозорі пояснення незрозумілих та нових процесів. "Помилкові" теорії мають таку ж здатність і є зручним інструментом самоаналізу.

Аналізуючи поведінку споживача в сфері культури, ми маємо чітко розуміти, що класичні закони логіки досить часто тут втрачають свою силу поступаючися ірраціональному в прийнятті рішень. Саме це і обумовлює значення "клубної" економіки, інформаційних технологій та маркетингу.

Економічні потрясіння к. ХХ – п. ХІХ ст. стали результатом глибинних структурних зрушень у господарських системах переважної більшості країн світу та визначили новий вектор подальшого розвитку – вектор міжсистемних трансформацій та становлення нової якості економічного середовища. Формується новий тип господарювання, в межах якого діють економічні та неекономічні елементи, і останні поступово переважають.

Основна привабливість капіталістичного господарства полягала в ілюзії його нейтральності, яка уособлювалася в моделі невидимої руки – деперсонфікованого регулятора людських взаємовідносин. "Ринок пропонує абстрактний спосіб соціального регулювання: стосунки між індивідами регулюються об'єктивними законами, і при цьому між людьми відсутні відносини підпорядкування" [67, с. 9]. Для взірця, ринкові відносини відображають нам автономію індивідів, деперсонфікацію соціальних зв'язків та об'єктивність дії економічних законів. Це було відображено в концепції методологічного індивідуалізму. Людина як раціональна істота, прагне до максимізації своєї корисності, а ринок виступає як об'єктивний інститут узгодження інтересів окремих індивідів. Виконує роль вбудованого механізму саморегулювання.

Проте, для розуміння сутності процесів останніх змін в економічних системах варто вийти за межі уявлення про ринок, як досконале та незалежне від людини суспільне утворення. Запропоновані представниками неокласичного напряму моделі економічного розвитку та динаміки мають високий рівень абстракції та характеризуються обмеженістю застосування через введення обов'язкових умов її реалізації, а отже моделі не можуть бути універсальними.

При дослідженні динаміки ринкових систем, важливе місце посідає проблема психології мас. У суспільстві панують тенденції до збільшення багатства, яке є "рушієм суспільства, а споживання – метою багатства..." [67, с. 88]. Потужними мотиваційними факторами є можливість отримання високих прибутків на капітал. Розвиток нових технологій та нових галузей, відкриття нових ринків дають надію на збільшення прибутку. Усе це підкріплюється доступністю кредиту. Зважаючи на соціальну складову процесів у межах економічної системи, варто враховувати сукупність індивідуальних реакцій господарюючих суб'єктів на такі зміни.

Призначення соціально-економічної системи полягає в організації взаємодії окремих економічних агентів через соціокультурну підсистему таким чином, щоб їх організовані спільні зусилля були більші за арифметичну суму зусиль кожного окремого економічного суб'єкта. Необхідність аналізу як економічних, так і соціокультурних зрушень у функціонуванні суспільних систем національних, регіональних та міжнародних рівнів, зумовлює необхідність застосування міждисциплінарного методу та інституціонального підходу до дослідження динамічних процесів у економіці.

Для необхідності взаємодоповнення наукових систем звернімо увагу на позицію професора Ю. Осіпова, який розглядає практичну діяльність людей з точки зору теорії господарства: "Виробництво – загальнокультурний процес, організація виробництва – самоорганізація культури". Розглядаючи поняття "господарського механізму" Ю. Осіпов наголошує на тому, що його не можна зводити до "системи поверхневих або "явищних" елементів

виробничої організації" [43]. Це заклик до відмови від використання ньютонівського механізму стосовно еволюціонуючої системи. При застосуванні міждисциплінарного підходу потрібно звернутися до принципу системності, який є однією з основних характеристик цивілізаційної парадигми та передбачає врахування впливу на економіку не лише продуктивних сил, соціально-економічних та техніко-економічних відносин, а також політичної, культурної, соціальної, релігійної та інших сфер суспільного життя [84].

Коли мова йде про цивілізаційний вимір досліджень, необхідно почати з визначення поняття "цивілізація", що дозволить нам досить предметно окреслити економічний механізм культурних індустрій та його окремі складові. Поняття "цивілізація" має три основні визначення [23, с. 42]:

1. Досягнення людства, які забезпечують його прогрес. Цивілізаційні досягнення пов'язані з технологічним освоєнням природи та вдосконаленням механізму регулювання соціальних відносин.

2. Стійка соціокультурна спільність людей або країн, що зберігає своєрідність і унікальність на великих відрізках історичного часу. Культура відображає, передусім, релігійну складову.

3. Фіксує найбільш граничну загальну соціокультурну відмінність між типами цивілізаційного устрою, які історично склалися і кожний з яких реалізується в безлічі конкретних видів суспільства.

Український економіст-дослідник, професор С. Єрохін запропонував п'ятирівневу модель структури цивілізації [23, с. 44]. Подамо запропоновану модель у вигляді піраміди (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Системна модель цивілізації [23]

Перший рівень – базовий – охоплює процеси та явища, пов'язані з людиною (окремим індивідумом), родиною (первинним елементом суспільства) і населенням (упорядкованою сукупністю сімей). На цьому рівні формується система відносини з приводу потреб, інтересів та здібностей кожного з названих економічних суб'єктів.

Другий рівень – технологічний спосіб виробництва – це сукупність технологій, які використовуються в суспільстві; принципи та форми організації виробництва; засоби виробництва; природні продуктивні сили. Інакше кажучи – це технологічний уклад, якому притаманні певні загальні принципи функціонування технічних систем, енергоносії та відповідні цим формам організації виробництва. Кожен 5-10 років відбуваються кардинальні технологічні зрушення, які призводять до економічних коливань, що знайшло своє відображення в концепції середньострокових циклів.

Третій рівень – економічний лад суспільства. Основні елементи: форми власності, процес виробництва, обміну, розподілу та споживання, а також процес відтворення. Відповідно до марксистського підходу, визначає діалектику та логіку економічного процесу.

Четвертий рівень – соціально-політичний устрій, який зумовлюється технологічним базисом. Він виражає соціальний, національний, політичний, державно-правові відносини. Саме соціально-політичні явища та процеси зумовлюють цивілізаційні зрушення.

П'ятий рівень – суспільна свідомість (духовна сфера). Основні елементи – наука, культура, освіта, мораль, ідеологія, релігія. У перехідні періоди відбувається радикальне оновлення духовної сфери, формується нова ідеологія суспільного мислення. Ідеологія має в повній мірі враховувати та відображати об'єктивні процеси й закономірності цивілізаційного розвитку, створюючи об'єктивні передумови для стабільного та тривалого розвитку конкретного соціуму. У моделі соціально-економічної системи, яка панує на певній території, в єдності взаємодіють всі зазначені рівні, і мають бути враховані при провадженні господарської діяльності. Окрім цього, зазначений перелік факторів, стає об'єктом дослідження вчених економістів.

У понятті економічний механізм прослідковується сутнісна характеристика соціально-економічної системи – її динамічність. Соціально-економічна система є нелінійним, нерівноважним, відкритим та динамічним, когерентним [3, с. 41] системним утворенням, що здатне до самоорганізації та саморозвитку. Вона характеризується множинністю цілей розвитку. При дослідженні складних динамічних систем використання, розвинутого на основі класичної механіки, категоріального апарату є не коректним. Складні системи диференціюються на відносно автономні підсистеми, в яких відбувається масова, стохастична взаємодія елементів, в результаті якої виникають емерджентні властивості.

Суспільство є надзвичайно складною системою. Завдяки наявності інтелекту стає можливим прийняття рішень щодо напряму подальшого розвитку. У випадку інтелектуального прийняття рішення "самоорганізація" системи переходить у поняття "плановості". Тому в сучасних умовах спиратися на об'єктивний ринковий механізм неможливо. Це зумовлено посиленням ролі плануючих організацій та держави в економічних процесах суспільства. Культурні індустрії, є, здебільшого, високо монополізованим сектором. Зокрема індустрія телебачення та радіомовлення, кіноіндустрія, частково музичні індустрії, окремі підсектори індустрії комп'ютерних ігор.

Оскільки соціально-економічні проблеми набули глобального характеру, а лінійні традиційні уявлення про взаємодію економічних агентів стають сумнівними, необхідно розробка нових моделей колективної поведінки. Індивідуальна свобода прийняття рішень обмежується системою суспільних відносин, які не піддаються контролю та непередбачувані на великому часовому проміжку, проте їх значення посилюється.

Постіндустріальне суспільство – це різнорівнева система ринкових формувань, що характеризуються єдністю функціонування капіталів, специфікою суб'єктів та об'єктів, неоднорідністю інституційного середовища, різноманітністю цільових функцій та критеріїв вимірювань. Це новий тип суспільства для економістів-дослідників – суспільство ситого типу, де задоволені всі базові матеріальні потреби. Сучасна економічна наука тільки налаштувалася на дослідження подібних систем.

Стартовою категорією для дослідження економіки нового типу є культурні та креативні індустрії як новий сектор економічної діяльності. Одне з перших визначень творчих або креативних індустрій належить Британському Департаменту Культури, ЗМІ та Спорту (DCMS).

Креативні індустрії визначались як "діяльність, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, та має потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної власності" [129]. На основі даного визначення була запропонована класифікація креативних індустрій, яка критикувалась за надто штучне виокремлення креативних індустрій та не розгалужений перелік існуючих підгалузей. Слабкість даного підходу полягає в об'єднанні висококваліфікованих капіталомістких галузей (кіновиробництво, радіо та телебачення) з дуже трудомісткими галузями (образотворче мистецтво, ремесла, мода, музика та виконавські мистецтва), а також діяльність, пов'язану з торгівлею та діловим циклом (реклама та архітектура), з менш комерційними в однорівневу систему. Це, фактично, зводить класифікацію галузей до простого їх перерахунку. Базовий документ DCMS від 1998 р., присвячений картографуванню креативних індустрій, сприяв впровадженню таких програм та заходів державних організацій, які в подальшому мали значний вплив на всю

британську економіку [127]. Основною проблемою визначення, запропонованого Департаментом, було те, що воно не описувало комплексної структури сектора творчих індустрій. Визначення стало підґрунтям для комплексу заходів, спрямованих на заохочення творчого підприємництва. Проте, запропонована модель є складною у використанні при розробці стратегій підтримки малого бізнесу. Вона не дає визначення питанням, пов'язаним з:

- структурою сектору,
- формуванням вартості та ланцюгами передачі цінності,
- специфікою формування людського ресурсу
- кількістю затребуваних професіоналів та вимоги до професійних навичок,
- доступом до ресурсів і технологій,
- розвитком нових ринків і зв'язком з виробничим сектором [198].

Об'єднання культурних галузей і виробництва програмного забезпечення мало свою теоретичну логіку. Оскільки обидві сфери діяльності засновані на комерційній експлуатації індивідуального творчого начала. В економічному плані вони схожі тим, що спираються на малий і середній бізнес. Збільшення кількості співробітників не означає зростання ефективності їх роботи. Вони можуть об'єднуватися в корпорації, але, за своєю суттю, це мережі відносно незалежних творчих організацій. Їх робота не схожа на діяльність традиційних культурних організацій, таких як театр або музеї, проте за структурою бізнесу виробництво програмного забезпечення подібне до роботи компаній в сферах реклами, моди, дизайну, книговидання, звукозапису.

В документах ЮНЕСКО індустріями культури називають галузі, які "поєднують в собі створення, виробництво та комерціалізацію інформаційного змісту, який має нематеріальний і культурний характер. Цей зміст, зазвичай, захищений авторським правом, і може приймати форму товарів або послуг". Важливий аспект культурних індустрій, полягає в тому, що вони сприяють "заохоченню та збереженню культурного розмаїття, а також забезпеченню демократичного доступу до культури". Такий двоїстий характер – поєднання культури та економіки – обумовлює специфіку даних індустрій. У Франції "індустрії культури" були визначені як сукупність видів економічної діяльності, які поєднують у собі функції концепції, створення і виробництва культурних потреб із застосуванням промислових методів у процесі виробництва і масштабної комерціалізації культурної продукції. Таке визначення дає більш розлоге тлумачення індустрії культури, ніж те, яке випливає з традиційних уявлень про "культурний сектор".

Ми пропонуємо визначати *культурні індустрії як галузь національного господарства та частину сфери культури, в межах якої відбувається масове виробництво, розподіл та перерозподіл культурних благ шляхом відтворення та тиражування унікальних мистецьких творів, прототипів та інформаційного змісту, які є об'єктами авторського права, за допомогою техніки та технологій.*

Простота і одночасна недосконалість запропонованої DCMS класифікації, створила передумови для появи альтернативних аналітичних підходів для дослідження творчого сектора. Існують класифікації, які були розроблені організаціями, що орієнтуються як на національний, так і на міжнародний рівні [234]. У 2013 р., після кількох років обговорення та консультацій, DCMS представив новий підхід до "креативної економіки" та запропонував модифіковану класифікацію, і нову методологію визначення того, які види діяльності та галузі були класифіковані як "креативні" [141]. До її складу увійшли такі нові творчі види діяльності, такі як музейна, галерейна та бібліотечна справи, а також архіви. Це нововведення мало досить вагоме значення, оскільки ці галузі не були зазначені в британському переліку креативних індустрій. Такі організації, як Європейська Комісія та Організація Об'єднаних Націй, протягом деякого часу вважали культурну спадщину невід'ємною частиною творчої економіки [141, 234].

Перші спроби систематизації культурних індустрій в Європі відбулися на межі 70-80-х рр. XX ст. Тут особливе місце посіли роботи французького дослідника, професора комунікаційних наук університету Стендаль-Гренобль Бернара Мьежа [182, 183, 184]. Б. Мьеж досліджував різні сектори культурних індустрій відповідно до видів матеріалів та інструментів, які вони використовують. Учений виокремив два основні сектори:

- I сектор – це культурні індустрії, які мають значну частку технологій, високу технологічну інтенсивність і рівень капіталізації. Це відеозапис, телебачення, кінематограф та ін. Створення продукту в цих секторах неможливо без високотехнологічного обладнання. Виробники необхідного високотехнологічного обладнання – динамічні підприємства, які, зазвичай, підконтрольні великим транснаціональним корпораціям, таким як Sony, Philips та ін.

- II сектор – це продукти, в основі яких лежить ремісничя або художня робота – внесок людини, творчого працівника. Для цього сектора характерний низький рівень капіталізації. Вони, зазвичай, не пов'язані з масовим виробництвом. Цінність продукції цих підприємств полягає в їх раритетності. Наприклад, образотворче мистецтво. До ціни продукту від самого початку закладена його унікальність. Держава в цих підприємствах бере участь через субсидії художникам і культурним організаціям, замовлення на освітні матеріали, державні закупівлі, премії.

Також учений класифікував культурні індустрії в залежності від способу створення мінової вартості. Було виокремлено наступні групи:

- індустрії, продукуючи фізичні об'єкти, які мають культурний зміст і продаються окремим особам персонально: книги, касети, диски та ін;

- індустрії, в основі яких покладено виробництво теле- і радіопрограм, які надаються користувачам безкоштовно, а джерелом прибутку є реклама та залучення спонсорів. Для цієї групи характерна значна роль держави. У деяких випадках держава вилучає ці види культурних індустрій з незалежного бізнес-сектора і робить їх громадським сервісом, фінансуючи за рахунок по-

датків. Окремо в цій групі мають місце ті програми, які поширюються індивідуальним передплатникам (наприклад, кабельне або супутникове телебачення). У переважній більшості країн телебачення і радіо, з точки зору ведення бізнесу, є змішаним сектором, що має і державну, і суспільну власність.

- індустрії, результати діяльності яких продаються, як окремі екземпляри остаточним споживачам, так і продають рекламні площі та взаємодіють зі спонсорами – газети і журнали.

- індустрії, пов'язані з публічним виконанням: музика, театр і кіно. Економічний успіх підприємств цих культурних індустрій безпосередньо залежить від вартості вхідного квитка і кількості переглядів.

Окремої уваги також заслуговують авторські підходи Д. Тросбі, Д. Хезмондалша та Дж. Хокінса до дослідження та систематизації культурних та креативних індустрій (таб. 1.1).

Таблиця 1.1

**Класифікація креативних індустрій за авторськими підходами
Б М'єжа, Д. Тросбі, Дж. Хокінса та Д. Хезмондалша**

Секторальна модель креативних індустрій Б. М'єжа (1987)	Модель «концентричних кіл» культурних індустрій Д. Тросбі (2001)	Модель переліку креативних індустрій Дж. Хокінса (2001)	Символічно-текстова модель культурних індустрій Д. Хезмондалша (2002)
<p>Перший сектор – культурні індустрії, які мають значну частку технологій, високу технологічну інтенсивність і рівень капіталізації:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відеозапис, - телебачення, - кінематограф, - рекординг - книговидавництво та ін.. <p>Другий сектор – продукти, в основі яких лежить реміснична або художня робота:</p> <ul style="list-style-type: none"> - образотворче мистецтво, - скульптура, - театр, - танок та ін. 	<p>Базові мистецтва (ядро):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Література - Музика - Виконавські види мистецтва - Образотворче мистецтво <p>Базові культурні індустрії (друге коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Індустрія фільмів - Музеї й бібліотеки <p>Культурні індустрії (третє коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Послуги щодо предметів культурної спадщини - Видавнича справа - Звукозапис - Радіомовлення і телебачення - Відео-та комп'ютерні ігри <p>Дотичні сфери або (зовнішнє коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Реклама - Архітектура - Дизайн - Мода 	<p>Реклама</p> <p>Архітектура</p> <p>Образотворче мистецтво</p> <p>Ремесла</p> <p>Дизайн</p> <p>Мода</p> <p>Кіно</p> <p>Музика</p> <p>Виконавські види мистецтв</p> <p>Видавнича справа</p> <p>НДДКР</p> <p>Програмне забезпечення</p> <p>Ігри</p> <p>Телебачення, радіо</p> <p>Відеоігри</p>	<p>Основні культурні індустрії:</p> <ul style="list-style-type: none"> - радіо і телебачення - реклама і маркетинг - видавнича справа - кіноіндустрія - інтернет - музична індустрія - відео-та комп'ютерні ігри <p>Периферійні індустрії:</p> <ul style="list-style-type: none"> - побутова електроніка - мода - програмне забезпечення - спорт

Модель концентричних кіл була розроблена Девідом Тросбі в 2001 р. і базувалася на розумінні культурної цінності товарів та послуг, завдяки якій культурні індустрії відрізняються від інших галузей економіки. Зазначається, що креативні ідеї можна представити у вигляді концентричних кіл, де центр – це ідеї мистецтва (розглядаються у формі звуку, тексту та зображень) з високим ступенем вираження культурного змісту, а останнє коло – ідеї з високим рівнем вираження комерційного змісту. Тобто, культурний контекст ідей з кожним колом поступається комерційному і навпаки. Модель об'єднує в собі наступні підгрупи: галузі мистецтва, культурні індустрії, суміжні галузі (рис. 1.5). Останні ми можемо охарактеризувати як креативні, оскільки вони містять значний творчий елемент, проте їх значимість формує, насамперед, утилітарна, а не культурна цінність.

Як зазначає Д. Тросбі [222], багатомірність визначення креативної та культурної індустрії призводить до побудови різних моделей сектора культурного виробництва в економіці, а отже й до різних переліків індустрій, які охоплює цей сектор.

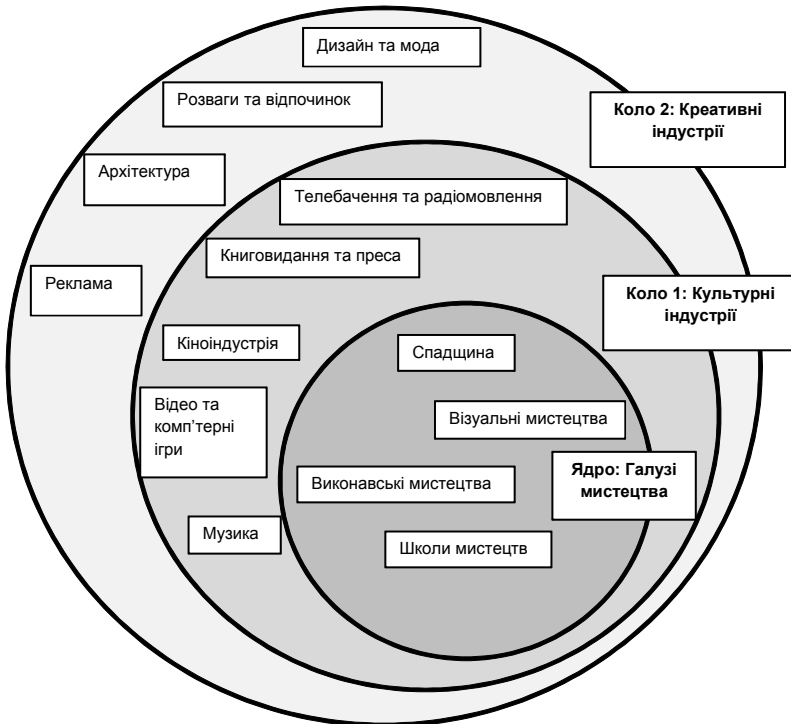


Рис. 1.5. Модель "концентричних кіл" Д. Тросбі [222]

Модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса була розроблена в 2001 р. До складу даної моделі належать 15 секторів креативної економіки без розподілу на підгрупи і спирається на твердження, що креативні індустрії охоплюють сферу творення та продажу креативних ідей та художніх витворів, разом з комерційною професійною та аматорською [87, с. 104-139].

Символічна текстова модель Д. Хезмондалша (2002 р.) базується на трактуванні культурних індустрій як секторів продукування тексту та смислу. Культурний продукт розглядається як інструмент передачі певного послання аудиторії від митця або виробника. Економічна цінність такого продукту дуже залежна від розуміння та інтерпретації повідомлення. Власне такий підхід стає актуальним у контексті дослідження сучасної економічної системи через значення суспільних комунікацій, які виконують роль "другої невидимої руки ринку". Культура суспільства базується в даній моделі на символічних текстах чи повідомленнях, які передаються за допомогою різних носіїв, таких як кіно, радіо та преса. Дана модель об'єднує в собі 3 підгрупи креативних індустрій (основні, периферійні, граничні) [86, 168, с. 97]. Як в моделі Д. Тросбі, так і в моделі Д. Хезмондалша варто наголосити на використанні терміну "культурні індустрії".

Методологічні питання визначення, класифікації та розмежування культурних і креативних індустрій стає предметом офіційних аналітичних звітів міжнародних організацій. На рівні Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії; Всесвітньої організації інтелектуальної власності; Інституту статистики ЮНЕСКО також було запропоновано підходи до класифікації креативних індустрій (табл. 1.2).

Модель класифікації креативних індустрій Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії (DCMS) була пов'язана з утвердженням пріоритетності таких факторів соціально-економічного розвитку як креативність та інноваційність. Як було зазначено раніше ця модель об'єднує в собі 13 креативних індустрій, які різняться між собою за рівнем технологічності, способом надання культурних послуг та виробництва культурних товарів, механізмом реалізації мінової вартості [228, с. 6-7; 229, с. 21-22]. Мабуть, це скоріш перелік існуючих галузей, аніж їх класифікація.

Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) була розроблена в 2003 р. Вона охоплює галузі, що прямо або опосередковано беруть участь у створенні, виробництві та поширенні об'єктів авторського права. Основна увага в зазначеній моделі приділяється інтелектуальній власності, яка виконує роль інструменту матеріалізації та комерціалізації закладеної в товари та послуги, креативності. Відповідно до запропонованого підходу розрізняють 3 підгрупи креативних індустрій:

Класифікація культурних індустрій. Підхід міжнародних організацій

Модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії (2001)	Модель авторського права BOIP (2003)	Модель Інституту статистики ЮНЕСКО (2005)
Реклама Архітектура Образотворче мистецтво та ринок антикваріату Ремесла Дизайн Мода Фільми та відео Музика Виконавські види мистецтва Видавнича справа Програмне забезпечення Радіо і телебачення Відео-та комп'ютерні ігри	Основні галузі авторського права: Реклама Організація колективного управління майновими правами Кіно та відео Музика Виконавські види мистецтва Видавнича справа Програмне забезпечення Радіо і телебачення Візуальне та графічне мистецтво Взаємопов'язані галузі авторського права: Записуючі матеріали (касети, диски, CD-плеєри, інше) Побутова електроніка Музичні інструменти Паперова індустрія Фотографічне обладнання Галузі часткового значення авторського права: Дизайн Архітектура Мода Одяг, взуття Предмети домашнього вжитку Іграшки	Індустрії базових секторів культури: Музеї, галереї, бібліотеки Виконавські види мистецтв, фестивалі Образотворче мистецтво Ремесла Телебачення, радіомовлення Інтерактивні медіа Фільми та відео Фотографія Дизайн Видавництво Індустрії дотичних сфер культури: Архітектура Реклама Музичні інструменти Звукове обладнання Поліграфічне обладнання Програмне забезпечення Аудіо-візуальне апаратне забезпечення

1. Галузі, які продукують об'єкти авторського права або інтелектуальну власність (основні галузі авторського права);

2. Галузі, які забезпечують передачу товарів і послуг, які самі є або мають інтелектуальну власність, до споживача (взаємопов'язані галузі авторського прав);

3. Проміжна група галузей (галузі часткового значення авторського права), в основній діяльності яких інтелектуальна власність відіграє незначну або опосередковану роль [251, с. 25; 228, с. 6-7].

Модель Інституту статистики ЮНЕСКО запропонована в 2005 р. поділяє креативні індустрії на дві підгрупи:

1. Індустрії базових секторів культури;

2. Індустрії дотичні до всіх сфер культури, проте кінцевим результатом їх функціонування є проміжний продукт для базових культурних індустрій [237, с. 13-15].

Запропоновані міжнародними організаціями моделі є спробою створення універсального підходу класифікації культурних індустрій для різних країн світу з метою спрощення процедури співставлення результатів діяльності в зазначеному секторі, визначення ролі культурних та креативних індустрій в економіці країн, а також з метою спрощення процесу напрацювання спільних глобальних і міжнародних програм, стратегій та практик у секторі.

Як бачимо, модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії та модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса не передбачають класифікацію креативних індустрій з виокремленням підгруп на протигагу іншим чотирьом моделям (Модель концентричних кіл Девіда Тросбі, Символічна текстова модель Девіда Хезмондалша, Модель ВОІВ, Модель Інституту статистики ЮНЕСКО). Такі відмінності пояснюються різними цільовими орієнтаціями та способами інтерпретації структурних характеристик креативних галузей. Сьогодні актуальним залишається питання розробки універсальної системи класифікації креативних та культурних індустрій для одержання, акумуляції та суспільного використання уніфікованих та релевантних статистичних даних, що посилять наукову обґрунтованість та ефективність рішень у даній сфері.

Сьогодні креативний сектор можна визначити як динамічний, мультисистемний кластеризований сектор сучасної економіки, який функціонує в умовах мережевого суспільства та спирається на реалізацію культурного капіталу та креативного потенціалу соціуму на мікро- та макро- рівнях.

При виокремленні з поміж індустрій креативного сектору культурних індустрій постає дилема належного розмежування діяльності. Культурні індустрії згадуються як особлива підгрупа творчих, але її виокремлення все ще є дискусійним. У літературі, присвяченій зазначеній тематиці, першим терміном, введеним у науковий обіг на початку ХХ ст., є "культурна індустрія". Проте, на поч. ХХІ ст. поширення серед дослідників набуває категорія "креативні індустрії". Тепер дана категорія використовується в множині з метою підкреслення єдності секторів, які суттєво відрізняються між собою за технологією виробництва товарів та послуг, механізмами їх поширення та способами споживання. Універсального визначення креативного сектору та класифікації видів діяльності, які мають до нього належати, поки що не прийнято. Розуміння творчого сектору, та розподіл діяльності на творчі та культурні індустрії, відрізняється в окремих країнах. Це зумовлено такими факторами: як їх історичний розвиток або відмінності в стратегіях національної культурної політики, використанням різних теоретичних підходів. Досить часто деякими авторами ці два терміни використовуються як взаємозамінні. Проблема визначення цих понять впливає з різних критеріїв, прийнятих для відокремлення таких взаємопов'язаних творчої та культурної індустрій. Для ілюстрації складності даного питання в табл. 1.3 представлені найбільш популярні критерії.

Критерії розмежування культурних та креативних індустрій, [170]

№	Критерій розмежування	Креативні індустрії	Культурні індустрії
1	Утилітарна цінність	Утилітарна цінність домінує над символічною (промисловий дизайн, мода, реклама, архітектура, графічний дизайн)	Перевага нематеріальної (ідеї або естетичні враження) та культурної цінності над утилітарною (фільм, музика, комп'ютерні ігри, виконавська майстерність)
2	Комерціалізація та джерела фінансування	Високий рівень комерціалізації, приватні джерела фінансування (реклама, архітектура, комп'ютерні ігри, кіноіндустрія, музична індустрія, видавництва)	Низький рівень комерціалізації, часто субсидується з державних коштів (музеї та галереї, театри та оперні театри, бібліотеки)
3	Характеристика виробленої продукції та послуг	Кінцевий продукт для індустрії – це проміжний продукт, який використовується в подальших виробничих процесах (програмне забезпечення та системи обробки даних, художня освіта)	Кінцевий продукт є культурною потребою, споживання якої є кінцевою метою (фільми, музика, комп'ютерні ігри)
4	Способи розташування творчої діяльності	В основному за принципами концентрації та кластеризації, переважно в містах, часто пов'язані з суміжними галузями промисловості (розробка наступного виробництва)	Найчастіше розпорошене розташування як в міській, так і в сільській місцевості (бібліотеки, музеї та ін.)
5	Діапазон ринку	Орієнтація на глобальний ринок, місце розташування одержувача не має значення (комп'ютерні ігри, фільми, музика, мода, дизайн, реклама).	Орієнтація на місцевий ринок, близькість реципієнта має ключове значення (музеї та галереї, система художньої освіти, бібліотеки, театри та оперні театри)

Як зазначає Д. Тросбі [78], багатомірність визначення креативної та культурної індустрії призводить до побудови різних моделей сектора культурного виробництва в економіці, а отже і до різних переліків індустрій, які охоплює цей сектор.

Кріс Сміт – голова Департаменту культури, медіа та спорту в 1998 р. представив суто прагматичне пояснення того, щоб піти від поняття "культура" та "культурна індустрія" в офіційних документах. Слово "культура" в правлячих колах асоціювалося з високим мистецтвом, але ніяк не з економікою. У той же час зміна терміну не було нейтральним кроком [214]. Таке рішення відокремило "творчі індустрії" від "політики в галузі культури і мистецтва" та

автоматично позбавляло деякі організації, які працювали з культурою і мистецтвом, потенційних бенефіціарів.

Приналежність до переліку творчих індустрій виробництва програмного забезпечення представлено було, насамперед, політичним рішенням і певним економічним фокусом – таким чином, весь сектор пов'язувався з розвитком цифрових технологій і був в авангарді економічної конкурентоспроможності.

Ніколас Гарнхем [145] стверджував, що зміна понять була виключно прагматичним вчинком, оскільки дозволило включити в статистику дані щодо кількості зайнятих у сфері створення програмного забезпечення для того, щоб зробити статистику більш вражаючою. Гарнхем вказав, що це "роздута" статистика, яка часто використовується для характеристики нової економіки.

Використовуючи підхід, запропонований КЕА [171], в табл. 1.4. наведемо наступну класифікацію культурні і креативні індустрії. У даному випадку культурні і креативні індустрії аналізуються з позицій системного підходу та використовуючи метод узагальнення, не забуваючи про диверсифікований характер діяльності в досліджуваному секторі та більш широкий контекст креативної економіки.

Дослідники відзначають, що англійське поняття *creativity* є широким і багатозначним [198]. Воно не фіксує важливих відмінностей між теорією і практикою, відкриттям і винаходом, наукою, культурою і соціальною практикою та ін. Така широта тлумачення сприяє розвитку ідеології творчої економіки. Проте, разом з тим, не можна заперечувати специфіку творчості в різних сферах людської діяльності.

Термін "творчість" визначається як "форма діяльності людини, спрямована на створення якісно нових для неї цінностей, що мають суспільне значення, тобто важливі для формування особистості як суспільного суб'єкта" [47, с. 286]. Також, це – "мислення в вищій формі, яке проявляється як уява і яке виходить за межі відомих способів вирішення поставленого завдання" [68, с. 142]. Творчість розглядається як продуктивна форма активності ... людини, результатом якої є відкриття, винаходи, створення нових музичних, художніх витворів, розв'язання нових завдань у праці лікаря, вчителя, художника, інженера [21, с. 282]. Це діяльність людини, яка створює нові матеріальні й духовні цінності, що мають суспільну значущість [16].

З часу зародження філософської думки визначення природи та поняття "творчість" знаходилося серед пріоритетних питань [22]. У часи античності, творчість була позначена двома вимірами: в божественному – акт народження (творіння) Космосу і людському – мистецтво, ремесло. Отже, здатність до творчості розумілась як підтвердження божественної природи людини. Стародавні філософи, аналізуючи сутність та механізми пізнання людиною

навколишнього світу, наголошували на формуванні в неї можливості бачити світ поза стереотипами. У часи Середньовіччя творчість розглядалася як перетворення небуття в буття в результаті вольового акту індивіда, природа якого є божественною. В епоху Відродження посилилося антропологічне трактування творчості – перехід від культу релігійного начала до культу генія як носія творчого начала. Творчість інтерпретувалася як процес цілеспрямованої діяльності людини з метою створення нового та перетворення того, що вже існувало. В епоху Реформації під творчістю розуміли дію, чимось споріднену з винахідництвом [69].

Таблиця 1.4

Розмежування культурних та креативних індустрій

Сфера	Сектор	Суб-сектор	Характеристики
Класичне мистецтво	Візуальні мистецтва	Ремесла; Живопис; Скульптура; Фотографія	Не індустріальна діяльність. Продукцією є прототипи «потенційно захищені авторським правом». Здебільшого дотаційні
	Виконавські мистецтва	Театр; Танок; Цирк; Фестивалі	
	Спадщина	Музеї; Бібліотеки; Археологічні пам'ятки; Архіви	
Культурні індустрії	Фільми та відео	Виробництво; Розповсюдження; Показ	Індустріальне масове тиражування культурного продукту Продукція заснована на авторських правах Високий рівень комерціалізації
	Телебачення та радіомовлення	Телерадіоорганізації; Студії виробники	
	Відео та комп'ютерні ігри	Виробництво; Розповсюдження; Показ	
	Музика	Рекордінг; Концертно-гастрольна діяльність; Організації колективного управління майновими правами; Мерчандайзинг в музичній індустрії	
	Книги та преса	Книговидання; Журнали та преса; Видавництва; Інтернет-видання	
Креативні індустрії	Дизайн	Фешн-дизайн Дизайн інтер'єру Графічний дизайн та ін..	Продуктом може бути як прототип, так і тиражований продукт Продукт є об'єктом авторського права і може включати інші об'єкти авторського права
	Архітектура		
	Реклама		
Дотичні індустрії	Точне машинобудування	Приладобудування; Електротехнічна промисловість; Радіотехніка і електроніка	Сектори економіки, які прямо або опосередковано взаємодіють з культурним та креативним секторами
		Розробка програмного забезпечення	
	Посередницькі послуги		

У XVIII ст. посилювалося діяльне бачення творчості, акцентувалося на творчій взаємодії та самореалізації індивіда в різних соціальних групах. Продуктивність уяви стала однією з характеристик творчості [22]. Пізніше в філософії М. Бердяєва і на засадах екзистенціалізму було розроблено концепцію людської творчості, а свобода (в будь-якій сфері) була визначена необхідною передумовою творчої діяльності оскільки дух людини, залежної від повсякденної реальності, не здатний до справжнього творіння [5, с. 213]. На думку вченого, творчість притаманна будь-якій людській праці, кожній людині, якщо її дух і свідомість – вільні, не підпорядковані необхідності. Це зумовлює стрімко зростаючу роль менеджерів, продюсерів, персональних менеджерів артистів – тобто появу нових спеціальностей, робота в межах яких в першу чергу спрямована на вивільнення потенціалу творчої особистості з під тиску побутових проблем. А. Спіркін запропонував розгорнуте визначення творчості, як розумової і практичної діяльності, "результатом якої є створення оригінальних, неповторних цінностей, встановлення нових фактів, властивостей, закономірностей, а також методів дослідження і перетворення матеріального світу й духовної культури" [70, с. 322]. Виокремлення поряд з ознаками оригінальності й новизни, об'єктивної та суб'єктивної значущості творчості – є важливим нюансом.

У сучасній філософії творчість розглядається як "універсальна властивість буття" [30], як "процес, завдяки якому здійснюється сходження людини до вищих ступенів духовності, моральності й свободи, розвитку особистості й культури" [41, с. 21]. Кожен член соціуму виступає як суб'єкт творчої діяльності і, "завдяки своїй продуктивній праці й творчій думці людина здійснює подальшу перебудову природи, формує нове предметне середовище, в умовах якого розвивається людська цивілізація й сама природа" [66, с. 5]. Творчість розглядається в близькому взаємозв'язку, або навіть у контексті, багатьох факторів розвитку людини, зокрема зовнішніх – соціуму, умов навчання й праці, а також внутрішніх – здібностей, вмотивованості, прагнення до самореалізації, визнання та приналежності й прагнення до постійного саморозвитку. Тому творчість часто визначають як системне явище, сукупність наступних взаємопов'язаних елементів: творчих можливостей, творчого процесу, ступеню індивідуального розвитку творчих здібностей та якостей індивіда, механізмів стимулювання та управління творчою діяльністю.

Дослідник В. Андрєєв зазначає, що творчій діяльності притаманно:

- а) наявність протиріччя, проблемної ситуації або творчого завдання;
- б) соціальна та особиста значущість, і прогресивність. Тобто, буде здійснено внесок у розвиток суспільства й особистості;
- в) наявність об'єктивних соціальних і матеріальних передумов для творчості.
- г) наявність суб'єктивних (особистісних якостей, знань, мотивації, творчих здібностей особистості) передумов для творчості;
- д) новизна та оригінальність процесу або результату.

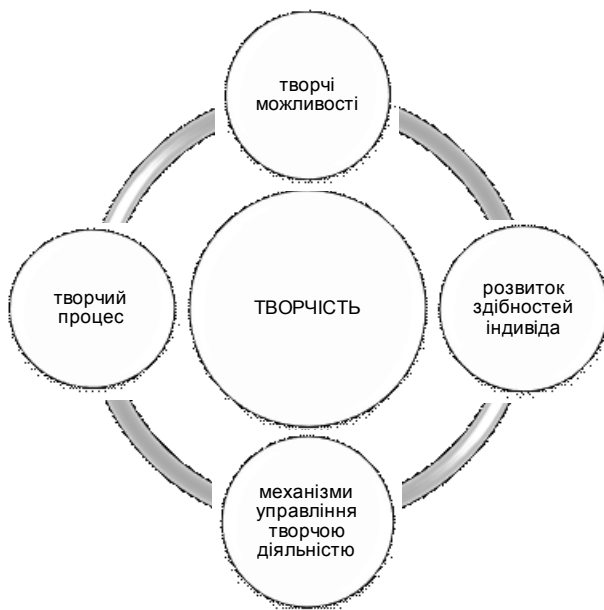


Рис. 1.6. Система творчості, авторська розробка

Питання творчості сьогодні досить часто розглядається в контексті концепції "глобальної креативності", та аналізу креативних процесів. Креативність, є складним та універсальним поняттям. Вона завжди співвідноситься з будь-яким процесом і вказує на міру й якість новизни.

Учені Дж. Гілфорд [158] і П. Торренс [225] визначають креативність як здатність до творчого (дивергентного) мислення. Здатність до творчості – передумова створення чогось нового, оригінального. Креативність як властивість особистості виявляється в тенденції до вирішення проблем по-новому, новими засобами, методами [12]. Креативність є характеристикою особистості, яка свідчить про її здатність до творчості.

Креативність тлумачать і як різні форми прояву інтелектуальних здібностей, оскільки всі ці аспекти роботи інтелекту причетні до успішного розв'язання різних проблемних ситуацій за рахунок альтернативного бачення ситуації, розуміння її контексту.

За англomовним визначенням поняття creativity – це "розумовий і соціальний процес, що складається в породженні нових ідей або концепцій чи нових зв'язків між існуючими ідеями або концепціями". У визначенні, яке дає творчості наш філософський словник – це "діяльність, що породжує щось якісно нове, що ніколи раніше не існувало" [94]. Отже, основною

характеристикою є – породження нового. Разом з тим, підкреслюється соціальна важливість і якісність цієї запропонованої інновації.

Коли креативність стає стихією життя сучасної людини, існує ризик того, що світ сповнюється хаосом бажань кожної людини, яка прагне до яскравішого самовираження. Проте, як і в дикій природі, в креативному сегменті діє власний механізм природного відбору. Результат творчості має бути життєздатним. Для цього він повинен мати мету та певні цінності: етичні, пізнавальні, естетичні, практичні. Проте, ці цінності подекуди конкурують і, навіть, заперечують одне одного, водночас вони виражаються в критеріях, які дозволяють нам оцінити життєздатність креативного виробу. Незліченна кількість невдалих продуктів творчості створює "поживне середовище" для появи вдалих і загальнозначущих, проте суттєво ускладнює процес вибору для публіки або цільової аудиторії.

Спираючись на запропоновану структуру в дослідженні економічної діяльності в сфері культури, зазначимо, що культуру, розглядатимемо як повноцінний сектор господарської діяльності, що має певну специфіку обумовлену особливостями виробництва, розповсюдження та реалізації культурних продуктів. За основу візьмемо методологічний плюралізм та надаватимемо перевагу теоретичним концепціям кейнсіанства, інституціоналізму та неомарксизму.

1.3. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Історія взаємодії між культурою та економічним розвитком не розпочалася на початку ХХ ст. чи в останню його декаду. Ці сфери завжди були пов'язані між собою. Проте зазвичай цим зв'язком вчені-економісти нехтували. І сьогодні в Україні превалує сприйняття відмежованості "невизначеного" і нематеріального світу культури від ґрунтового і доволі "конкретного" та зрозумілого світу грошей та промисловості. Основною причиною теоретичного виключення культури з економічних концепцій, моделей розвитку та накопичення багатства суспільств був економічний імперіалізм та надмірна математизація суспільних процесів. Це обмежило соціальне підґрунтя економіки, ослабивши його внутрішні зв'язки з соціологією, політикою, історією та антропологією. В кінцевому підсумку призвело до відчуження економічної науки та підвищення її абстрактності. Основи такого підходу були закладені на початку ХІХ ст. Дж. Бенґамом, який озвучив постулат про те, що культура, звичаї та традиції не мають відношення до економічного аналізу [119]. Слід звернути увагу на те, що фактор культури враховувався засновниками економічної науки та був в основі їх концепцій. Так, зокрема, в роботі видатного представника класичної школа А. Сміта підкреслюється

подвійність людської сутності, що проявилось в єдності основних його робіт: "Теорія моральних почуттів" (1759 р.) та "Дослідження про природу і причини багатства народів" (1776 г.), які доцільно вивчати тільки разом. Розвиток людства не лише сприяє суспільному благу на ринку (багатство націй), але і робить людину більш цивілізованою та ввічливою до інших. Дж. С. Мілль і К. Маркс також надавали культурі визначального значення.

На шляху розвитку економіки, незважаючи на цілком протилежні побажання засновників науки, питання культури було вилучено з переліку факторів економічного аналізу, через складнощі її передбачення та математичної оцінки. К. Боулдінг зазначав, що "засновник економіки А. Сміт мав сильне відчуття культурної матриці економічних явищ. Одним з найцікавіших з непростих питань інтелектуальної історії є те, як наука про економіку могла втратити цей елемент і перетворитись на абстрактну дисципліну, позбавлену практично будь-якого культурного контексту?" [110, с. 267]. Протягом ХХ ст. відбувався потужний розвиток економічної науки, заснований на виявленні об'єктивних, універсальних і позачасових принципів, повністю незалежних від людської волі та суспільства [246, с. 24]. У результаті економіка була десоціалізована.

Теоретичну основу концепції культурних індустрій становить дві основні теоретико-економічні течії: інституціоналізм та неомарксизм. Простежимо шлях осмислення нового явища.

Одна з найбільш ранніх сучасних спроб визнання та оцінки ролі культури в економічному розвитку була здійснена на початку ХХ ст. видатним вченим-соціологом М. Вебером в його натхненній праці "Протестантська етика і дух капіталізму" [11]. На його думку, капіталізм був не лише системою ринкового обміну товарами та послугами між підприємцями під впливом цінкових стимулів, але й бюрократичною організацією, внутрішня ієрархія якої забезпечувала більшу прогнозованість дій суб'єктів господарювання. Як економічні, так і неекономічні чинники визначали ринкову економіку і зумовлювали зростання капіталізму. Передбачуване право, економічна етика, породжена "духом протестантизму та концепцією призначення", наявність бюрократичної держави та громадянських прав були ключовими культурними чинниками, які сприяли підйомі капіталізму. Більш того, Вебер використовував релігію (протестантський етос) як визначальну передумову відмінностей між різними типами капіталізму, зокрема в Західній Європі, Америці, та у всьому світі [245, с. 11].

Визнання культурно-орієнтованого тлумачення економічного розвитку стало поступово набувати популярності у середині ХХ ст. Серед прибічників зазначеного підходу слід назвати А. Грамши [151], який розглядав економічні інтереси і пануючу культуру як невід'ємні елементи аналізу політичних результатів. Е. Банфілд в роботі "Моральна основа відсталого суспільства"

[99] визначив конкретні закономірності поведінки людей (надмірні та обмежені інтереси) як основні причини недостатнього розвитку півдня Італії. Вагомий внесок зробив К. Поланьї, який розглядав людину насамперед як соціальну одиницю, здатну до співпраці, зорієнтовану на престиж та посилення соціальних зв'язків. Культура, в такій системі, стає невід'ємним елементом економіки та забезпечує її розвиток і стабільність. Економіка втілюється в економічних та неекономічних інститутах. Дія релігії чи уряду може бути настільки ж важливим елементом для функціонування економічної структури, як грошові інститути, або наявність самих інструментів та машин, які полегшують трудову діяльність [193, с. 250]. За словами К. Поланьї, надмірна залежність від вільного ринку та цінового механізму протягом ХХ ст. розірвала соціальні зв'язки, створивши загрози цивілізаційному розвитку і розсіяним суспільствам, та залишила людей практично беззахисними в умовах недостатнього управління інститутами культури.

В останнє десятиліття ХХ ст. відбулося справжнє відродження інтересу до взаємного впливу між культурою та економічним розвитком. Одним із лідерів став представник інституційного напрямку економічної думки – Д. С. Норт. Він досліджував причини нерівномірного економічного розвитку країн світу. Вчений прийшов до висновку, що його основною детермінантою є інститути культури. Зокрема, найбільш вагоме значення серед всіх суспільних інститутів має система прав власності і громадянських прав, які забезпечують громадянські, політичні та релігійні свободи. На підтвердження вчений навіть контрастні приклади соціально економічного розвитку Англії та Іспанії.

Досліджувались й інші аспекти культурного впливу на економічний розвиток. Припущення Роберта Д. Патмана [202] полягало в тому, що регіони, які мають традицію вільних міст-держав, мають тенденцію до нагромадження значно вищого соціального капіталу, що, в свою чергу, сприяло їх політичному та економічному розвитку. Тим часом Ф. Фукуяма [144] підкреслив, що довіра є ключовим елементом економічного розвитку. Д. Ландс [173] в роботі "Багатство і бідність націй" наголошує на фундаментальній ролі національної культури в економічному розвитку націй. Економічність, працьовитість, наполегливість, чесність, толерантність можуть ефективно протистояти несприятливій політиці уряду, наприклад в економічному або соціальному контексті, особливо якщо вона спрямована на конкретні групи суспільства. В контексті сучасної України, це явище знаходить своє підтвердження. Висновок Ландса узгоджується зі збіркою творів під редакцією Л. Е. Харрісона та С. П. Хантінгтона "Питання культури: як цінності формують людський прогрес" [161]. Автори зазначають, що культура є визначальним фактором широкого кола процесів, включаючи економічний, соціальний та політичний розвиток, або демократизацію. Вільні ринки та демокра-

тичні інститути не гарантують стабільності демократичної системи країни або економічного розвитку. Саме її культура може бути каталізатором процвітання. Серед культурних цінностей, що мають найбільший вплив, автори виділяють етос, освіту, свободу вираження та довіру. Вищезазначені міркування були покладені в основу маніфесту культурного цивілізаційного прогресу, який проголошує наступне: "Хоча культура дуже глибоко визначає соціальний, політичний та економічний розвиток, вона також може бути змінена, з метою стимулювання розвитку – адже це не є ані даним географічним положенням, природно-ресурсною базою, ані навіть виробничою структурою, а є соціальними ресурсами, тобто людьми, їх цінностями та відносинами, що спрямовують індивідів на шлях розвитку їх економіки, суспільства та демократизації політичного життя" [161].

Визнавши той факт, що культура мала величезний вплив на економічний розвиток країн, інші автори сконцентрували свою увагу на управлінському підході до ролі культури в бізнесі. Ф. Тромпенаарс і Ч. Хампден-Тернер [226] продемонстрували, як різноманітні культури реагують на різні типи управління. Вони побудували матрицю з семи культурних факторів, за допомогою яких пояснювали розбіжності, які визначалися за критеріями універсалізму та партикуляризму проти інтеграції, індивідуалізму проти універсалізму, внутрішнє проти зовнішнього спрямування, часу як послідовність проти часу як синхронізації, досягнутий статус проти приписаного, і рівність проти ієрархії. Альтернативну модель запропонував Г. Хофстед [170], який розрізняв і проаналізував культуру по п'яти вимірах: дистанцію влади, індивідуалізм проти колективізму, маскуліність проти жіночності, ухилення від невизначеності та короткострокову орієнтацію. Незважаючи на різницю зазначених концепцій, вони поділяли однакову логіку – дослідження поведінки різних людей в умовах інших культур та прийняття бізнес-рішень. Саме це питання стає першочерговим з точки зору сучасних технологій та поступового усунення бар'єрів для міжнародної торгівлі.

Основне поняття нашого дослідження – культурні індустрії, змінювалося тричі: "культурна індустрія" (в однині, як цільне явище) – "культурні індустрії" (у множині, як диференційоване явище) – "творчі (креативні) індустрії". Кожна зміна фіксувала різну реальність. Проте для західноєвропейських дослідників поняття очевидна певна стійкість об'єкта: як "культурні індустрії", так і "творчі індустрії" в найзагальнішому вигляді визначаються як виробництво товарів і послуг, заснованих на авторській творчості і таланті. Це одночасно і сектор економіки, і інноваційний тип соціокультурних практик.

Проводячи ретроспективний аналіз, можна виділити наступні періоди розвитку культурних індустрій:

1. Від зародження мистецтва до другої половини XIX століття – доіндустріальне поширення продуктів культури.

2. Друга половина XIX століття – 1960-і рр. XX ст. – індустріалізація культурного продукту та поява нових видів мистецтва;

3. Кінець 1960-х – середина 1990-х років – взаємопроникнення економіки і культури та демократизація культури. Визнання культурних індустрій, як невід'ємної частини культури;

4. Друга половина 1990-х – 2000-і роки – культурні індустрії перетворюються на ядро творчих індустрій. Зародження передумов економіки культури.

5. 2000-ні рр. – по сьогоднішній день – період становлення економіки культури, економіки творчості, креативної економіки. Культурні та креативні індустрії перетворюються на пріоритетний сектор національних економік розвинених країнах.

Дамо більш широку характеристику кожному з них:

1. Від зародження мистецтва до другої половини XIX століття – доіндустріальний період.

Поширення культурних продуктів здійснювалось шляхом копіювання художніх зразків, переписування рукописів, ремісничого відтворення предметів прикладного мистецтва та ін. та характеризувалось високими показниками працездатності. Інноваційність даного періоду проявлялась в інтенсивному розвитку індивідуальної творчості. В доіндустріальну епоху основною спільною рисою витворів мистецтва була унікальність кожного зразка. Прагнення до володіння оригіналами, зокрема літературними примірниками було зумовлено не мотивом колекціонування, а бажанням мати достовірний текст, не зіпсований помилками та викривленнями переписування.

Перші кроки до тиражування культурного продукту можна знайти ще в античній культурі: лиття та штампування статуї з бронзи, карбування монет та ін. В XV столітті з'явилася перша культурна індустрія – книгодрукування. Поява механічного друкарського пресу, винайденого Йоханом Гуттенбергом в 1439 р. дозволила створити "перший одноманітно відтворюваний товар". Це був "перший конвеєр та перше масове (серійне) виробництво..." [36]. З'явилися можливості для масового тиражування та розповсюдження текстів і графічних зображень. Маклюен М. зазначає, що книговидання сприяло впорядкуванню та стабілізації мов. Нова індустрія стала об'єктом зацікавлень правлячих кіл та держави як потенційно потужний інструмент встановлення контролю над суспільством. Новинки книговидання стають об'єктом зацікавлень клубів по інтересам та світських салонів та починають формувати масову свідомість та впливати на суспільну думку.

Книговидання на кінець XVII ст. забезпечує підґрунтя для зародження публічної, або суспільної сфери. Як відзначав Юрген Хабермас [159], публічна сфера виробила цілий ряд інститутів, підконтрольних громадській думці. Ці інститути були сформовані навколо "публіки" і зверталися як до соціуму в цілому, так і окремо до кожного індивіда.

Публіка як особлива соціальна група – це сукупність приватних осіб, здатних самостійно користуватися своїм розумом і об'єднаних в єдиному дискусійному просторі. В публічній сфері зародився загальнодоступний театр, приватні галереї, виставки, концерти та інші елементи інфраструктури ринку культурних продуктів, які раніше були суто прерогативою аристократії, або мали ритуально-обрядове та релігійно-культурне призначення.

Початок індустріалізації зумовив зростання культурного споживання та загострення конкуренції між митцями. Це спровокувало опір в мистецькому середовищі, який проявився в стилі життя художників: наслідування гасла "мистецтво заради мистецтва", відходи в "вежу зі слонової кістки", культ богемного способу життя та різні форми епатажу. Поява нових технічних засобів ще більше загострила це протистояння.

Ряд сучасних дослідників наголошують на однобокому, необгрунтованому і не підтверженому історичними фактами протиставленні мистецтва ринку [247; 34; 189]. Як відзначав Р. Вільямс, арт-ринок почав формуватися в епоху Відродження. Саме він і забезпечив письменникам, художникам, музикантам відносну незалежність від одного господаря-покровителя або замовника, встановивши пряму комунікацію з широкою публікою і створивши соціальний і фінансовий простір для художнього розвитку [246]. Основою автономії творців був комерційний успіх арт-ринку в цілому, його експансія за межі локальних територій і окремих національних держав, поширення на континентах. Художники часто виступали саме проти цього, хоча саме арт-ринок забезпечував їм можливості для праці. Він, по суті, є основним інструментом перетворення важко визначної художньої цінності в мінову вартість культурного продукту. Якими б непривабливими рисами для художника не характеризувався процес комерціалізації їх художнього твору (конкуренцією, "байдужістю" ринку до творчих пошуків, залежністю від моди та ін.), ринкове середовище виявилось досить чутливим до індивідуальної творчої активності та експерименту, ніж традиційне суспільство, в якому еволюція художніх форм в рамках сформованих канонів тривала століттями [24].

2. II половина XIX століття – перша половина XX ст. – індустріалізація культури та виникнення нових мистецтв.

На II половину XIX століття припав цілий ряд винаходів, які радикально вплинули на культуру і мистецтво: фотографія (1839 – Луї-Жак Дагерр), звукозапис (1877 – фонограф Томаса А. Едісона), кінематограф (1895 – Луї Жан Люм'єр), радіо (1895 – Олександр Попов, Гільєрмо Марконі). Фотографія, кіно і радіо почали розвиватися як самостійні мистецтва. Змінюється характер традиційних мистецтв. Окрім ручного та ремісничого способів створення та відтворення мистецьких творів з'явилася можливість автоматизації їх масового виробництва і тиражування.

З'являється поняття "культурної індустрії", а створення культурних продуктів набуває індустріального характеру. Додана вартість креативних продуктів створюється в процесі промислового виробництва.

Зазначені зміни торкнулись не лише сфери мистецтва, але вплинули на траєкторію розвитку всієї цивілізації. В роботах представників Франкфуртської школи 30-х рр. ХХ ст. висвітлювалась проблема знецінення ідеалів епохи Просвітництва під впливом комерційної та технологічної раціональності і дегуманізації.

В 1936 р. вийшла в світ робота німецького філософа-марксиста Вальтера Беньяміна, представника Франкфуртської школи "Витоки мистецтва в епоху його технічного відтворення". Витвори мистецтва в роботі розглядаються як об'єкт виробництва. Можна сказати, що саме з цього моменту розпочалось дослідження сфери культури і мистецтва, як середовища підприємницької діяльності та промислового виробництва.

В. Беньямін зазначав, що процес сучасної технічної репродукції позбавляє твір його унікальності та "особливої аурі", яка зумовлена "ритуальною природою" мистецтва [103]. Твір стає більш доступним для масового споживання, а споживач відчуває себе експертом, навіть не маючи культурної підготовки та спеціальних знань. Саме доступність позбавляє мистецтво інструментів відбору обраних, а споживачів ілюзії приналежності до групи достойних. Процес споживання культурних продуктів спрямований в першу чергу на задоволення потреб у розвагах. Закладаються передумови для формування індустрії розваг та відпочинку. Митець набуває нового статусу – суб'єкту ринкових відносин, який має справу безпосередньо з публікою або споживчою аудиторією.

Сприйняття глядача стає розслабленим та розсіяним. Проте не можна таке явище трактувати виключно у негативному ключі. В. Беньямін розглядає розсіяність сприйняття як можливість реалізації мистецтвом функції мобілізації та управління народними масами: "Розважальне, розслаблююче мистецтво непомітно перевіряє здатність до вирішення нових завдань сприйняття. Оскільки відокремлений індивід відчуває спокусу уникати подібних завдань, мистецтво буде вихоплювати найскладніші і найбільш важливі з них там, де воно може мобілізувати маси. Сьогодні це робить в кіно ... Своїм шоківим впливом кіно відповідає цій формі сприйняття " [103].

Як приклад негативного впливу індустріалізації культури розглядався досвід використання мистецтва у двох основних авторитарних ідеологіях – фашистській та комуністичній, які одними з перших поставили культуру в перелік основних інструментів державного механізму управління соціумом. Вони оголосили мистецтво знаряддям своєї ідеології і засобом боротьби за владу. Проте, зазначалось, що фашистське мистецтво мобілізує глядача че-

рез поширення естетики війни і самознищення, а комуністичне – є засобом політичної освіти.

1947 р. був означений виходом в світ роботи німецьких дослідників-філософів Макса Хогкхаймера та Теодора Адорно "Діалектика просвітництва" [96]. В розділі " Культурна індустрія: Просвітництво як обман мас " авторами було вперше введено поняття "культурної індустрії" [96, с. 94-137] ("die Kulturindustrie), як риси притаманної системам зрілого капіталізму. Феном культурної індустрій розглядався радше як негативне явище, аніж позитивне, оскільки автори також керувались досвідом Німеччини. Вчені акцентують увагу на те, що представники кіно та радіо самі позиціонували свою діяльність скоріше як бізнес, аніж як мистецтво.

На думку Хоркхаймера і Адорно основною метою виробництва промислових товарів і виробництва культурних продуктів є забезпечення постійного робочою циклу найманого працівника "робота-відпочинок", коли відпочинок "стає пролонгацією праці в умовах пізнього капіталізму. Його шукає той, хто прагне відволіктися від ритму механізованого процесу праці з тим, щоб згодом він знову став йому під силу" [96].

Негативне ставлення до індустріалізації культури було зумовлено зацікавленістю великих корпорації новим сектором. Це призвело до загострення неоднозначності і нелінійності відносин "оригінал – репродукція" як в мистецькому, так і в економічному полі. Прагнення до максимізації прибутку шляхом управління смаками споживчої аудиторії використовуючи систему маркетингових комунікацій є основною загрозою превалювання культурних індустрій і сьогодні. М. Хогкхаймер і Т. Адорно наголошували на відсутності в культурній індустрії елементів соціальної критики і можливостей для пошуку нових форм, що притаманно культурі та мистецтву. Вчені виходили з того, що її механізми спрямовані на контроль над аудиторією, маніпуляції її реакціями, нескінченну підтримку і винагороду прагнення до розваг та задоволення через нагнітання культу споживання.

Слідом за В. Беньяміном, автори провели паралель між пропагандою Й. Геббельса та рекламою – інструментом західної стандартизації та масовізації.

В основі крити індустріалізації культури і мистецтва представників Франкфуртської школи (В. Беньямін, М. Хогкхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе та ін.) лежала критика всього індустріального суспільства першої половини ХХ ст. Їх уявлення про культурну індустрію були пов'язані виключно з процесами стандартизації, спрощення і десакралізації культурних цінностей, а також з гострою небезпекою повернення фашизму. У більш пізніх роботах Т. Адорно наголошував на тому, що під тиском капіталізму культура і мистецтво можуть бути повністю поглинені економікою. Також, значне місце в них займають антиглобалістські і антиамериканські ідеї.

Представники Франкфуртської школи разом з критикою відзначають і аналізують об'єктивні риси індустріалізації культури – взаємний вплив культури і ринку, виникнення і розвиток нових форм мистецтва, залучення широких мас в процес культурного споживання.

В історії становлення концепції культурних індустрії виділяються повоєнні роки. Саме в післявоєнний період в Європі відбувається грандіозне будівництво нових музеїв і галерей, які стали символами "нового урбанізму". Нова індустріальна епоха втілилась в масштабних об'єктах культури нового типу. Марк Пахтер і Чарлз Лендрі характеризуючи цей період зауважували, що "культурна політика цього часу в значній мірі спиралася на поняття "громадянськості", яке, в числі інших "соціальних прав громадян" , включало право на доступ до культури" [46]. При цьому припускалось, що культура і мистецтво були отримані у спадок і мають залишатися в незмінній формі. Сучасники не можуть залишити в ній свого сліду та змінювати її. Основна ідея полягала в тому, "що еліти передають "простим людям" якусь цілісну і однорідну національну культуру" [46].

В цей період поняття державної культурної політики набуває поширення в країнах західноєвропейської цивілізації з ринковими механізмами господарювання. Сформувався загальна тенденція охорони та збереження національного культурного спадку, а основним завданням держави став захист культури від реалій ринку. З цією метою почалися розробки інструментарію та механізмів оцінки культурних товарів та послуг, системи критеріїв відокремлення "високого" мистецтва, вартості підтримки, від іншого мистецтва. В результаті державна культурна політика була сконцентрована навколо стандартного набору інституцій: архіви, музеї, театри, бібліотеки.

В основі державних культурних політик була покладена концепція національної держави XVII-XIX ст., відповідно до якої на уряд покладалась відповідальність за формування і підтримку власної національної культури. Закріплення національних традицій і канонів в історії, літературі, живопису, музики, архітектури відбувалося через створення таких національних інституцій як бібліотеки, музеї, театри і консерваторії, археологічні, історичні, архітектурні пам'ятки.

Ідеї формування національних культур були пов'язані з ідеями демократії, які проголошували право кожного громадянина на долучення до національних святинь. Їх перелік, зміст і форма були затверджені державному рівні та об'єднані в систему культурних і освітніх інституцій. Основною місією держава була популяризація цих культурних цінностей. Попередня культура нації і всього людства оцінювалася як обмежена дефіцитом освіти і дозвілля, оскільки приватна власність на продукти культури та феодалська система патронату робили культурну спадщину доступною лише для правлячих класів.

Увага до державної культурної політики післявоєнного періоду обумовлювалась вірою в виховну та трансформуючу роль мистецтва.

Основним досягненням середини століття стала масова освіта разом із одночасним зростанням кількості вільного часу, сплеском технологічних і ділових інновацій, які стимулювали нову хвилю культурного виробництва і споживання. Все це відбувалось на фоні довготривалого економічного зростання та покращення матеріального добробуту населення Європи і США.

В 1957 р. в світ вийшла робота французького культуролога, засновника структуралізму Ролана Барта "Міфологія". Ідеї автора висловлені в цій роботі та в роботі "Система моди" 1967 р. були покладені в основу концепції культурних індустрій, як виробництва текстів та змісту.

Британський культуролог, марксист Раймонд Вільямс в 1958 р. випустив в світ роботу "Культура і суспільство", потім значний вплив на розвиток концепції культурних індустрій мала інша робота автора – "Культура" (1981 р.). Інтерес представляє для нашого дослідження також стаття автора "Базис і надбудова в марксистській теорії культури" в якій було переосмислено традиційний підхід марксистського аналізу дворівневої моделі "базис/надбудова" та звернуто увагу на недооцінку культурної обумовленості соціально-економічних реалій. Вільямс наголосив на динаміці, як характеристиці культури та наполіг на структурному аналізі соціальних відносин, як інтегруючому підґрунті сучасного суспільства [81].

У 1962 році французький соціолог ЖофFRE Дюмазедьє видав книгу "До цивілізації дозвілля?" [135] де вперше було висловлено тезу про те, що дозвілля є не просто "вільним часом", а соціальною системою, що живе за власними правилами. Дозвілля представляється вченим, як фундаментальна компонента стилю сучасного життя. Це процес в якому людина визначає власну ідентичність та систему [105, с. 62]. Хоча до питання дозвілля звертався ще Т. Веблен в своїй роботі "Теорія дозвільного класу" (1898).

Ключова новація зазначеного періоду – встановлення тісного взаємозв'язку "культура – економіка – технології", та поява поняття "культурна індустрія". Зближення культури і комерції в цей час сприймається інтелектуальною елітою як втрата культурою статусу критика недосконалої реальності та основного інструменту виховання суспільства. Згодом характер оцінки такого взаємозв'язку змінюється, оскільки утверджуються нові культурні та економічні цінності.

3. Кінець 1960-х – середина 1990-х років – культурна революція та визнання культурних індустрій. Становлення концепцій постіндустріального суспільства.

В 60-ті рр. ХХ ст. в царині першого післявоєнного покоління формується молодіжна контркультура. Нове покоління виступає проти державного ієрархічного устрою та консервативних цінностей попередніх поколінь

оскільки система закріплених традицій і канонів в культурі і мистецтві не відповідає вимогам нового часу.

1968 р. став переломним для історії ХХ століття і мав наслідки практично у всіх сферах соціального, які спостерігаються життя і сьогодні. Сьогодні ланцюг соціальних збурень 1968 р. узагальнюють під спільною назвою "Червоний травень", яка відображає загальні соціальні, культурні та політичні тенденції тих подій. Проте, це не відмінило того факту, що одночасно підвалини як капіталістичних так і соціалістичних держав почали розхитуватися, а владні еліти втратили контроль над соціальними процесами. Епіцентрами радикальних студентських виступів стали великі міста США, Західної Європи, Японії.

Феномен Хвилі революцій 1968 р. в одночасності та відсутності явних зв'язків, спільних причин, мотивів та єдиної логіки; строкатість соціально-політичних рухів, які об'єднались в один глобальний протест. Соціальне невдоволення не було направлено проти якогось конкретного політичного режиму або устрою. Воно було розпорошено та породжувало протест проти будь-якої нерівності: соціальної, расової, етнічної, сексуальної. У всіх незадоволених був узагальнений об'єкт ненависті – влада. Бунт був спрямований проти ієрархії і патерналізму в усіх формах їх прояву. На приклад молодь виступала проти: державної бюрократії, патріархальної родини, крупних підприємців та промисловців, університетської професури, політиків, релігійних лідерів, а також проти чоловік. Це був анархічний протест проти всіх традиційних правил та авторитетів.

В 60-ті рр. відбулись суттєві зрушення в релігійному середовищі. Після Другого Ватиканського собору (1962-1965 рр.) розпочався процес лібералізації релігії та було прийнято курс на екуменізм – зближення всіх християнських конфесій. Мало призупинитись протистояння між провідними світовими релігіями оскільки їх діяльність обмежувалась рамками моралі. Проте, одномоментно по всіх країнах західної цивілізації з'являється величезна кількість нових сект, починається стрімке поширення буддизму в Європі і Америці та ісламу серед афроамериканців. Не варто забувати, що саме в 1968 р. з'явився релігійний фундаменталізм.

У США протестний рух активно розвивається в царині культури і мистецтва. Культурний протест не мав чіткого політичного або ідеологічного забарвлення. Він виражав реакцію на комерціалізацію американської культури і втрату громадянами почуття приналежності до спільноти. Покоління, яке пережило Другу світову війну, переслідувала в основному матеріалістичні цілі. Достаток став головною мірою успіху. Але діти цих людей відреагували на їх цінності протестом: "Нас не люблять, нам тільки купують іграшки". В середині 60-х почали набирати силу рухи хіпі та бітників, які намагалися створити "нову сім'ю", оскільки їх власний досвід дорослішання в

традиційних сім'ях викликав у них відразу до матеріалізму і породжував відчуття порожнечі і відсутності спільності. В основі було покладено колективні цінності. Незабаром контркультурний рух об'єднався з лівим політичний, але тільки на рівні стилю. Вони стали говорити на однією мовою та однаково виглядати.

Всі молодіжні рухи того часу умовно мали чітку ідентичність і усвідомлювали себе як ліві. Їм було притаманно як політична конкуренція, так і єдність стилю, в основі якого лежала ідея заперечення патріархальних традицій. Слід зауважити, що це була освічена молодь міста – діти післявоєнного демографічного буму. Саме кількість студентства зумовила потужність революційного руху. У Франції до Другої світової війни університетський диплом мали 3% населення, а до 60-х років ця цифра зросла до 20%. За першу половину ХХ ст. кількість університетів в США зросла з 38 до 600. На 1975 р. у СРСР діяли 856 вузів (в тому числі 65 університетів), в яких навчалися понад 4,9 млн. студентів. За кількістю студентів на 10 тис. чоловік населення СРСР значно перевершував такі країни, як Великобританія, Федеративна Республіка Німеччина, Франція, Японія та ін. Американський історик Вільям Мак Ніл зазначав, що в 60-і роки вперше за весь період існування людської цивілізації кількість городян на планеті перевищила кількість сільського населення.

Причини соціального невдоволення молоді лежали набагато глибше. І, хоча воно по-різному проявилася на Сході і на Заході, причини були спільні. Серед основних факторів можна назвати:

- Поява середнього класу, який набуває політичної сили. Збільшення міського населення на фоні років економічного зростання та промислової розбудови зумовило підвищення добробуту населення та появу нових престижних видів робіт та моду на певний стиль життя. Робітники стали більш поміркованими у проявах своїх політичних уподобань. В боротьбу за політичну владу та вплив включився більш активний новий клас, який був сформований з підприємців та висококваліфікованих працівників з вищою освітою.

- Можливість отримання вищої освіти перестала бути привілеєм, а стала більш доступною для всіх. Вона стала доступною для дітей всіх верств населення. Це спричинило революцію як в соціальній структурі суспільства, так і в масовій психології. Як відомо, пролетаріат і городяни в першому поколінні переважно конформісти. А їхні діти, якщо вони ще отримали вищу освіту, значно підвищують планку своїх вимог. Щось подібне відбувалось і в Радянському Союзі, проте з певною специфікою – вища освіта ставала масовим явищем, а значимість і престиж інженерно-технічних працівників неухильно зростали в промисловості і суспільстві в цілому.

- Дегуманізація виробничого процесу. З середини XIX століття заводи стали будувати по військовому принципу. Це пряма протилежність ремісничого процесу виробництва. Ремісник здійснює свою роботу від початку і до кінця із застосування творчого підходу до вирішення поставлених завдань. У цьому сенсі реміснича праця гуманізує, а заводська, з її військовою дисципліною, монотонністю і спрощенням однотипних операцій, навпаки, дегуманізує. Проти цього і протестували робітники в 1968 році. Вони вимагали скорочення робочого тижня а збільшення вільного часу з метою отримання можливості для самореалізації в інших видах діяльності. В результаті виробництва були переміщені в країни, що розвиваються з більш дешевими людськими ресурсами.

- Кінець 60-х років – це не тільки період соціальних, політичних, та культурних зрушень. Це – початок якісних технологічних змін та ери комп'ютеризації. Зокрема, саме в 1968 році була заснована компанія Intel, яка технологічними засобами дала початок іншому типу "демократичної" революції – перетворення комп'ютерів у персональні побутові прилади, доступні всім верствам населення. Інформаційні технології перетворилися на форму молодіжної революції. Це був один з найбільш мирних способів ухилення від соціальної реальності через створення власної реальності. Будівництво соціальних утопій перемістилося в простір програмних кодів. Вони заклали основи II хвилі НТП, яка розгорнулася в останню чверть XX ст.

Рух 1968 р. став початком зміни соціальних умов в усьому світі. Іммануїл Валлерстайн сказав про це так: "Ці руху спалахнули і відгорів так само яскраво і так само димно, як порох, не залишивши й сліду. Але коли вони згасли, виявилось, що підвалини патріархального авторитарного суспільства вигоріли і обвуглилися зсередини".

Протести кінця 60-х рр. XX ст. – це симптом глибокої кризи промислового суспільства, заснованого на принципах Просвітництва – перша масштабна атака постмодерну. Рациональна свідомість, як високе досягнення європейської культури, дало збій.

Це нове явище урбаністичної культури, в якому виникає висока концентрація молоді, відокремленої від світу фізичної праці і традиційних зв'язків між поколіннями і соціальних зв'язків. Студентство кінця XX століття виявилось новим, раніше невідомим соціальним типом – елітарним і в той же час маргінальним, зі своїми особливими типом мислення, шкалою цінностей, системою комунікацій.

Ця ситуація стала предметом досліджень і осмислення на початку 1970-х років. Англійські вчені Річард Хоггарт, Реймонд Генрі Вільямс, Стюарт Холл – під впливом марксизму пов'язували в своїх працях політекономію і культурологію. Вони підкреслювали, що сучасні форми культурного виробництва тісно пов'язані не тільки з новими технологіями, а й з культурними

потребами різних категорій населення. Теоретики Бірмінгемської школи культурології поставили під сумнів сам поділ на "виробників" і "споживачів" у сфері культури. Мотивуючи це тим, що споживач сам стає активним учасником творення нового мистецтва через споживання існуючого культурного продукту та його інтерпретацію, специфіка якої обумовлена освітою, світоглядом та іншими характеристиками особистості.

Завдяки їх розробці утвердилась думка про те, що державна культурна політика має стати дієвим інструментом формування міського середовища, яке об'єднує різні групи людей та елементом узгодження соціальних інтересів в суспільстві. До пріоритетів культурної політики, окрім збереження традиційних культурних інституцій, додається підтримка розповсюдження культурного продукту та забезпечення взаємодії між публікою та культурою. Організації культури змушені оволодіти навичками ведення бізнесу та промоції.

У 1970-ті роки була сформульована нова концепція суспільства, яка спиралася головним чином на динаміку НТР. Відбувся сплеск досліджень футурологічного спрямування та становлення концепції постіндустріального суспільства і культурних індустрій.

В 1968 році американський соціолог Пітер Друкер в книзі "Епоха розриву" [134, с. 20] сформулював тезу про появу економіки знань, в якій саме знання стають основним економічним ресурсом.

Американський соціолог, засновник постіндустріалізму, Елвін Тоффлер в своїх роботах "Футурошок" (1970), "Екоспазм" (1975) та "Третя хвиля" (1980) розкриває свій погляд на механізм зміни цивілізацій. Згідно його концепції, постіндустріальне суспільство – це суспільство в якому рушійною силою та основним виробничим ресурсом стає інформація та знання. "Третя хвиля" – стала свого роду пророцтвом сучасних тенденцій в розвинутих суспільствах.

Радикальні зміни, які ніс цей процес, Е. Тоффлер описував наступним чином: "Третя хвиля несе з собою властивий їй новий уклад життя, заснований на різноманітних відновлюваних джерелах енергії: на методах виробництва, що роблять непотрібними більшість фабричних конвеєрів; ... на новій структурі, яку можна б назвати "електронним котеджем"; на радикально змінених школах і об'єднаннях майбутнього. Цивілізація, яка виникає, пише для нас нові правила поведінки і веде за межі стандартизації, синхронізації і централізації, за межі прагнень до накопичення енергії, грошей або влади. Ця нова цивілізація, стоячи супротив старої, буде змінювати бюрократію, зменшувати роль національної держави, сприятиме зростанню напівавтономних економік Постімперіалістичного світу" [77]. Крім того, Тоффлер припустив, що цивілізація третьої хвилі зменшить історичний розрив, який утворився між виробником і споживачем [77]. Сьогодні ми бачимо дві основні тенденції:

- виробник дуже наблизився до споживача та не тільки реагує на зміну попиту, але і сам, за допомогою маркетингових комунікацій, формує його;
- споживач перестає пасивно споживати готовий продукт. Він стає співвиробником нового інформаційного та творчого продукту.

Не менш вагомий внесок у становлення та розвиток постіндустріалізму зробив Деніел Белл – американський дослідник, автор роботи "Прихід постіндустріального суспільства" [4]. В книзі "Майбутнє постіндустріальне суспільство" [101, 4] вчений виділив три рівня розвитку цивілізації:

- доіндустріальне, в основі якого лежало сільське господарство;
- індустріальне, в основі якого лежало машинне виробництво;
- постіндустріальний, основним ресурсом якого є інформація і знання.

Згодом останній рівень отримав назву інформаційного суспільства.

Розвинув теорію постіндустріального суспільства як мережевого та інформаційного іспанський соціолог Мануель Кастельс – автор робіт "Піднесення мережевого суспільства" (1996), "Інформаційне століття: економіка, суспільство і культура" (1996-1998) та ін [27, 114, 115]. Вчений підкреслив перехід від уніфікованого середовища національних держав до більш динамічних та рухомих, багаторівневих зв'язків та структур, чим підтвердив вірність підходу до соціально-економічних систем, як систем здатних до саморозвитку та самовдосконалення.

В 1990 р. вийшла робота "Капіталізм і комунікації: Глобальна культура і економіка інформації" історика, фахівця в сфері медіа Ніколаса Гарнхема, який зазначав, що політика і держава може і має використовувати ринкові механізми для розповсюдження культурних продуктів та послуг [145].

Французький дослідник культурних індустрій Бернар М'єж, автор таких робіт як "Капіталізація культурної продукції" (1989), "Медіа та комунікації в Європі" (1990), "Питання інформаційного суспільства" (2000) та багатьох ін. запропонував спосіб систематизації та класифікації культурних індустрій.

Джон Уррі та Скот Леш в роботі "Економіка знаків та просторів" (1994) [175, 176] висвітили явище символічного споживання та естетики рефлексії, як базових факторів визначення територіальної ідентичності та передумови утвердження культурних індустрій.

В індустріальну епоху наявність капіталу дозволяла організувати масове виробництво певного товару і зайняти свою нішу на ринку, але з розвитком конкуренції саме виробництво не гарантує економічного успіху. Необхідна інновація. З іншого боку, наявність інновації – патенту або ноу-хау – дозволяє залучити капітал. У структурі економіки постіндустріальних країн сфера виробництва відіграє все меншу роль, з одного боку, завдяки високому ступеню поділу праці, з іншого – через витіснення "некреативного" виробництва в країни, що розвиваються.

Прискорення впровадження інновацій – одна з найважливіших ознак інформаційного суспільства. Ідеї і наукові розробки, перетворились на головну рушійну силу економіки. Це визначило особливу роль висококваліфікованих працівників і інтелектуального капіталу компаній, який складається з рівня освіти, професіоналізму, самоорганізації і творчих здібностей персоналу.

Найважливіший світовий процес другої половини ХХ століття – глобалізація, або всесвітня політична, економічна і культурна інтеграція, – значною мірою ґрунтується на єдності світового інформаційного простору, що забезпечує широким масам доступ до світових інформаційних ресурсів і швидку інформаційну взаємодію.

Концепція постіндустріального, або інформаційного, суспільства в постмодерністській теорії і художні практики істотно вплинули на моделі культурної політики в Європі і США, які почали формуватися в 1970-і роки. Їх загальний вектор полягав у переході:

- від єдиного культурного стандарту до мультикультурної і транскультурної моделей, які дають право існувати якомога більшій кількості культур і субкультур;

- від академічної освіченості до гнучкої спеціалізації і творчого підходу, до безперервної освіти в ситуації постійних змін, які прискорюються;

- від жорсткого протиставлення матеріальної і духовної культур до залучення сферою традиційної культури бізнес-моделей.

Традиційні культурні інституції, в свою чергу, були змушені посунути на другий план функції збереження спадщини та освіти і трансформуватися у центри і лабораторії сучасних творчих ініціатив. Музеї, театри і бібліотеки перевтілювалися у вільні дискусійні клуби, відкриті для сприйняття всього нового.

Ключовим елементом європейської економічної географії кінця 1980-х рр. стало поняття соціального простору. На цій основі була розроблена концепція "повороту до культури" на локальних економічних територіях [216]. Вона полягала в відході від уніфікованого простору національної економіки до динамічного і багаторівневого підходу, зумовленого глобалізацією і мобільністю капіталу, людських ресурсів та інформації. Місцеві мережі малих і середніх підприємств формувалися не лише на основі економічних переваг. Кластерна і мережева організація підприємств почали використовувати пули загальних знань і навичок, систему особистих зв'язків, відносини довіри та розуміння, спільність цілей та завдань. Ці ефекти не пов'язані з комерційною діяльністю [115]. Тому у своїх розробках багато економістів і політиків фокусувалися на регіональному та міському проектуванні, на нових ідеях розвитку міст.

В умовах глобальної економіки традиційні монокультурні міста стають мультикультурними. Конкуренція міст почала грати більш важливу роль, ніж конкуренція країн. Практично одночасно виходять світ роботи француза Жан-Марі Геенно [156] і японця Кеніті Омае з однаковою назвою "Кінець національної держави". Обидва автори говорять про ослаблення ролі національних держав і державних кордонів в постіндустріальному світі, спираючись на такі аргументи як розвиток транснаціональних корпорацій (орієнтованих не на державні інтереси, а на привабливість світових ринків), всезагальне проникнення інформаційних технологій і утвердження демократичних прав і свобод, які дозволяють людині обирати для життя місце і соціум, найбільш привабливі для неї.

З цими факторами згодом довелось працювати муніципальним владним структурам і урбанологам. Центральне місце в їх проектах посіли культурні індустрії.

М. Хогкхаймер і Т. Адорно не ділили культуру індустрію її на окремі сектори, розглядаючи явище як єдине ціле. Дослідники 1980-х років (Б. Мьез, Дж. Майреско і ін.) звернули увагу на те, що поняття культурної індустрії охоплює абсолютно різні сфери виробництва культурних продуктів, які створюють вартість несхожими способами і мають різні способи управління, різний рівень попиту, капіталізації, корпоративного і державного контролю. При спробі простежити, як вони взаємодіють з державою, виходять на вільний ринок, взаємодіють зі споживачем, стало ясно, що потрібно говорити про безліч культурних індустрій.

Кожне десятиліття другої половини ХХ століття приносило нові форми діяльності, які можна відносити до культурних індустрій (телебачення, грамзапис, відео, комп'ютерний дизайн та ін.). Це було зумовлено появою технічних новинок, але найважливішим було включення все більшого числа людей у створення культурних продуктів, затребуваність творчої праці на споживчих ринках.

У 1970-ті роки поняття "культурні індустрії" здобуло популярність і стало позначати всі галузі економіки, які виробляють і поширюють товари та послуги в сфері культури: літературу, книговидавництво, музику, виконавство, звукозапис, театр, кіно, телебачення та ін.

На межі 70-80-х рр. ХХ ст. в Європі робилися спроби систематизації сфери культурних індустрій. Тут особливе місце займають роботи дослідників як Б. Мьез, Д. Тросбі, Д. Хезмондалш.

4. Друга половина 1990-х – 2000-і роки – Розширення культурних індустрій до креативного сектору, який перетворюється на пріоритетний сектор економіки розвинених країнах.. Культурні індустрії сприймаються як ядро нового сектору.

У II половині ХХ ст. – на початку ХХІ ст. на перший план вийшли продукти індивідуальної творчості і креативні масові продукти. В першу чергу це було зу-

мовлено розвитком науково-технічного прогресу, зокрема інформаційних технологій та новітніх комунікаційних систем. Додана вартість креативних продуктів в цей період створюється за рахунок інформаційних технологій та креативного капіталу, який являє собою синергійне поєднання людського, культурного, соціального та інституційного капіталу. Культурні індустрії переосмислюються як ядро сектора креативних індустрій, з притаманними їм інноваційно-інтелектуальними рисами. Цей період характеризується появою творчих кластерів.

Одним з ініціаторів включення культурних індустрій до пріоритетів державної політики Великобританії був міністр культури, медіа та спорту 1998-2001 рр. Кріс Сміт, який є автором роботи "Креативна Британія" (1998) [214].

Не можна залишити поза увагою дослідження Джона Хокінса – експерта в сфері інтелектуальної власності та його роботу "Творча економіка. Як робити гроші з ідей" (2001) – присвячену креативній економіці, як новому глобальному феномену [87].

На початку 2000-х рр. набуває популярності концепція урбаністики. В 1995 р. виходить робота британського соціолога Чарльза Лендрі "Креативне місто" у співавторстві з Франко Бьянчіні, автором багатьох досліджень ролі міста у розвитку культури. Його ідеї знаходять своє подальше продовження в роботах "Мистецтво створення міста" (2006), "Інтеркультурні міста" (2007) [106, 107].

Значний інтерес представляють роботи австралійського економіста Девіда Тросбі "Економіка і культура" (2001) та "Економіка культурної політики" (2009) [78]. Ці роботи є однією з найбільш вдалих та цілісних спроб аналізу культури, як економічного сектору. Автором було досліджено з теоретико-економічних позицій економічний механізм культури, як сфери господарювання. Іншою ґрунтовною роботою, яка характеризується системністю та цілісністю є книга американського культуролога Девіда Хезмондалша "Культурні індустрії" (2002). В ній вчерни пропнує власні визначення та типологізацію культурних індустрій. В основі концепції Д. Хезмондалша лежить розуміння культурних індустрій, як сфер, що продукують тексти та зміст. Таким чином в його роботі знайшли своє продовження ідеї Ролана Барта, висловлені ним в 50-х рр. ХХ ст.

Джастін О'Коннор – британський соціолог в 2000-х випустив низку робіт, які торкнулися всіх основних елементів економіки культури: "Креативні індустрії: критична бібліографія" (2007), "Креативна економіка, креативні міста: Азіатсько-європейські перспективи" (2009), "Культурні індустрії і місто" (2009) та ін..

Окремо серед плеяди дослідників економіки культури, культурних і креативних індустрій стоїть Річард Флоріда та його робота "Піднесення креативного класу: Як він трансформує роботу, відпочинок, суспільство і повсякдення життя" (2002) [85, 143]. Робота присвячена дослідженню креа-

тивного класу, як нової та специфічної верстви населення з власними потребами, вподобаннями та філософією. Подальше дослідження ролі креативного класу у розвитку міст знайшло своє відображення в роботах "Міста і творчий клас" (2005) та "Боротьба творчого класу: Нова глобальна конкуренція за талант" (2005), "Хто ваше місто?" (2008). Окрім цього в 2015 р. Р. Флоріда разом з Шарлотою Меландер та Карен Кінг запропонували громадськості індекс креативності, який спирається на модель 3Т:

1. Толерантність – ступінь свободи та терпимості у суспільстві.
2. Технології – інвестиції в нові технології та патенти.
3. Талант – робоча сила та зайнятість в сфері культури і розваг.

5. Починаючи з 2000 р. – по сьогодні – утвердження нової економіки, та економіки творчості, як її частини.

Очевидним є те, що економіка культур, як сфера економічних досліджень остаточно утвердилась.

Концепція культурних та креативних індустрій спирається на наступні складові:

1) власне культурні та креативні індустрії, як інноваційна сфера безпосередньої господарської діяльності.

2) креативний клас – специфічна форма робочої сили, додана вартість якої базується на широкому понятті людський капітал. Формування специфічних форм зайнятості та трансформація принципів оплати праці. Нові вимоги до системи освіти. Поява нових побутових потреб.

3) креативне місто – оптимальне середовище існування креативного класу та функціонування креативного сектору. Значна увага приділяється інфраструктурі та іміджу культурних осередків. Розбудова соціальних мереж та творчих кластерів.

Розділ 2

МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ КУЛЬТУРНОЇ ІНДУСТРІЇ

2.1. КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ – СЕКТОР ГОСПОДАРЮВАННЯ

Об'єктом вивчення концепцій постіндустріального суспільства є системи, в якій телекомунікації та комп'ютери виконують основну роль у процесі виробництва й обміну інформацією та знаннями. Постіндустріальне суспільство ще визначають як інформаційне, оскільки саме таке визначення найбільш адекватно відображає ті зміни, що відбулися в світі та були зумовлені не лише технологічними зрушеннями, але і змінами в світоглядних системах соціуму, спричинених цифровізацією та комп'ютеризацією. Інформація трансформувалась у визначальний фактор соціокультурного розвитку.

Тенденція до поєднання креативного потенціалу людства та господарсько-економічної діяльності через єдність технологічних, соціальних, культурологічних та економічних механізмів на мікро- та макрорівнях є всеохоплюючою. Це, ніби, світова тенденція, яка не лише обґрунтована, але й модна та сучасна. Основним ресурсом та запорукою подальшого економічного розвитку в умовах глобалізації стають знання, інформація та творчий потенціал або креативність. А підґрунтям – всебічне застосування цифрових технологій (рис. 2.1).

Широке поєднання економіки та культури дає можливість посилити конкурентоспроможність країни на світовому ринку та забезпечити можливість її сталого розвитку завдяки культурним та креативним індустріям.

Економіка культури розглядається як стратегічний інструмент забезпечення можливості сталого розвитку сучасного суспільства, а культурні індустрії стають невід'ємною частиною економічних систем розвинутих країн. Вони охоплюють традиційне виробництво, високі технології та сферу послуг. До культурних індустрій належать кіноіндустрія, музична індустрія та рекординг, відео та комп'ютерні ігри, реклама та маркетинг, а також мовлення (радіо, телебачення, супутникові, кабельні та цифрові їх форми). Ці види людської діяльності опираються на використання креативного потенціалу

людини та можуть генерувати прибуток як через торгівлю товарами та послугами, так і через використання інтелектуальних прав власності. Культурні індустрії, як специфічна сфера діяльності, залучена до створення та розповсюдження продуктів, що впливають на наше розуміння світу в цілому [86, с. 16].

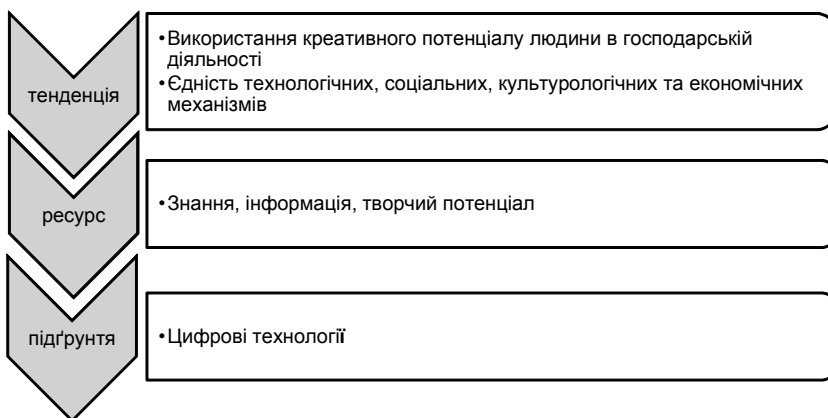


Рис. 2.1. Характеристика сучасної економічної системи, авторська розробка

Оперуючись концепцією англійського дослідника Д. Хезмондалша, будемо виходити з того, що основним продуктом культурних індустрій є тексти. Отже, культурні індустрії продукують засоби та інструменти масової комунікації. Відповідно до концепції російського вченого-економіста А. Долгіна, "другою невидимою рукою" сучасного ринку є масові комунікації, які саме і визначають способи виробництва та споживання потреб [19, с.12]. Соціальні комунікації впливають на щоденне прийняття рішення споживачем через формування суспільної свідомості, громадської думки та стилю життя окремих соціальних об'єднань. Приналежність людини до цих груп демонструється та проявляється в споживанні, на яке має вплив інформаційний простір, в якому вона перебуває. Соціальні комунікації як мережа суспільних зв'язків і є основою зазначеного простору.

Ми можемо розмірковувати про культурні індустрії за умови тиражування та часткового відтворення на носіях витворів мистецтва, створення за допомогою різноманітних технологій та техніки масових і видовищних заходів. Цілісна концепція креативної економіки ґрунтується на взаємодії культури, економіки та технологій в сучасному глобалізованому світі через символи, тексти, звуки та зображення (рис. 2.2).

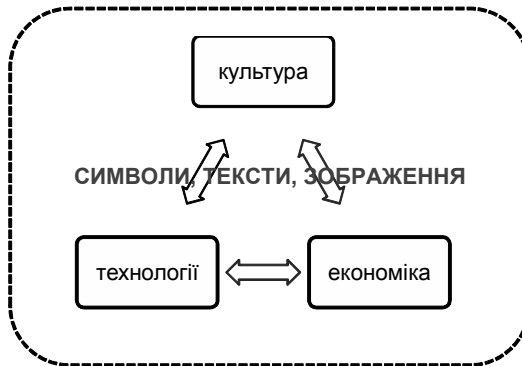


Рис. 2.2. Спрощена схема креативної економіки, авторська розробка

Культурні індустрії можна трактувати як:

- це система визначення, через яку передається, відтворюється та досліджується соціальний порядок;
- діяльність, спрямована на тиражування та часткове відтворення на носіях витворів мистецтва, створення за допомогою різноманітних технологій та техніки масових та видовищних заходів;
- сукупність інститутів, що продукують соціальний зміст через засоби та інструменти масової комунікації.

Їх потенціал як сектору господарювання обумовлюється динамікою розвитку, стійкістю до економічних коливань та потенціалом до подолання їх наслідків. Культурні індустрії розглядаються як стратегічний інструмент для мінімізації безробіття, збільшення добробуту населення та соціальної згуртованості в регіонах за рахунок перепрофілювання депресивних територій.

Остання світова економічна криза проілюструвала певну обмеженість інструментарію регулювання та прогнозування соціально-економічної динаміки. Зрушення, що відбуваються в економічних системах були обумовлені динамікою факторів, які не підлягають кількісній оцінці економіко-математичним інструментарієм та взагалі не враховувалися. Економічна наука, зазвичай, моделює поведінку голодної людини, а специфіка поведінки ситої та всім забезпеченої людини ще не була повністю досліджена.

У сучасних економічних системах відбулися кардинальні зрушення. Змінилася структура витрат (рис. 2.3). У результаті прискореного розвитку інформаційно-комунікаційних систем посилився вплив такого фактору як "інформаційний шум" – наявність великої кількості непотрібної на даний час інформації, яка заважає "почути"/знайти в короткий проміжок часу потрібну та достовірну. Отже, приблизно на 40% зросли витрати на обробку інформації та транзакційні витрати. У результаті ціна реалізації та складність її про-

цесів збільшилися. Таким чином, витрати на маркетинг та соціальні комунікації сьогодні становлять до 80% ціни продукції. Звісно, що така ситуація є одночасно і результатом, і наслідком розвитку рекламного ринку.

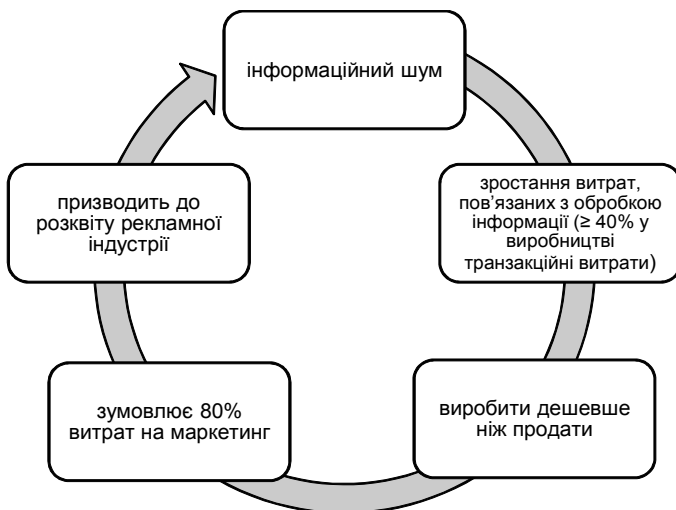


Рис. 2.3. Зміна структури витрат, авторська розробка

Значні зміни відбулися в процесах виробництва та споживання – принцип стандартизації змінився на принцип різноманіття. Це обумовило становлення та розвиток нової клубної або колаборативної економіки – економіки, що спирається на колаборативну фільтрацію, клубне і демонстративне споживання, а рушійною силою стає комплекс маркетингових комунікацій.

У постіндустріальному суспільстві в структурі товарів та послуг зростає частка таких, що містять інтелектуальну та креативну складову. Відбулося зрушення в структурі виробництва на користь сфери послуг, а в структурі споживання зросла частка нематеріальних та не утилітарних потреб. Посилюється процес символізації та деутилізації – товари та послуги, які обирає індивід, виконують роль символів та ознак приналежності (рис.2.4).

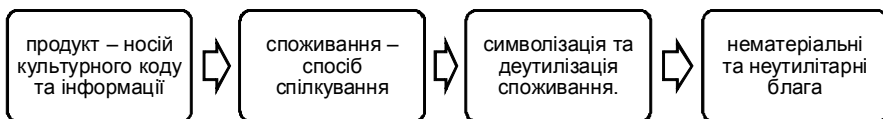


Рис. 2.4. Процес символізації споживання, авторська розробка

Моральна амортизація випереджає матеріальну, що продиктована модними тенденціями та обумовлена деутилізацією споживання. Інформація про характеристики товарів формуються не за формальними ознаками та знанням фізичних характеристик товару чи послуги, а за досвідом споживача (рис 2.5). Інформаційний галас та масове виробництво не дозволяє споживачеві встигнути випробувати та перевірити якість пропонованих на ринку товарів. Тому у своєму виборі він керуватиметься досвідом представників тих груп, до яких він належить, або прислуховуватиметься до думки визначених експертів.

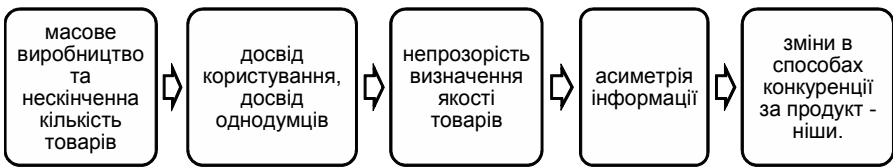


Рис. 2.5. Фактори визначення якісних характеристик товару, авторська розробка

Цей процес ілюструє непрозорість визначення якості товару чи послуги. Суспільна думка, яка буде формуватися не з об'єктивних передумов фізичних її характеристик, а відповідно до наявності доступної інформації. Отже, посилюється фактор асиметрії інформації.

Ціна товарів та послуг все менше пов'язана з універсальною цінністю та все більше обумовлена індивідуальною та ситуативною. Споживання має характер колекціонування. Закон Госсена про спадаючу граничну корисність не діє стосовно споживчих товарів та особистісних інвестицій (освіта, музика, література та ін.), коли кожна наступна одиниця, яка наближає до завершення колекції, отримує більшу цінність (рис. 2.6.).

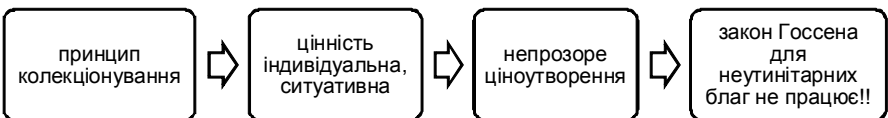


Рис. 2.6. Зміни принципів ціноутворення, авторська розробка

Змін зазнав характер праці та структура робочого часу людини. Скорочується робочий час, а час дозвілля змінює свої якісні характеристики. Індустріалізація та уніфікація відпочинку знизила його цінність та привабливість. Проте, вимога до підвищення якості особистого часу людини зрос-

тає, а отже зростають і вимоги до нових видів розваг (рис. 2.7). У сфері культурних індустрій закон попиту та пропозиції працює навпаки: пропозиція формує попит, оскільки люди не можуть чітко уявити всі можливості креативного середовища. В умовах нової економіки дефіцитним ресурсом постають символи (символічні конструкції) та ресурси людини – час, увага, пам'ять, фізичні можливості. Проблема обмеженості ресурсів змістилася зі сфери виробництва у сферу споживання.

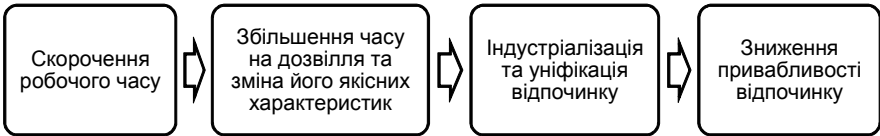


Рис. 2.7. Зміна оцінки цінності відпочинку, авторська розробка

Основними економічними обмеженнями є:

- символи (символічні конструкції);
- ресурси людини – дозвілля, увага, пам'ять, емоції, фізичні можливості;
- фізичні можливості сприйняття людини.

Основний механізм масового споживання культурних та креативних продуктів формується наступним чином:

- 1) перехід до індивідуалізації;
- 2) виокремлення груп споживачів (цінова фільтрація, номенклатура товарів та послуг);
- 3) у результаті зростання інформаційного галасу та транзакційних витрат посилення колаборативної фільтрації (рис. 2.8).

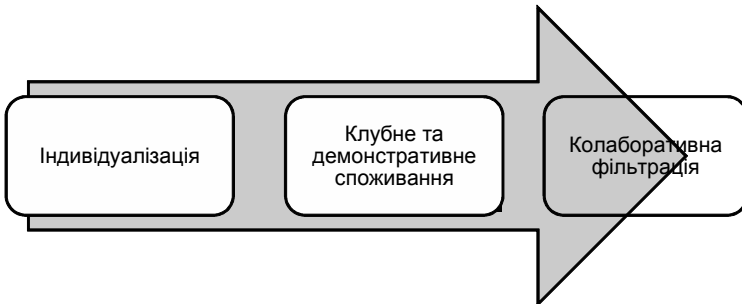


Рис. 2.8. Механізм масового споживання культурних продуктів, авторська розробка

Підприємницьке середовище культури характеризується високим рівнем непередбачуваності смаків споживачів та не логічність їх вибору. Врахову-

ючи це, дослідження споживчих мотивів є важливою складовою розуміння економічного механізму культурних індустрій. Символічне споживання виконує функцію способу забезпечення соціальної ідентичності. Споживчі можливості культурних продуктів обмежуються рівнем освіти та вільним часом. Культурна компетентність, яку отримуємо в результаті освіти та досвіду, була сформульована в роботі А. Маршала "Принципи політичної економії". Разом з тим, переважна більшість споживачів не має уявлення, який саме естетичний досвід вони б бажали й могли отримати, отже, в цьому випадку попит буде формуватися пропозицією. І третій фактор, що визначатиме попит – демонстративне споживання та колекціонування, що зумовлює зростання цінності та ціни на кожну наступну одиницю колекції. Проте, це ні в якому випадку не заперечує традиційного механізму формування попиту на товари культурної продукції, який буде залежати від ціни на сам товар, ціни втрачених можливостей, споживчого прибутку та якісних характеристик товару. Попит на товари культурних індустрій демонструє високу гнучкість відповідно до очікувань та доходів.

Разом з потужними можливостями, цей сектор має суттєві фактори потенційного ризику, що притаманні тільки економічній діяльності в сфері культури:

1. Високі ризики в сфері економіки культури, які зумовлені непередбачуваністю поведінки споживачів. Одночасно з цим – це сфера надприбутків. Культурні індустрії можуть демонструвати високу рентабельність, незважаючи на високі ризики. Труднощі з передбаченням смаків доповнюється непередбачуваністю мотивів використання культурних товарів [134, 138]. Окрім цього, свобода творчості є обмеженою. Творцям культурного продукту надається контрольована автономія, оскільки продукт має містити творчу складову, поєднану з комерційною доцільністю та вимогами споживчого ринку. Специфіка взаємодії з конкурентами проявляється в поєднанні жорсткої конкуренції при створенні культурного продукту з одночасною кооперацією в процесі інформування споживача щодо наявного продукту.

2. Протиставлення культури до ринку та масового споживання. Культурної цінності проти економічної.

3. Високі витрати на виробництво (постійні) та низькі витрати на відтворення (змінні). Гостро постає проблема співвідношення витрат на виробництво прототипу або першого примірника та витрат на його відтворення, тиражування або трансляцію. Зокрема, для телебачення або кіноіндустрії характерні високі витрати на створення аудіовізуального форматного продукту при відносно низьких витратах на трансляцію або демонстрацію. Це зумовлює орієнтацію культурних індустрій на максимізацію аудиторії.

4. Сектором пропонуються напівуспільні потреби. Методи промислового відтворення готового культурного продукту досить дешеві та доступні.

Це є одним з вагомих факторів розквіту ринку піратської продукції. Більшість уречевлених культурних продуктів не зникає після їх споживання. Споживання їх одним індивідом не позбавляє можливості споживання іншими. Отже, культурні продукти мають характеристику одночасно індивідуальних і суспільних потреб. Подібний спосіб споживання зумовлює необхідність розвитку специфічних прав власності – інтелектуального права власності.

З метою мінімізації зазначених ризиків використовуються наступні механізми:

1. Непередбачуваність смаків споживачів компенсується за рахунок побудови репертуару (широкого асортименту) як механізм максимізації аудиторії та надвиробництва. Запровадження форматів як спосіб мінімізації ризиків через використання жанрів та серійність.

2. Забезпечення потреб у рекламі зумовлює мультисекторальну або мультимедійну інтеграцію. Відбувається концентрація, інтеграція та кооперація публічності. Це дозволяє мінімізувати конкуренцію в межах однієї з-під індустрій. Кооперація та проектна організація забезпечує залучення незалежних фахівців для реалізації та промоції культурного продукту.

3. Проблеми, зумовлені виробництвом напівсуспільних потреб, вирішуються через створення штучного дефіциту. Це можливо за умови вертикальної інтеграції та встановлення контролю над дистриб'юторами та каналами розподілу. Основним інструментом створення штучного дефіциту є авторське право як запобіжний механізм вільного копіювання та розповсюдження нелегальних копій. А також обмеження доступу до технічних засобів копіювання.

5. Збільшення свободи творця може компенсуватися контролем за дистрибуцією та маркетингом. Поряд зі свободою творчості існує поняття економічної та організаційної доцільності. Управління творчістю створює ризики неповного або нерационального використання креативного потенціалу, або надмірного форматування та стандартизацію, що, насамперед, може призвести до падіння попиту та втрати аудиторії. Таким чином, контроль з творчого процесу проектується на відтворення, дистрибуцію та маркетинг.

Однією з основних ознак постіндустріальної трансформації є переміщення переважної більшості індустріальних підприємств з країн Західної Європи до країн з дешевою робочою силою, оптимальними кліматичними та економічними умовами. Серед наслідків подібних змін можна назвати такі:

1. Зміна структури робочої сили та зайнятості, що проявляється в переорієнтації на сферу послуг.

2. Зміна структури витрат та специфіки споживання. Сьогодні собівартість продукції становить 20% ціни, в той час як 80% – це витрати на маркетинг. Сучасна економічна система характеризується як "економіка

клубів", а споживання певних товарів перетворюється в елемент масової комунікації та спосіб мінімізації транзакцій них витрат.

3. Цілі промислові райони зникають, відбувається масове переміщення населення. У цей же час, у найбільш розвинутих промислових регіонах зростає безробіття.

Одним з інструментів подолання соціально-економічних негараздів, що були спричиненні зазначеними тенденціями є розвиток креативної економіки, в основі якої було покладено креативні індустрії. Основними її елементами постають інформація, креативний клас, авторські розробки та інтелектуальне право власності.

У зв'язку зі зміною способів виробництва та споживання відбулися структурні зміни в пропорціях вільного та робочого часу населення. Сьогодні ми спостерегаємо цікаві тенденції зростання вільного часу працівників. Змінюється характер роботи та зайнятості – надається перевага проектній роботі в порівнянні з постійною зайнятістю. Поширення різних хабів, креативних просторів, фрі-лансingu та ін. – все не повний перелік тих змін, що відбуваються сьогодні в суспільстві.

Поняття культурних індустрій сьогодні є відносно зрозумілим. Проте, питання креативних індустрій залишається не визначеним. Якщо брати за основу розуміння культури, то до культурних індустрій ми будемо відносити: кіноіндустрію, музичну індустрію та рекординг, відео та комп'ютерні ігри, рекламу та маркетинг, а також мовлення (радіо, телебачення, супутникові, кабельні та цифрові їх форми). Питання полягає в тому, які види діяльності будуть належати до креативного сектору. Це має не лише теоретико-методологічне значення, але практичне також. Оскільки це буде впливати на статистичні показники країни, регламентуватися дією національного та міжнародного права, впливати на інвестиційну привабливість регіону. Досить дотичними до культурних індустрій сьогодні є:

1. Індустрії моди та краси, що поєднують у собі виробництва товарів масового споживання та творчий продукт. Щодо фешн-індустрії в Україні, то варто зазначити, що на законодавчому рівні вона не регламентована. Це означає, що підприємницька та трудова діяльність у модних індустріях не може бути повністю легалізована та підпадати, зокрема під трудове законодавство. Так, зокрема, серед переліку спеціальностей, робота моделей не зазначена. Подібна проблема є з інноваційними видами робіт, такими, як промоутер, музичний продюсер та ін.

2. Створення програмного забезпечення, що поєднує творчу роботу зі створенням не тексту як засобу комунікації, а продукту, що має функціональне призначення – розв'язання техніко-технологічних завдань.

3. Споживча електроніка та цифрові прилади. Виробництво засобів споживання культурно-мистецького та інформаційного продукту ми не

можемо віднести до культурних індустрій, проте без них розвиток даного сектору був би не можливий. А головне, саме розвиток технологій, комп'ютеризація та поширення цифрової культури і зумовило становлення креативної економіки. Що стосується безпосередньо України, то ми можемо побачити, що використання цифрових та електронних приладів за останнє десятиліття зростає швидкими темпами (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Наявність у домогосподарствах окремих товарів довгострокового використання

Цікавою є динаміка щодо використання мобільних телефонів, які сьогодні є не лише засобом зв'язку, а перетворилися на складні комунікатори. Комп'ютеризація дозволяє людям долучатися до креативного світового середовища. Вона перевтілює їх не просто на споживачів культурного продукту та відокремлених глядачів, але, створюючи інтерактивну систему зворотного зв'язку, на повноправних учасників творчого процесу – творців культурного продукту. Негативним чинником такого перетворення є інформаційний галас, наповненість інформаційного контенту не якісним культурним продуктом, недостовірною інформацією. Що, насамперед, зумовлює зростання витрат часу на пошук та обробку необхідного. Зрозуміло, що населення України швидкими темпами інтегрується в світове культурне співтовариство. Завданням держави, в такому випадку, має бути захист власного інформаційно-культурного простору та проведення протекціоністської політики стосовно вітчизняних культурних індустрій.

4. Спорт – як масове та видовищне дійство, дуже подібне до заходів культури. Це форма розваги в реальному часі. Різниця в тому, що природа спорту лежить у площині розваг, а продуктом не є текст, як набір символів. Зважаючи на це, на нашу думку, доцільно зауважити про окрему сферу розваг, яка дозволить найбільш чітко ідентифікувати спорт, ігри та видовища, як вид людської діяльності та виокремити їх в певну індустрію, яка характеризується продуктом та способом його виробництва, розподілу та споживання.

Ці дві групи індустрій становлять основу креативного потенціалу будь-якої держави. Проте, не всі країни можуть перетворити свій креативний потенціал у потужний економічний ресурс. Важливими передумовами є рівень розвитку освіти, культури, економіки, а також техніки та технологій. Переважна більшість людей в світі продовжує жити в умовах виробництва та споживання стандартизованої масової продукції. Епоха виробництва товарів і послуг, що впливають на формування індивідуалізованих та різноманітних стилів життя, епоха вільної реалізації професійних здібностей людини розпочалася лише в деяких країнах – країнах постіндустріального типу, які і будуть домінувати на цьому ринку.

Креативні індустрії – це один з найдинамічніших секторів світової торгівлі. Становлення креативної економіки розпочалося після економічної кризи 80-х рр. ХХ ст., а значний сплеск відбувся в 1995-2005 рр. – період прискорення комп'ютеризації та поширення Інтернету. У 2000-2005 рр. спостерігалось безпрецедентне зростання обсягів торгівлі креативними товарами та послугами в середньому на 8,7 % в рік. Світовий експорт в 2005 р. становив 424,4 млрд. дол. США на противагу 227,5 у 1996 р., – отже, експорт товарів та послуг креативного сектору в світовому масштабі за цей період зростав приблизно 8,8% на рік (1, с. 6). У 2011 р. обсяги світової торгівлі товарами та послугами креативних індустрій сягнули рекордної величини – 624 млрд. дол. США. Світова економічна криза 2008 р. відчутно вплинула на традиційні індустрії. Проте, обсяг експорту креативних індустрій для країн Європейського союзу становив 14% та демонстрував стійку динаміку до зростання. Цей сектор забезпечує 6 мільйонів робочих місць та 3% ВВП ЄС, що становить приблизно 500 млрд. євро. Очевидним є те, що креативні індустрії є більш стійкими до економічних коливань та мають потенціал для їх подолання.

Така динаміка даного сектору зумовлена органічною єдністю творчості в сфері культури, економічної креативності, наукової креативності та техніко-технологічної креативності (рис. 2.10) [231, с. 32].

Сьогодні в Україні зацікавленість креативними індустріями стрімко зростає. Це зумовлено посиленням євроінтеграційних процесів та долученням держави до програми "Креативна Європа". Проте, не лише суто полі-

тичні фактори обумовлюють подібний інтерес. У структурі витрат українського населення витрати на культуру та розваги в середньому становлять від 1,9 до 2,5 % всіх витрат.

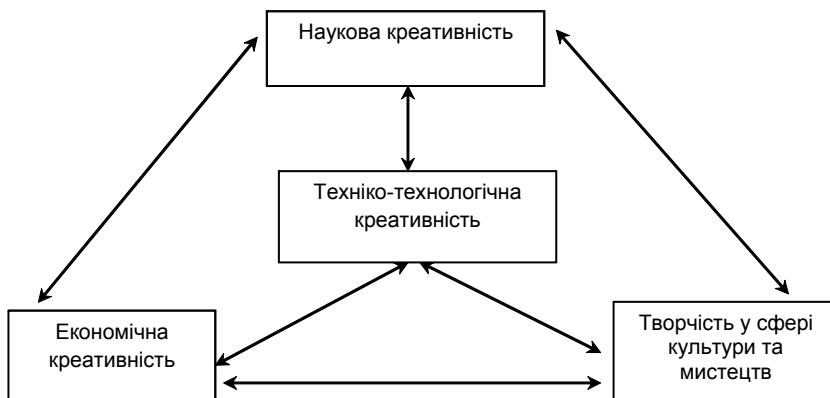


Рис. 2.10. Взаємозв'язок креативності в сферах людської діяльності [231]

Зрозуміло, що товари культурних та креативних індустрій є еластичними, проте не стійкими та мають потенціал до зростання. Креативна економіка має значний потенціал для створення нових робочих місць та генерування прибутку, одночасно формуючи культурне різноманіття, впливаючи на людський розвиток та призводячи до соціальних зрушень. Міжнародний досвід свідчить про те, що розвиток креативного сектору сприяє зростанню інвестиційної привабливості регіону, кваліфікації працівників, мотивації до інноваційної діяльності та творчості серед населення, підвищенню конкурентоспроможності окремих міст, регіонів та країн в цілому. Креативна економіка породжує нові форми кооперації підприємств різних сфер господарської діяльності, значно розширюючи можливості традиційного виробництва.

Креативна економіка змінить традиційні моделі економічного зростання, джерела отримання доданої вартості, розуміння факторів розміщення бізнесу. Вона висуває нові вимоги до робочої сили, виробничої інфраструктури та інституційного оточення, в порівнянні з індустріальною економікою. Цей сектор перетворюється у важливий стратегічний інструмент ревіталізації та трансформації регіонів.

Сьогодні Україна, як ніколи, потребує якісних структурних змін та цілісної стратегічної програми господарсько-економічних перетворень. Очевидним є доцільність господарської трансформації територій для активі-

зації роботи креативного класу. Створення умов для економічної діяльності в сфері культури, формування розуміння того, що креативні індустрії є вагомою частиною господарсько-економічної діяльності суспільства та повноцінною сферою підприємницької діяльності – це першочергові завдання, які мають бути вирішені на державному рівні. Основою підприємницької діяльності в креативному секторі є підприємства малого та середнього бізнесу. Розвиток та підтримка підприємницької ініціативи в креативному секторі є ефективним та іміджевим інструментом залучення інвестицій до країни.

2.2. СТРУКТУРА ЕКОНОМІКИ КУЛЬТУРИ

Сектор культурних індустрій має значний потенціал для розвитку та зростання, може бути інструментом ревіталізації та переорієнтації депресивних регіонів, а також може бути одним з факторів розвитку національно-економічної системи України. Питання теоретичного осмислення культури як специфічної сфери господарської діяльності постає дуже нагально у відповідь на виклики світових тенденцій. Становлення креативної економіки відкриває перед людством унікальні можливості та перспективи. Але одночасно виникають нові джерела ризиків.

Культурно-інноваційний розвиток країни не можливий при відсутності структурованого середовища, нормативно-правового базису, розгалуженої інфраструктури та кваліфікованих кадрів. Забезпечення дієвого ринкового механізму комерціалізації об'єктів авторського права – є однією з основних передумов переходу до постіндустріального суспільства. Першочергове завдання, яке стоїть перед державою сьогодні – забезпечення дієвої нормативно-правової системи та інфраструктури.

Питання теоретичного осмислення культури, як специфічної сфери господарської діяльності постає перед Україною все гостріше у відповідь на виклики світових тенденцій. Становлення креативної економіки відкриває перед людством унікальні можливості та перспективи. Але в одно час виникають нові джерела ризиків. Україна, як країна з відносно молодою та нестабільною системою національного господарства, вимушена одночасно розв'язувати як внутрішні суперечності, так і адекватно реагувати на виклики зовнішнього середовища. Розвиток креативного сектору та економіки культури – в найближчій перспективі може стати одним із пріоритетних завдань державної економічної стратегії.

Упродовж ХХ – поч. ХХІ ст. у світовому господарстві та його підсистемах під впливом науково-технічного прогресу та в процесі переходу до сучасного фінансово-кредитного типу господарювання, відбу-

лися значні зміни, які призвели до трансформації економічного механізму та виокремленні культурних індустрій в самостійну сферу економічної діяльності.

Проте, не зважаючи на масштаб та глибину проведених досліджень, сучасність ставить перед економістами нові питання, що потребують рішень, зокрема формування цілісної моделі взаємодії всіх елементів економічного механізму культури. Актуальність дослідження даної проблеми посилюється в контексті пошуку Україною альтернативних шляхів подальшого розвитку та модернізації господарської системи.

Економічні потрясіння наприкінці XX – поч. XIX ст. стали результатом глибинних структурних зрушень у господарських системах переважної більшості країн світу та визначили новий вектор подальшого розвитку – вектор міжсистемних трансформацій та становлення нової якості економічного середовища. Формується новий тип господарювання, в межах якого діють економічні та неекономічні елементи, і останні поступово переважають.

У сучасному світі найчастіше поширюється нова парадигма, в основі якої покладено міждисциплінарний підхід, який поєднує в єдине ціле культуру та економіку, охоплюючи економічні, культурологічні, технологічні та соціальні аспекти розвитку на мікро та макро рівнях. Рушійними силами економічного зростання та передумовами всебічного розвитку в умовах глобалізації є здатність до творчості, доступ до інформації та створення нових знань. Це визнається як базове положення нової парадигми економічної науки. У XXI ст. утвердилося розуміння єдності творчого потенціалу, культури та економіки, яке зумовило становлення нового напрямку в економічній теорії – креативної економіки та економіки культури як її складової.

Концепція креативної економіки стає дедалі популярнішою в сучасному науковому економічному світі. Як міждисциплінарна система знань, креативна економіка пропонує альтернативні стратегії розвитку. Насамперед, вони зорієнтовані на результат для країн, що розвиваються. Розробляються та пропонуються системні наскрізні програми інноваційних стратегій для господарських політик та механізми їх запровадження та реалізації [232].

Креативна економіка – це цілісна концепція, яка базується на тісній взаємодії між культурою, економікою та технологіями в сучасному глобалізованому соціо-економічному просторі, в якому домінують символи, тексти, звуки та зображення (рис.2.11). Це зумовлює зростання значення креативної економіки, як одного з важливих елементів міжнародної економіки та стратегічних програм розвитку, та обумовило необхідність формування єдиного інформаційного поля для реалізації відповідних політик як в розвинутих країнах, так і в тих, що розвиваються.

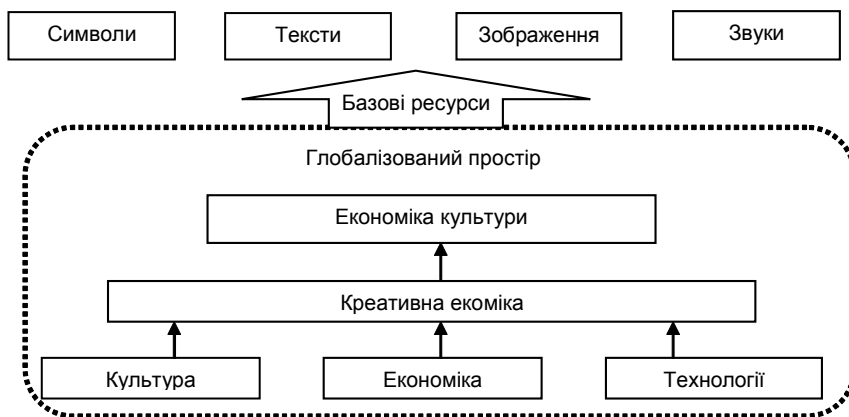


Рис. 2.11. Середовище економіки культури, авторська розробка

Єдиного визначення "економіки" на даному етапі ще не сформовано. Дана система економічних знань ще знаходиться в процесі формування та є центром дослідження для багатьох сучасних економістів-дослідників. У Звіті ЮНЕСКО креативна економіка визначається наступним чином:

1. Як економічна концепція, яка спирається на творчі активи, що потенційно генерують економічне зростання та розвиток. Вона може сприяти формуванню доходів, створенню нових робочих місць і доходів від експорту, а також може посилювати соціальну інтеграцію, підтримувати культурне розмаїття та стимулювати розвиток людського потенціалу. Базується та креативних та культурних індустріях.

2. Як теоретична система, заснована на знаннях економічної діяльності з можливістю вимірювання та оцінки розвитку й дослідження наскрізних зв'язків на макро- і мікрорівні в господарській системі в цілому. Дана концепція зумовлює становлення інноваційної міждисциплінарної політики та відповідних міжсистемних рішень. До її складу належать економічні, культурні та соціальні аспекти, які взаємодіють з технологіями, інтелектуальною власністю та сферою туризму.

Насамперед, креативні та культурні індустрії можуть бути визначені як цикл створення, виробництва та реалізації товарів та послуг, під час виробництва яких було використано творчий потенціал та інтелектуальний капітал, як основні ресурси. До їх складу входить комплекс дій, які створенні завдяки знанням, що продукують матеріальні товари і нематеріальні інтелектуальні або художні послуги з творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями.

У II пол. XX ст. діяльність у сфері культури почала відображатися за допомогою економіко-статистичного інструментарію та економічних показників. Це стало новим обертом в розвитку культури, як економічного середовища, оскільки почали обчислюватися результати творчої діяльності. Економічний категоріальний апарат поступово проникає в систему культури.

Зрушення в соціокультурному середовищі, джерелом яких стала креативна економіка, відкрили значні перспективи й нові виклики перед існуючими господарськими системами. По-перше, системність креативної економіки надає працівникам, політикам та державним управлінцям, а також широкій громадськості концепцію, яка дозволяє обговорити та спільно вирішити такі соціально важливі питання. По-друге, поняття "креативна економіка" за умови реалізації об'єднуючої ролі залишається непередбачуваним середовищем, в межах якого реалізуються різні види творчої роботи за умови постійного протистояння так між комерційною та некомерційною цінностями. Тобто, відбувається постійне протиставлення економічної цінності – культурній, а також між формальними та неформальними аспектами діяльності.

Е. К. Прагт – професор культурології, директор Центру культури та творчих індустрій Лондонського міського університету, виділив три основні етапи становлення економіки культури (табл. 2.1):

I етап: початкова стадія або молодість. На даному етапі теоретичні дослідження та практична діяльність зосереджені навколо питання цінності. Співвідношення та протиставлення економічної та культурної цінності, яке відображається у пріоритетах державної політики, може зумовлювати неефективність ринкового механізму в культурі. Поява культурних індустрій як економічної та культурної сили в 1960-х рр. надала виклик національним культурам, як системам. Починаючи з 1980-х рр. поняття культурних індустрій стало темою політичних та академічних дебатів. Наприкінці 1990-х рр. концепція творчих індустрій була визнана та лобювалася, насамперед, Англією, проте в її основу було покладено дослідження, проведені в Канаді, Австралії та Новій Зеландії. Це дозволило створити базову модель або шаблон, який може застосовуватися до національних культур інших держав. Це виклик традиційним монолітним ідеям культури. За останнє десятиліття була проведена значна аналітична робота та діяльність, яка була спрямована на розробку державних політик у сфері культури, а також зібрано міжнародні порівняльні дані про сектор. Численні дослідження вказують на суттєве зростання загальної креативної економіки, навіть в умовах рецесії. Одним з масштабних висновків було те, що глобальний Південь перевищив за темпами зростання Північ. Критичний аналіз цих доповідей дав поштовх національним державам для вивчення власної креативної економіки.

II етап – становлення або середній вік. Після спаду першого політичного та управлінського ентузіазму, з'являється потреба в довгостроковому плануванні задля забезпечення системної та стабільної розбудови економіки культури. Позитивним елементом у даному процесі є політична воля, але разом з тим, варто розуміти, що це складний та дуже витратний процес, оскільки він міжсистемний, а подекуди навіть не існує необхідних висхідних елементів в окремих дотичних сферах. До переліку стратегічних цілей переважної більшості національних держав належать такі цілі, що спрямовані на розбудову креативного сектору та створення його інфраструктури. Ентузіастами в цьому напрямі є країни Азії та Латинської Америки. Головним питанням стає розвиток місцевого творчого потенціалу. Основні складнощі зумовлені тим, що креативна економіка унікальна в своїй організації та структурі праці, а загальна промислова політика, зазвичай, не є ефективною.

III етап – зрілість. Досягнення зрілості в творчій економіці проявляється в становленні самого креативного сектору, формуванні стійкої його структури та системи управління. Також змінюється його роль у житті суспільства. Питання, що постають у порядку денному на найближчу перспективу стосуються розуміння процесів культурного виробництва та їх взаємодії з іншими творчими галузями, галузями промисловості та рештою суспільства. Політика буде ефективною лише в тому випадку, якщо будуть проаналізовані та оцінені процеси (тобто, операцію та організацію творчої економіки). Серед основних викликів варто зазначити демографічні та соціальні зміни, зумовлені значним зростанням середнього класу в Індії та Китаї, будуть домінувати над культурним споживанням та виробництвом у світовій економіці. Друга велика проблема, яка постає – це проблема роботи та зайнятості в креативній економіці. Багато робочих місць є ненадійними та характеризуються низьким рівнем оплати. Досить часто спостерігається класова, статева, вікова або расова дискримінація.

Таблиця 2.1

Етапи становлення економіки культури

Етап	I	II	III
Назва	Зародження	Розвиток	Зрілість
Проблема	Співвідношення економічної та культурної цінності	Розбудова інфраструктури	Становлення стійкого креативного сектору
Державна політика	Врегулювання оптимального співвідношення культурних та економічних цінностей	Розвиток інфраструктури на національному рівні. Розбудова внутрішнього ринку.	Формування міжнародного ринку культурних товарів та послуг.

Співвідношення формального й неформального, прибуткового та неприбуткового, культурного й економічного – це основні суперечності, які виника-

ють та вимагають узгодження в межах креативного сектору. Власне, креативна економіка відіграє роль чутливого індикатору ризиків для решти економіки.

Для розуміння значення інноваційного розвитку для соціально-економічної системи схематично зобразимо парадигму інноваційної економіки (рис.2.12).

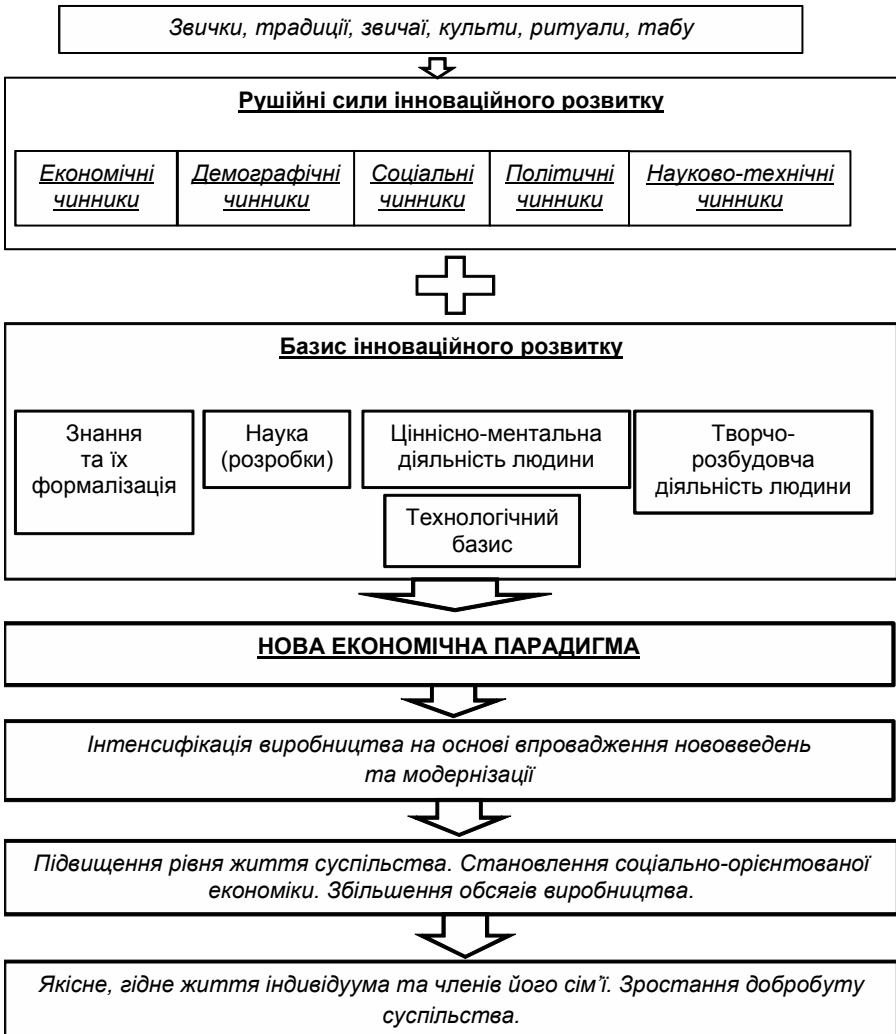


Рис. 2.12. Економічна парадигма інноваційної економіки, авторська розробка

Призначення соціально-економічної системи полягає в організації взаємодії окремих економічних агентів через соціокультурну підсистему таким чином, щоб їх організовані спільні зусилля переважали арифметичну суму зусиль кожного окремого економічного суб'єкта. Необхідність аналізу як економічних, так і соціокультурних зрушень у функціонуванні суспільних систем національних, регіональних та міжнародних рівнів, зумовлює необхідність застосування міждисциплінарного методу та інституціонального підходу до дослідження динамічних процесів в економіці.

Сучасна економічна система зорієнтована на виробництві не матеріальних потреб, а ідеальних цінностей. Переважає не репродуктивна, а творча праця, яка не піддається стандартизації. Така форма праці зберігає свої фізичні властивості, проте забезпечує нове символічне значення, яке і формує додану вартість (рис. 2.13). Індустріалізація культури забезпечує тиражування творчого продукту.



Рис. 2.13. Формування доданої вартості, авторська розробка

Важливим фактором є тяжіння споживача до самозбагачення – самовдосконалення шляхом отримання естетичного досвіду. Розквіт культурних індустрій та економіки культури в цілому є підтвердженням дематеріалізації економіки, в якій знання та творчість стають основним виробничим ресурсом. Задоволення матеріальних потреб людини призвело до зростання її духовної активності та інтелектуалізації суспільних процесів. Результатом подібних змін стає заміна об'єктів реальної економічної дійсності символами та віртуальними цінностями.

Значний інтерес до культури, як ринкового середовища, зумовлений переорієнтацією сучасних економічних систем від економіки потреб до економіки бажань, що, насамперед, обумовлює появу та розвиток постійно зростаючого ринку культурних товарів та послуг.

Автором пропонується визначати культурні індустрії як підгалузі економіки культури, в межах яких відбувається масове виробництво, розподіл та перерозподіл культурних благ та культурного продукту шляхом відтворення та тиражування об'єктів авторського права за допомогою техніки та

технологій з метою задоволення естетичних потреб, забезпечених платоспроможним попитом.

Французькі соціологи Б. Мьєж, І. Моран, А. Хюе наполягли на застосуванні терміну в множині, оскільки одина передбачає уніфікованість для різних форм культурного виробництва, що є неможливим [86, с. 34]. Культурні індустрії є комплексним поняттям, яке демонструє різноманітну логіку в різних типах культурного виробництва. Так, процес виробництва в індустріях телебачення та радіомовлення суттєво відрізняється від книговидання, друкованих ЗМІ та ін. індустрій.

Але поряд з цим, доцільно звернути увагу на поняття "економіка культури". Зрозуміло, що воно буде набагато ширше, ніж категорія "культурні індустрії". Виходитимемо з того, що економіка культури – це сфера господарської діяльності, яка охоплює як державний сектор суспільних послуг, так і культурні індустрії – комерційний сектор культури (рис. 2.14).

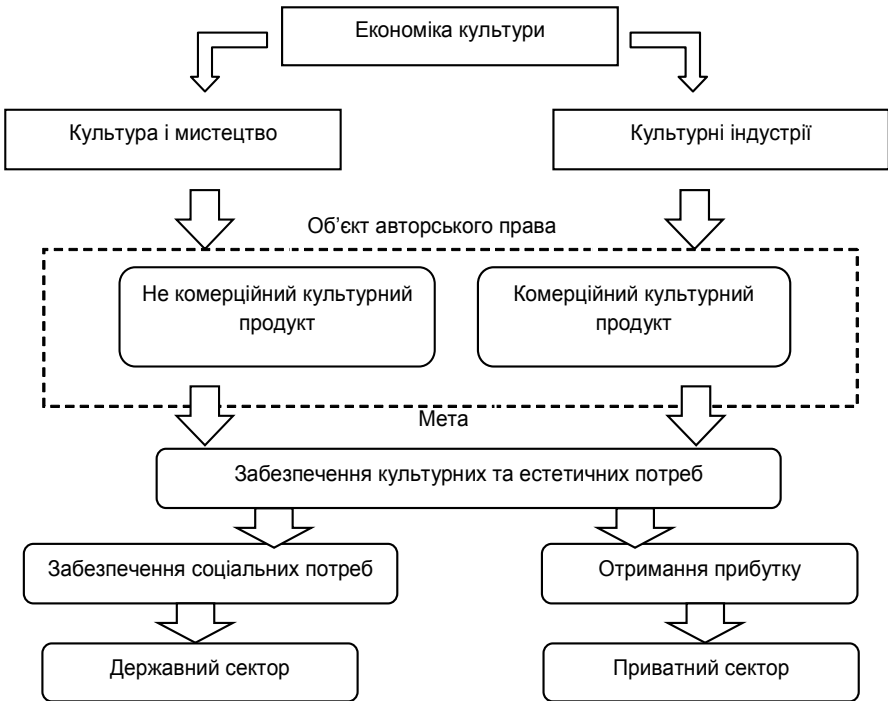


Рис. 2.14. Структура економіки культури, авторська розробка

Така двоїста природа є відмінною рисою культури. Сутність некомерційного продукту зумовлена його визначальним соціальним значенням та забезпеченням стратегічних функцій, проте повною комерційною непривабливістю, що зумовлено високими витратами на виробництво та не значним прибутком, який не забезпечує дохід. Забезпечення виконання таких функцій покладають на державу та меценатів.

Отже, в основі діяльності частково або повністю покладено творчу працю. Результатом діяльності є об'єкт авторського права, який також може виступати і в якості ресурсу (рис. 2.15). Метою діяльності є задоволення культурних та естетичних потреб населення.

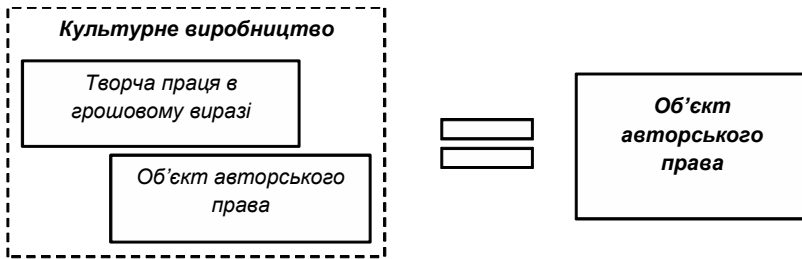


Рис. 2.15. Результат діяльності в сфері культурних індустрій, авторська розробка

Таким чином, визначення господарської діяльності в сфері культури через об'єкт авторського права (результат) та творчу працю як обов'язків елементу культурного продукту забезпечує підґрунтя для детінізації культурного сектору. Об'єкти авторського права є покладені в основу і є результатом діяльності в усіх секторах культурної індустрії (рис. 2.16)

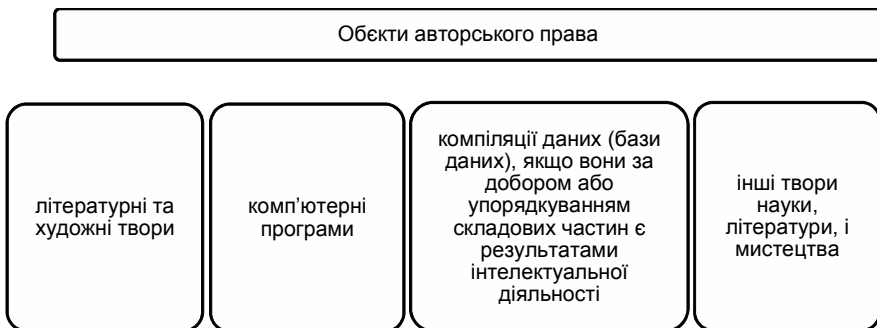


Рис. 2.16. Об'єкти авторського права, авторська розробка

Творча праця в грошовому еквіваленті має бути офіційно відображена в собівартості культурного продукту. Лише за таких умов його буде належати до категорії "культурний".

Зважаючи на специфічність культурного сектору, виробництво культурних продуктів має підпадати під пільгове оподаткування. Проте, основним суперечливим пунктом є база для нарахування пільги. За базу можна вважати частину собівартості продукту, яка охоплює вартість об'єкту інтелектуального права власності, який використаний в процесі виробництва та вартість творчої праці в грошовому еквіваленті (заробітна плата творця). У перспективі, це сприятиме офіційному працевлаштуванню в секторі культури, а також прозорий ринок об'єктів інтелектуальної власності. Отже, постає питання механізмів комерціалізації об'єктів авторського права (рис. 2.17).

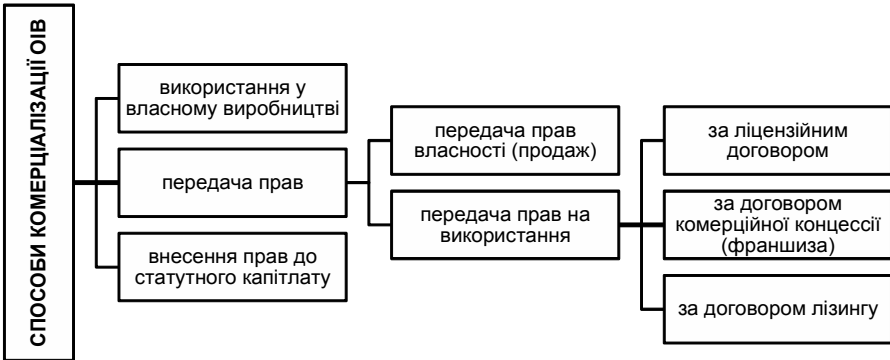


Рис. 2.17. Способи комерціалізації інтелектуальної власності, авторська розробка

Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності – це процес перетворення результатів інтелектуальної праці на ринковий товар. Майнові права інтелектуальної власності мають економічну цінність. В умовах ринкової економіки можуть бути товаром, що реалізується на договірних засадах. Метою комерціалізації є отримання прибутку за рахунок використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві або продажу чи передачі прав на їх використання іншими юридичним або фізичним особам.

В Україні процес комерціалізації інтелектуальної власності перебуває на початковій стадії. Основними проблемами зазначеного сектору є:

1) суперечності трьох нормативних галузей: права, оподаткування та бухгалтерського обліку;

2) проблема оцінки об'єктів інтелектуальної власності зумовлена відсутністю єдиного національного стандарту оцінки об'єктів нематеріальній форми;

3) відсутність висококваліфікованих спеціалістів з питань інтелектуальної власності;

4) стереотипне уявлення про науку, культуру та НДДКР як елементи "невиробничої" сфери, а не об'єкти ринкових відносин.

Процес залучення іноземного капіталу до формування ринку інтелектуальної власності в Україні гальмується численними чинниками, серед яких можна виокремити:

1) нестабільним й надмірним регулюванням, і значним податковим тиском;

2) нечіткою правовою системою, мінливістю економічного та політичного середовища, проблемами щодо встановлення чітких прав власності;

3) складним механізмом взаємодії з державними органами та урядовими структурами, а також корупцією;

4) відсутністю інфраструктури;

5) низьким рівнем доходів громадян.

З метою забезпечення розвитку легітимного ринку об'єктів інтелектуальної власності, що, передусім, буде підґрунтям для прискореного розвитку креативного сектору економіки в Україні, доцільним є розробка та впровадження системної та цілісної стратегії культурного розвитку держави, а також реалізація низки кроків щодо удосконалення механізмів комерціалізації об'єктів авторського права. Зокрема, серед основних напрямів вдосконалення політики в сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності можна виокремити:

- Розробка чітких механізмів нормативно-правового регулювання.

- Поєднання науки з виробництвом та створення інфраструктури впровадження результатів науково-технічної діяльності у виробництво.

- Започаткування структур, діяльність яких була б спрямована на експертну оцінку комерційного потенціалу об'єкту авторського права, дослідження кон'юнктури ринку, надання фінансової підтримки інноваційним проектам, контроль за виготовленням конкурентоспроможної продукції, просування об'єктів інтелектуальної власності на вітчизняні та іноземні ринки.

- Запобігання несанкціонованому використанню та розповсюдженню об'єктів інтелектуальної власності.

Основною проблемою при дослідженні культурних індустрій як економічного сектору та оцінки економічного внеску від діяльності в його межах є відсутність єдиної та оптимальної методики економіко-статистичних та економічних вимірювання даного сектору. Це зумовлено тим, що даний сектор розвивається на межі різних сфер людської діяльності, а вироблений культурний продукт має синергетичний характер. Проте, не залишається жодних сумнівів у тому, що сектор культурних індустрій має значний потенціал для розвитку та зростання, може бути інструментом ревіталізації та переорієн-

тації депресивних регіонів, а також одним з факторів розвитку національно-економічної системи України.

Культурно-інноваційний розвиток країни не можливий при відсутності структурованого середовища, нормативно-правового базису, розгалуженої інфраструктури та кваліфікованих кадрів. Забезпечення дієвого ринкового механізму комерціалізації об'єктів авторського права – є однією з основних передумов переходу до постіндустріального суспільства. Нагальне завдання, яке постало перед державою сьогодні – забезпечення дієвої нормативно-правової системи та інфраструктури.

2.3. ТЕОРІЯ ЦІННОСТІ ТА КУЛЬТУРНИЙ КАПІТАЛ

Варто зазначити, що подальший аналіз розвитку креативних індустрій неможливий без з'ясування їх базових структурних характеристик. Креативні індустрії, які є матеріальною основою концепції креативної економіки, починаючи з 1990-х рр. проходять активний етап методологічної ідентифікації.

Сучасне суспільство характеризується віртуалізацією економічних процесів. Ми будемо виходити з того, що віртуалізація економічних процесів – це абстрагування діяльності від матеріальної реалізації при одночасному забезпеченні логічної ізоляції різних фінансово-економічних процесів, що можуть реалізовуватися, спираючись на одну фізичну ресурсну базу. Це дозволяє функціонувати кільком системам з різними цілями в межах однієї господарської системи при умові залучення різної комбінації наявних ресурсів. Сучасне суспільство характеризується відсутність тісного зв'язку між матеріальними та інформаційними потоками.

Сучасне суспільство характеризується віртуалізацією економічних процесів (рис. 2.18).



Рис. 2.18. Механізм віртуалізації економічної системи, авторська розробка

Це дозволяє функціонувати кільком системам з різними цілями в межах однієї господарської системи при умові залучення різної комбінації на-

явних ресурсів. Ці комбінації надаються гіпервізором, роль якого виконує соціально-економічна система. За визначенням українського економіста А. Гальчинського "віртуальна економіка – це рефлексивна економіка в її трансцендентному визначенні [14, с. 283]. Віртуальна економіка спирається на мережеве суспільство, яке є результатом інформаційної революції, що спричинила розквіт кібернетичного простору (рис. 2.19).



Рис. 2.19. Система мережевого суспільства, авторська розробка

Сучасна економічна система зорієнтована на виробництві не матеріальних благ, а ідеальних цінностей. Переважає не репродуктивна, а творча праця, яка не піддається стандартизації. Така форма праці зберігає свої фізичні властивості, проте забезпечує нове символічне значення, яке і формує додану вартість. Індустріалізація культури забезпечує тиражування творчого продукту.

Важливим фактором є тяжіння споживача до самозбагачення – самовдосконалення, шляхом отримання естетичного досвіду. Розквіт культурних індустрій та креативного сектору в цілому є підтвердженням дематеріалізації економіки, в якій інформація та знання стають основним виробничим ресурсом. Задоволення матеріальних потреб людини призвело до зростання її духовної активності та інтелектуалізації суспільних процесів. Результатом подібних змін є заміна об'єктів реальної економічної дійсності символами та

віртуальними цінностями. Відбувається процес деутилізації споживання та становлення економіки символів та знаків. А. Долгін визначає таку систему як "економіка клубів", призначення якої – задоволення потреб людини в спілкуванні [19, с. 23]. Продукти виконують комунікаційну функцію, спрямовану на мінімізацію транзакційних витрат.

Ціна речей все менше визначається універсальною цінністю, а залежить від ситуаційної та індивідуальної цінності. Відповідно до класичної теорії К. Маркса, вартість є соціальною якістю [38, с. 188-209]. Процес масштабної деутилізації та символізації споживання досліджував Жан Бодріар [6, с. 16].

Відомий критик В. Беньямін звертає увагу на "специфічну ауру" об'єктів мистецтва, яка формується в культурному та ритуальному середовищах. Таким чином, подібні об'єкти матимуть сакральну, символічну та престижну вартість, проте вони завжди можуть бути продані або надані за гроші в тимчасове використання ін. суб'єктам [103].

В економічному розумінні цінність обумовлюється вартістю, корисністю та ціною, яку індивіди надають товару на ринку. Культурна цінність формується дещо в іншій площині. В економіці культури визначення цінності можливе через вартість, проте з урахуванням певної специфіки. Культурну цінність можна охарактеризувати за наступними позиціями:

1. Аутентична цінність – охоплює естетичну інтерпретацію твору та якості краси, гармонії, форми та інші естетичні характеристики, визнані як компоненти даної культурної цінності.

2. Духовна цінність як цінність, інтерпретована в релігійному контексті або охоплює духовне осяяння та розуміння різних сенсів.

3. Соціальна цінність, яка спирається на формування суспільної єдності та задоволення потреби в приналежності. Забезпечує процес розуміння сутності суспільних відносин.

4. Історична цінність – наявність історичних зв'язків.

5. Символічна цінність – коли предмет мистецтва є джерелом та способом збереження певного сенсу.

6. Цінність оригіналу – коли твір є реальним, справжнім, унікальним та оригінальним [78, с. 51-52].

Культурна цінність у культурних продуктах закладена незалежно від реакції на них споживачів. Існує безліч прикладів високої культурної, проте низької економічної цінності об'єктів, на що звертає увагу в своїх роботах Н. Лічфілд [78, с. 59]. При визначенні вартості, а згодом і ціни на культурний продукт важливим є врахування як економічної, так і культурної цінності об'єкту. Віртуалізація вплинула на формування доданої вартості, до якої тепер належать знаки та символи, тобто заповнення матеріального світу соціальними складовими. За умови співвідношення максимізації прибутку та максимізації культурної цінності можна виділити три основні моделі [78, с. 142-145]:

1. Розуміння доходу як обмеження, при умові максимізації культурної цінності. Це стосується, насамперед, некомерційного театру, класичної музики та ін. видів класичного мистецтва. Дохід необхідний для забезпечення потреб митця, проте метою є не прибуток, а культурне надбання.

2. Дохід як сукупність максимізуючих показників. За таких умов вирішується питання прийнятної культурної цінності та відповідної фінансової винагороди. Мистецтво отримує комерційну орієнтацію при збереженні своєї цінності.

3. Максимізація прибутку як єдина і основна мета. За таких умов практично всі аспекти виробництва культурного продукту визначаються економічними умовами – рентабельністю проєктів. Якісні показники культурної цінності не враховуються. Така позиція максимально відображає сутність індустріального підходу до культури.

У визначній роботі К. Маркса "Капітал" значну увагу приділено ретроспективному аналізу формування товарного виробництва, як домінуючої форми економічних відносин [37]. Соціально-економічна система суспільства будується навколо потреби капіталу у виробництві, просуванні та реалізації товарів та послуг з метою отримання прибутку. Тому надання переваги виключно комерційній доцільності в культурному середовищі може мати загрозливі наслідки для рівня соціокультурного розвитку суспільства.

Специфіка ринку культурних індустрій полягає в одночасному існуванні фізичного ринку культурних продуктів, який і визначає економічну цінність та ринок ідей, які є необхідною складовою креативного сектору, що визначають культурну цінність. Ціна буде сформована в результаті обміну з урахуванням символічного наповнення, а культурна цінність буде реалізована через інтерпретацію та оцінку смислів, які було вкладено в продукт. Проте, однією з тенденцій сучасного інформаційного простору є смислова порожнеча за наявності надмірної інформації.

Віртуалізація економіки вивела питання обмеженості ресурсів в іншу площину – зі сфери виробництва у сферу споживання, а основними обмеженими ресурсами постають символи та людські можливості до сприйняття (увага, час, фізичні можливості) [19, с. 20-21].

Основу індустріалізації становить можливість технологічного відтворення. Сучасні технології дозволяють відтворювати та масово тиражувати культурні блага. Це суттєво змінило динаміку культурного відтворення та споживання. Індивідуальне споживання культурних потреб доповнилося суспільним та масовим. Масове тиражування дозволяє відшкодувати інвестиції в матеріали, навички та час за рахунок обсягів продажів та ефекту масштабу: дешевше копія – вище потенційний прибуток. Удосконалення технологічної бази та використання нових технологій є важливим, проте не єдиним фактором становлення товарного виробництва в культурі.

До основних товарів культурних індустрій належать записи на матеріальних носіях, оригінали мистецьких творів, репродукції та копії. До кінцевих послуг можуть належати доступ до події або видовища (концерти, трансляції). До товарів проміжного споживання належать основні активи виконавця – авторське та суміжні права, які можуть бути або повністю передані, або частково на правах ліцензування. Товари проміжного споживання використовуються для створення кінцевого продукту.

Основним продуктом культурних індустрій є символи та тексти [86, с. 35]. З появою можливості масового тиражування та розповсюдження текстів межі між особистим та колективним розумінням було змінено, а канали їх передачі самі перетворилися в товар. Сьогодні телебачення, радіо та ін. ЗМІ є не лише однією з культурних індустрій, а і каналом розповсюдження товарів-субститутів (фільми, серіали, музичний продукт), а також товаром на ринку активів – товарів проміжного споживання. Культура розглядається як частина надбудови в господарській системі, проте культурний продукт розповсюджується за принципами товарного виробництва з урахуванням всіх закономірностей та протиріч. Виокремлюють три основні шляхи реалізації мінової вартості культурного продукту [187, с. 23]:

1. Культурні об'єкти, що мають фізичну реалізацію та були продані як товар для кінцевого споживання фізичними особами.

2. Трансляція на телебаченні та радіо є безкоштовним для споживачів, за виключенням спеціального замовленням послуг, проте реалізовується час на рекламу та спонсорство.

3. Публічна презентація для обмеженої кількості глядачів в певний проміжок часу.

Варто зазначити, що кожна з підгалузей культурних індустрій має свій механізм реалізації мінової вартості, шляхи регулювання комерційної політики, трудових ресурсів, рівні капіталовкладень та способи корпоративного контролю.

Підприємницьке середовище культури характеризується високою передбачуваністю смаків споживачів та не логічність їх вибору. Враховуючи це, дослідження споживчих мотивів є важливою складовою розуміння економічного механізму культурних індустрій. Символічне споживання виконує функцію способу забезпечення соціальної ідентичності. Споживчі можливості культурних продуктів обмежуються рівнем освіти та вільним часом. Культурна компетентність, яка здобувається в результаті освіти та досвіду, була сформульована в роботі А. Маршала "Принципи політичної економії" [38, с. 157]. Але разом з тим, переважна більшість споживачів не мають уявлення, який саме естетичний досвід вони б бажали і могли б отримати, отже в цьому випадку попит буде формуватися пропозицією. І третій фактор, що визначатиме попит – демонстративне споживання та колекціонуван-

ня, що зумовлює зростання цінності та ціни на кожну наступну одиницю колекції. Проте, це в жодному разі не заперечує традиційного механізму формування попиту на товари культурної продукції, який буде залежати від ціни на сам товар, ціни втрачених можливостей, споживчого доходу та якісних характеристик самого товару. Попит на товари культурних індустрій демонструє високу еластичність відповідно до очікувань та доходів.

Ринок є досить мінливим, тому важливою характеристикою є гнучкість виробництва. Це призвело до розквіту підприємств малого та середнього бізнесу. Піднесення культурних індустрій спостерігається в регіонах з "розвинутими мережами" [187, с. 39-41] Це зумовлено наступними факторами:

1. Регіональні мережі спираються на неекономічні екстерналії та специфіку інституційного середовища, в основі якого лежить довіра та спільні цілі.

2. Географічна близькість мереж – кластеризація та спеціалізація. Творчі кластери як особлива організаційна форма поєднують в собі творчу складову, економічну доцільність та соціальні функції. В основному вони формуються на індустріальних територіях, що змінили своє призначення. Прикладом у Києві є Арт-завод "Платформа" та "Мистецький арсенал". В Німеччині – індустріальний комплекс Zollverein, або "Фабрика дизайну" в м. Роттердам (Нідерланди) [24, с. 107-111].

3. Відхід від уніфікованого економічного національного простору до багаторівневої та рухомої економічної системи, що дозволяє забезпечити високу мобільність основним ресурсам в межах регіону.

Культурні індустрії є продуктом та фактором урбанізації, виступаючи символами міста, забезпечуючи роль культурного центру регіону, виступаючи як економічний ресурс та інструмент забезпечення соціальної ідентичності громадян [212]. Проте, не зважаючи на весь потенціал, що має культура, як сектор підприємницької діяльності, він може бути використаний лише в країнах з відповідним рівнем розвитку господарської системи, оскільки спирається на широке застосування високих технологій та інтелектуального потенціалу. Незалежним виконавцям з країн, що розвиваються зайняти свою нішу на міжнародному ринку культурних продуктів практично неможливо, оскільки розвиваючись на регіональному ринку, кожна окрема з культурних індустрій, підпорядковані законам глобальної індустрії.

У свідомості суспільства існує глибоке провалля між економікою та культурою як сферами господарської діяльності. Одним із завдань, нашого дослідження є його подолання, шляхом формування єдиної методологічної бази, яка б дозволила адаптувати основні характеристики діяльності в сфері культури до економічних законів та проаналізувати їх через призму економічного мислення.

В основі переважної більшості економічних концепцій є думка про раціональність поведінки та вибору, що дозволяє використовувати економічний аналіз, як універсальний інструмент пояснення суспільних процесів. У той же час діяльність у сфері культури й мистецтв базується на ірраціональності рішень. Культура – це ірраціональна сфера, що спирається на нестабільний творчий базис, високі ризики та непередбачувані результати. Економіка – це наука про раціональний вибір, в основі якого лежить передбачення та прогнозування, з метою зниження ризиків та максимізації економічних результатів. Економічна діяльність у сфері культури – це спроба організації раціональної людської діяльності в ірраціональному середовищі.

В основі раціональної поведінки економічного суб'єкта є його прагнення до максимізації власної корисності, проте ми не можемо ігнорувати фактор обмеженості індивідуальної раціональності, що зумовлено неповнотою доступної інформації, мінливістю оточуючого соціокультурного середовища та суб'єктивністю індивідуальної оцінки подій та явищ (поведінкові теорії).

Однією з базових категорій, що дозволить сформувати спільний базис для подальшого аналізу економічної діяльності в сфері культури є поняття "культурного капіталу". Використовуючи дану категорію, ми можемо трактувати матеріальні та нематеріальні результати культурної діяльності з позицій цінності та стратегічних запасів, як можливого джерела індивідуальної вигоди чи прибутку. Важливим моментом є імплементація таких понять як "культурний капітал" в методологічний апарат економічної науки та системи державного регулювання економічної діяльності в Україні. В основі виокремлення культурного капіталу з поміж ін. економічних активів є поняття цінності культурної та економічної.

Культурний капітал створює і культурну і економічну цінність, в той час як економічний – лише економічну цінність [78, с. 71].

Традиційному економічному розумінню капіталу властиво: обмеженість, ліквідність, можливість накопичення, конвертованість, прибуткове накопичення. Капіталом визначається все, що дозволяє індивідам отримувати соціальні переваги [152]. Капітал – це складний та багаторівневий системний елемент, який "визначає самоорганізацію господарського життя" [2]. Також це – "самостійно зростаюча авансована вартість" [2]. Акцент на здатність капіталу в будь-якій формі до примноження, вкотре підкреслює специфічну властивість соціально-економічних систем до саморозвитку та ускладнення внутрішньої структури.

Зазвичай, в економічній діяльності ми виділяємо три типи капіталу:

- капітал (гроші, обладнання, ресурси);
- робоча сила (працівники, кількість необхідної роботи, час)
- земля.

Відповідно до іншого підходу, сучасний економічний аналіз виокремлює такі форми капіталу:

1. Фізичний капітал – охоплює обладнання, машини, будівлі та ін. – запас реальних потреб;
2. Людський капітал – сукупність навичок та досвіду, які люди вкладають у свою роботу;
3. Природний капітал – природні ресурси та економічні фактори.

Культурний капітал можна розглядати як четверту форму капіталу, яка може бути використана в економічній діяльності. Девід Тросбі визначає культурний капітал як актив, що втілює, зберігає та забезпечує культурну цінність у доповненні до будь-якої ін. економічної цінності, яку він може мати [78, с. 72].

Якщо мова йде про капітал, то доцільно розділяти запаси та потоки. Запаси можна виміряти в кількісних показниках як фізичні одиниці, що існують та є наявними на даний момент. Даний запас капіталу може бути джерелом послуг, що можуть споживатися або використовуватися для виробництва наступних потреб та послуг (товари та послуги, інтелектуальна власність).

Культурний капітал існує в двох формах: матеріальній та нематеріальній. Матеріальна форма культурного капіталу – будівлі, історичні пам'ятки архітектури, витвори мистецтва, території, яким надано культурну цінність та ін. Інакше кажучи, матеріальний культурний спадок і не тільки. Має багато спільних рис з фізичним капіталом. Такі, зокрема, як:

- 1) може збільшуватися завдяки інвестиціям в його поточне виробництво;
- 2) може відбутися занепад при відсутності необхідної підтримки;
- 3) може бути об'єктом купівлі та продажу;
- 4) має фінансову цінність, яка може вимірюватися будь-яким еквівалентом.

Його цінність може бути визначена шляхом використання критеріїв культурної цінності.

Нематеріальний культурний капітал отримує форму інтелектуального капіталу. Також, може існувати у формі витворів мистецтва, таких як музика, література, які виникають як суспільні потреби. Його обсяг може залежати від інвестицій та занепадати при відсутності підтримки. Підтримка, існуючого інтелектуального капіталу та створення нового, вимагає ресурсів.

Отже, культурний капітал з економічної точки зору може бути оцінений як актив. Він може бути джерелом нових капітальних послуг кінцевого та проміжного споживання (авторське право).

Культурні блага (товари та послуги) можуть додаватися на будь-якому з етапів виробництва та збільшувати вартість капіталу. Зміни вартості капіталу, які вимірюються та визначаються як економічними, так і

культурними індикаторами, визначають базову цінність запасу на початок періоду.

У контексті розгляду культурного капіталу доцільно більш уважно проаналізувати економічну та культурну цінність. Культурна цінність може бути джерелом економічної цінності. Так, наприклад, будівля має свою цінність як фізичний об'єкт, проте культурна її цінність може додати їй економічної цінності, оскільки потенційний покупець може заплатити за втілення культурного змісту даного об'єкту більш високу ціну, ніж суто за його функціональне використання. Тобто, даний об'єкт має культурну цінність та економічну цінність, породжену його фізичним та культурним змістами. Таким шляхом інтерпретується номінальна вартість різних форм матеріального культурного капіталу. Ціна витворів мистецтва зумовлена їх культурною цінністю, а їх фізична вартість в основному не має значення.

Нематеріальний культурний капітал характеризується дещо іншим співвідношенням культурної та економічної цінності, оскільки може мати величезну культурну цінність, а з точки зору економіки нічого не вартувати, оскільки не можуть реалізовуватися як самостійні активи, проте як об'єктом купівлі-продажу можуть бути парою на майбутні активи (авторське право, роялті та ін.). Для прикладу може послугувати музика (тут можна провести паралель з вартістю споживання). Культурну та економічну цінність цих товарів зумовлюють породжені ними майбутні потоки послуг. Частина економічної цінності подібних потоків реалізується через суспільні блага, необхідні з функціональної та економічної точок зору – фонові музика в громадських місцях, оформлення приміщень, навіть використання мови. Використання різних форм нематеріального капіталу створює можливості для мінімізації транзакційних витрат.

Культурна та економічна цінність визначаються як незалежні одна від одної, проте суттєво впливають на індивідуальні та колективні оцінки капіталу та продукції, а, отже, і на моделі споживчої поведінки [78, с. 75]. Співвідношення культурної та економічної цінності покладено в основу демонстративного споживання та клубної економіки.

Т. Веблен має думку, що існує не лише прямий, але і зворотній вплив культурної цінності на економічну. Він зауважив, що для певних людей саме ціна на культурний продукт, а не культурна цінність визначаються його естетичну цінність.

Спираючись на традиції соціології та культурології, культурний капітал спирається на індивідуальні характеристики осіб.

Відповідно до концепції соціолога П'єра Бурд'є, культурним капіталом володіє людина, яка може оцінити культуру. Така форма капіталу може існувати в трьох станах [111, 7]:

1. Інкорпорований або засвоєний – мова, знання, навички, здібності до сприйняття культури. За своєю суттю це – габітус в концепції Бурд'є. Цей вид капіталу можна розглядати як стратегічну інвестицію в людський капітал;

2. Об'єктний або матеріалізований – уречевлена форма капіталу, доступних безпосередньому сприйняттю та передачі у фізичній та предметній формі потреб – володіння витворами мистецтва, картинами, аудіо-візуальною продукцією та ін.

3. Сертифікований або інституціалізований – підтвердження легітимності досягнень та приналежності через сертифікати, дипломи та звання. Інакше кажучи, визнання певного виду капіталу як ресурсу, який може бути формалізований у вигляді прав власності та об'єктів авторського права.

Транснаціональні корпорації створюють свій капітал на основі культури [78, с. 77].

Специфічною формою капіталу можна вважати і соціальний капітал, який тісно пов'язаний з культурним.

Соціальний капітал – існує в формі міжособистісних відносин, які будуються на довірі як концентрації очікувань та зобов'язань. Спонукає відокремлених економічних суб'єктів до ефективних дій з метою отримання спільного результату. Існує виключно при функціонуванні систем суспільних відносин. Соціальні зв'язки використовуються для обміну інформацією, навчання, формування правил та норм поведінки, факторів репутації. В основі є принцип дотримання загальноновизнаних морально-етичних цінностей – інституціалізованих відносин взаємних визнання та довіри [109].

Виявляється в приналежності до певних неформальних співтовариств. Зокрема, клубів за інтересами, соціальним об'єднанням людей зі спільними цінностями, світоглядом, сприйняттям та стилем життя. Це мережа соціальних зв'язків, яка дозволяє зменшити транзакційні витрати та витрати часу, сукупність всіх неформальних зв'язків, які можуть бути мобілізовані для вирішення певної задачі. В основі взаємодії індивідів, які належать до подібних клубних угруповань, є визнання, атрибутика приналежності, які обумовлюють взаємні інтереси. Це – передумова формування мережевого суспільства, яке є передумовою розквіту культурних індустрій. Зазначені соціальні фактори мають безпосередній вплив на прийняття економічних рішень.

Е. Остром наголошує на певних відмінностях, які не дозволяють нам розглядати соціальний капітал як капітал в повному його розумінні [190]:

1) він не піддається кількісним вимірюванням та його не можна сформувати шляхом цілеспрямованого втручання або інвестування;

2) він вичерпується не в результаті його використання, а в результаті не використання.

Подібну точку зору поділяють економісти К. Ерроу та Р. Солоу. Вони виходять з того, що соціальний капітал не передбачає свідому жертву теперішнім часом заради майбутнього [98, 217, 215].

Не зважаючи на відносність та не визначеність культурного та соціального капіталів, ми не можемо ігнорувати їх вплив на прийняття економічних рішень. Саме фактор культури відіграє важливу роль при різниці в оплаті праці на американському ринку емігрантів та американських робітників.

Природні умови та соціокультурне середовище є зовнішніми факторами впливу на підприємницьку діяльність. Тому проводиться паралель між культурним та природнім капіталами. Це також зумовлене подібністю між природною та культурними екосистемами, в основі яких покладене збереження середовища, забезпечення різноманіття та рівного доступу до даних потреб. Окрім цього, постало питання щодо відновлюваності ресурсів та можливості їх заміни іншими рукотворними аналогами. Тобто, існує ризик не відновлюваності втраченого культурного спадку та підтримка капіталу на певному рівні заради майбутніх поколінь.

Культурні індустрії в порівнянні з культурним середовищем, дозволяють забезпечити рівний доступ до культурних потреб через тиражування культурної продукції. Окрім цього, вони можуть у певній мірі забезпечити збереження культурних одиниць, зокрема у вигляді копій, що дозволить зберегти знання та інформацію про об'єкт.

Протягом останніх десятиліть провідну позицію посідає проблема забезпечення сталого розвитку суспільства. Сталий розвиток означає, насамперед, стійке економічне зростання на основі самовідтворення та саморозвитку економічної системи, а також екологічну стійкість через збереження та збільшення природних цінностей. Всесвітня комісія з оточуючого середовища та розвитку визначила стійкий розвиток як такий, що "задовольняє потреби теперішнього розвитку не обмежуючи можливостей майбутніх поколінь у задоволенні власних потреб" [250].

Культурний капітал як і природний забезпечують стійкість системи. Товари та послуги, джерелом яких є культурний капітал приносять користь в теперішньому та майбутньому часі, оскільки культурна цінність формується в теперішньому, але здебільшого може реалізуватися в майбутньому часі, бо вона має здатність до накопичення протягом певного періоду часу.

У роботі Д. Тросбі виокремлено шість критеріїв стійкого розвитку, які стосуються культурного капіталу:

1. Культурний капітал забезпечує матеріальний та нематеріальний добробут всім людям, а саме: як окремим індивідам, так і членам соціуму. Куль-

тура забезпечує кращий рівень життя та дозволяє ідентифікувати його. По-краще якість життя.

2. Динамічна ефективність та справедливість по відношенню до поколінь. Тут ми маємо на увазі ефективний розподіл та використання наявних ресурсів протягом часу. Проблема розподілу ресурсів з метою забезпечення сталого розвитку. У даному випадку справедливість з економічної точки зору ототожнюється з поняттям ефективності. Обговорюючи ефективність у часі, постає питання визначення коефіцієнту дисконтування, що буде використовуватися у відношенні до потоків майбутнього прибутку. Щодо культурних потреб, то подібне культурне оцінювання матиме досить умовний характер, оскільки важливість певного естетичного досвіду визначається поколінням у теперішньому часі, виходячи з об'єктивних умов. Проте, в майбутньому вартість даного досвіду може дорівнювати нулю.

До даного питання ми можемо підходити з утилітарних позицій та спиратися на принцип максимізації загальної суспільної корисності. А можна звернутися до контрактного підходу, коли члени майбутніх поколінь аналізуються на рівних з теперішніми. Проте, обидва підходи є не досконалими. У даному випадку, це створює передумови для реалізації патерналістської функції держави, яка бере на себе відповідальність за справедливий розподіл та збереження культурного капіталу. Культурний капітал підпадає під невизначену культурну оцінку. Теперішні покоління мають взяти на себе моральні та етичні зобов'язання щодо збереження для майбутніх поколінь доступу до культурних ресурсів та культурних основ соціально-економічного та культурного життя.

3. Рівність у доступі. Справедливість та чесність у розподілі продовжують відігравати важливу роль, проте все гостріше постає питання економічної ефективності. Розподіл культурних ресурсів, доступ та рівні можливості в культурі, наданні культурних послуг меншинам та пригніченим групам – все це є аспектами справедливої організації культурного життя та однією з причин становлення та розвитку культурних індустрій.

4. Підтримка різноманіття є важливим аспектом культурного капіталу, оскільки є джерелом розвитку та примноження його.

5. Принцип перестороги стверджує, що рішення, які можуть призвести до критичних змін, мають прийматися відповідально та обережно за умови максимальної впевненості в мінімізації чи відсутності ризиків, пов'язаних з непередбачуваністю результатів. Щодо культурного капіталу, то небажано приймати остаточних рішень.

6. Підтримка культурних систем та визнання взаємозалежності. Культурний капітал вносить довгостроковий та стратегічний внесок у розвиток будь-якої системи, оскільки культурні екосистеми мають за основу функціонування реальної економіки та впливають на споживчий вибір. Недостатня

увага до культурного капіталу загрожує добробуту населення та динаміці економічного розвитку.

П. Бурд'є виокремлює три основні групи капіталу, які визначають приналежність людини до певної соціальної групи. Економічний капітал – матеріальні блага, гроші або будь-який товар, які можуть виконувати роль загального еквіваленту. Культурний капітал – освіта та знання, дипломи, що підтверджують це, а також культурний рівень індивіда, що передається в спадок та засвоєний в процесі соціалізації. Соціальний капітал – ресурси, пов'язані з приналежністю до певної групи: мережа зв'язків – знайомств. Символічний капітал – підвид соціального капіталу та пов'язаний з авторитетом, репутацією та визнанням, капітал визнання групою. Економічний та культурний капітал є джерелом влади для тих, хто є персональними власниками. Наявність даних видів капіталу є передумовою вступу індивіду в відносини перерозподілу влади та багатства.

Специфіка культурного споживання була ретельно проаналізована в роботі "Відмінності. Соціальна критика суджень" [112]. У зазначеній праці було проаналізовано всі основні галузі культурного споживання: живопис, література, музика, кіно та політика. Автор у своїх судженнях виходить з того, що існує економіка культурних потреб, яка має специфічну логіку. Для її розуміння варто розпочати з визначення умов становлення споживачів культурних потреб, формування їх смаків; розглянути різні способи споживання визнаних на даний момент культурних потреб у зазначеному суспільстві, а також соціальні умови становлення прийнятих у суспільстві способів засвоєння та привласнення культури. Учений довів, що естетичні уявлення та смаки не є результатом вільного вибору індивіда, але впливають з суспільних умов його соціалізації та положення в суспільстві. Взаємозв'язок між системою класифікації або смаком та умовами існування постають як вибір, здійснений соціальним суб'єктом.

"На противагу харизматичній ідеології, яка представляє смаки в межах легітимної культури як природний дар, наукове спостереження демонструє, що культурні потреби є продуктом виховання: опитування фіксує, що всі види культурних практик (відвідування музеїв, концертів, виставок, читання та ін..), а також літературні, художні та музичні вподобання тісно пов'язані з рівнем освіти (що визначаються за наявністю та типом диплому або за кількістю років освіти), та, по-друге, соціальним походженням" [112, с. 1]. Серед факторів, що визначають культурні вподобання виокремлюється родинне виховання (накопичений родиною культурний капітал) та освіта, ефективність та тривалість якої, насамперед, залежить від соціального походження. Особливо ці фактори простежуються при оцінці авангардних течій. Соціально визнаній ієрархії шкіл та течій, а також стилів у мистецтві відповідає соціальна ієрархія споживачів, тому смак є маркером класу. Споживач буде

спантеличий при умові недостатнього володіння інструментами сприйняття та оцінки витворів мистецтва, таких як "назви жанрів, шкіл, епох, художників та ін." (Bourdieu, 1979). П. Бурд'є наголошує на тому, що витвір мистецтва є символічним об'єктом, який передає певний зміст та цінність. Атрибуція цінності відбувається при умові, що споживач володіє певним набором естетичних компетенцій та диспозицій. Маємо припущення, що в основі культурного споживання є соціальна та економічна необхідність.

2.4. ЦИКЛІЧНА ДИНАМІКА ЕКОНОМІЧНИХ ІНДИКАТОРІВ СФЕРИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

Сьогодні в Україні саме в розпалі процес потужних структурних змін і масштабних реформ інституційного середовища. Події минулих років продемонстрували здатність соціально-економічної системи України до самоорганізації та самозбереження, але було виявлено безліч недоліків у функціонуванні господарського механізму. Стратегічні плани запропонованих реформ формуються навколо інтересів громадян і спираються на громадянське суспільство, яке знаходиться на початковому етапі свого становлення. Культура є основним інструментом створення громадянського суспільства та середовищем його розвитку. Культурні та креативні індустрії – перспективна сфера економічної діяльності, також знаходиться на етапі становлення в Україні. Очевидно, що національна економіка як відкрита і динамічна здатна до саморозвитку, а система має функціонувати в єдності з соціокультурним сектором.

Сфера культури в Україні має посісти почесне місце серед пріоритетних напрямів стратегічних програм, оскільки може бути використана в ролі одного з потужних інструментів подолання наслідків соціально-економічної кризи. Це також зумовлює зростаючий інтерес наукових кіл до зазначеного сектору. Політекономічний підхід до аналізу культурних індустрій та їх соціального значення, як зазначалось раніше, можна знайти в роботах Н. Гарнхама [190], П. Гілроя [148], П. Холла і Т. Джефферсона [161], а також Д. Хезмондалша і Д. Тросбі [86, 78]. Взаємозв'язку економічної кризи та культури як економічного сектора присвячені роботи вчених М. Вакарінайте [241], Т. Флю [114]. Дослідники А. Прат та Б. Рейд [198, 200, 204] проаналізували інструментарій антициклічного регулювання культурних індустрій і виявили, що окремі індустрії реагують на кризові потрясіння по-різному. С. С. Гродач і М. Семан [154] виявили вибірковість зростання культурних індустрій під час кризи. Під час аналізу сучасних кризових потрясінь перед економістами постає безліч питань, зокрема про доцільність регулювання культури, як сектора господарювання, про її роль у мінімізації наслідків економічних криз та ін.

Доцільно констатувати той факт, що процес становлення громадянського суспільства в Україні почався відносно недавно і, як дієвий інституційний інструмент, остаточно ще не сформувався. У розділі XV "Соціально-гуманітарна реформа" затверджена Верховною Радою України "Програми діяльності Уряду" значну увагу було приділено освіті й медицині, але не культурі [48]. У переліку першочергових програм і реформ, зазначених у "Стратегії сталого розвитку "Україна – 2020"" культура частково присутня тільки в контексті "Програми популяризації України в світі і просуванні інтересів України в світовому інформаційному просторі" [82]. Таким чином, культурному сектору, як одному з пріоритетних напрямків реалізації реформ та їх потужному інструменту, приділяється недостатньо уваги. Культура, традиційно, вважається дотаційним і неприбутковим галуззю.

Розпочаті в Україні системні та стратегічні реформи можна ідентифікувати як супутні процеси самоорганізації та саморозвитку соціально-економічної системи на етапі перебудови і зміни пріоритетних векторів її розвитку – аттракторів. Для процесу самоорганізації важливим є стан динамічного хаосу. Саме в цьому стані визначається напрям подальшого розвитку. Динамічна система проводить відбір з величезного різноманіття послідовностей та тих зв'язків, які сумісні з внутрішніми динамічними законами її розвитку на даному проміжку часу.

Використання принципів системності та саморозвитку економічної системи для пояснення суті економічної динаміки передбачає нове розуміння причинності. Причинність не обмежується лише абсолютним детермінізмом, а доповнюється факторами ймовірності та "цільової" причинності. Імовірнісна причинність зумовлює стохастичність взаємодії в підсистемах, цільова – дію програми саморегуляції як цілі, забезпечуючи відтворення системи [73]. Цільова причинність, як характеристика саморегуляції, доповнюється ідеєю спрямованого розвитку. Однак, цю спрямованість не варто розуміти як чітку визначеність майбутнього. Запропоновані Урядом України пакети реформ і стратегії розвитку формують цільову причинність, проте їх результати не можуть бути гарантовані. Складним системам притаманна наявність елементів з великим ступенем свободи. Кожен елемент економічної системи має свої власні координати та імпульси, які змінюються в часі. Для складних динамічних систем будуються фазові простори – абстрактні математичні простори, в яких зміна координат і імпульсів відображається траєкторіями або точками, безліч яких утворюють фазовий портрет динамічної системи. У структурі фазового портрета присутні обмежені множини, що характеризуються власними структурами – граничні цикли. Точки, до яких траєкторії в фазовому просторі направлені по спіралі називаються стійкими фокусами. Граничний цикл і стійкий фокус А. Пуанкаре називав аттрактором. У них щільність траєкторій максимальна [29, с. 143].

У фазі перебудови системи під дією аттракторів виникають випадкові флуктуації. Напрямок розвитку системи після виникнення аттрактора змінюється. У ролі аттрактора ми можемо розглядати центри економіко-політичного тяжіння або геополітичні союзи, які мають сукупність загальних характеристик правового, економічного, технологічного та соціокультурного середовищ. Новим аттрактором для України є європейський соціально-економічний простір. Культура має бути важливим чинником інтеграції.

У цьому контексті сфера культури може розглядатися в двох вимірах:

- 1) як екзогенний фактор господарської діяльності;
- 2) як сфера економічної діяльності.

Аналізуючи значення економічної діяльності в сфері культури очевидним є її прямий і опосередкований соціально-економічний вплив. Перший виражається в кількісних показниках, таких як річний обіг, обсяги доданої вартості, зайнятість. Непрямий вплив культури полягає в її здатності до створення сприятливого середовища для розвитку інноваційного підприємництва і залучення інвестицій до регіону [170]. Культурне середовище сприяє виникненню позитивних екстерналій для ін. галузей економіки та емерджентних властивостей динамічної соціально-економічної системи. Екстерналії можуть бути реалізовані в наступних формах:

- потоки знань і інформації з різних сфер людської діяльності та різних регіонів;
- потоки товарів і послуг суміжних галузей;
- формування мережевого суспільства через просторову концентрацію та кооперацію підприємств;
- міжгалузева міграція кваліфікованої робочої сили та навчання;
- концентрація художньої творчості й художнє новаторство [231].

Така подвійна природа сфери культури, обумовлює необхідність підвищеної уваги до даного сектору з боку держави. В умовах соціально-економічних потрясінь політичні рішення, що стосуються зменшення фінансування культури приймаються під впливом припущень про те, що субсидії на культуру надто обтяжливі, а ці гроші можуть бути інвестовані в ін. сфери, визнані економічно або соціально значущими [199]. Однак, в цьому випадку не враховується нематеріальний внесок культури та її вплив.

Проаналізувавши темпи приросту ВВП України і його елементів, було виявлено, що за темпами зростання сфера економічної діяльності "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" займають провідні позиції серед всіх ін. видів економічної діяльності (рис. 2.20). За темпами зростання валової доданої вартості "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" посідають другу позицію після "Сільського, лісового і рибного господарства". Наступним розташувалася "Професійна, наукова і технічна діяльність", і завершує перелік "Інформація та телекомунікації", яка посіла п'яте місце.

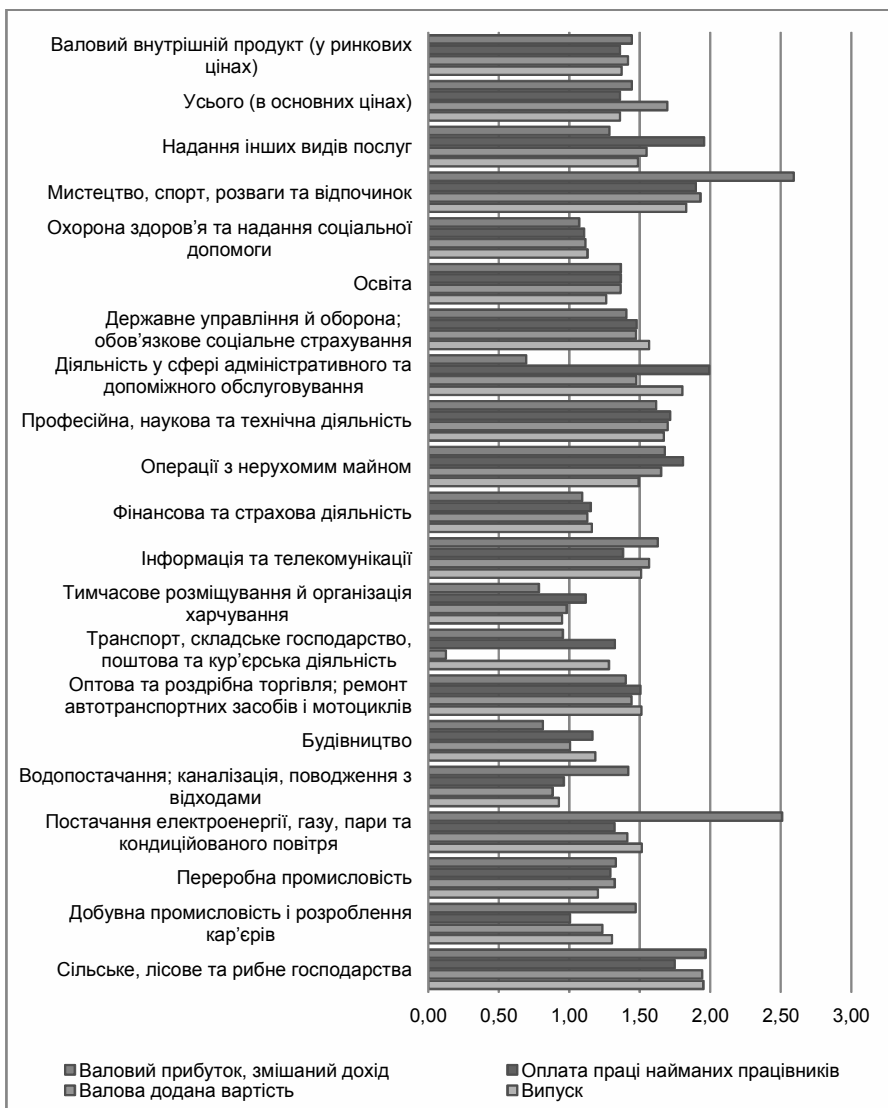


Рис. 2.20. Темпи приросту ВВП України і його складових за видами економічної діяльності за період 2010-2014 рр., за власними розрахунками

За темпами зростання заробітної плати для найманих працівників "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" посідає третє місце, поступившись лише "Діяльності в сфері адміністративного і допоміжного обслуговування" та "Іншим видам послуг". "Сільське, лісове і рибне господарство" – посідає п'яту сходинку в цьому переліку. Наступним у даному переліку є "Професійна, наукова і технічна діяльність". За темпами зростання валового прибутку вид економічної діяльності "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок" посів перше місце, а "Сільське, лісове і рибне господарство" – третє. Види діяльності "Інформація та телекомунікації", "Професійна, наукова і технічна діяльність" посідають п'яту й шосту сходинки відповідно. Традиційні галузі для України "Видобувна промисловість і розробка кар'єрів", "Переробна промисловість" орієнтовно посідає 12-13 сходинки.

Таким чином, очевидним є зростаюча роль та значний потенціал сфери культури і мистецтв, як сектора економічної діяльності в Україні. З наведених результатів дослідження можна зробити висновок, що в Україні сформований та ще й збережений базис для розвитку постіндустріального суспільства, оскільки такі сфери як інформація, наука, культура і мистецтво демонструють високі темпи розвитку.

Динаміка реального ВВП дає можливість оцінити зміни в фізичному обсязі продукції. Короткострокові коливання обсягів виробництва ілюструють циклічну динаміку ділового циклу. Крім ВВП, як основного індикатора динаміки економічної системи, економістами-аналітиками використовується ціла система економічних показників. Кожен з цих економічних індикаторів відображає окремі параметри розвитку соціально-економічної системи, демонструючи циклічну динаміку. Однак циклічні коливання цих показників мають індивідуальні особливості, що необхідно враховувати.

Циклічні індикатори діляться на три групи в залежності від їх природи та зв'язку із загальною економічною динамікою:

1. Проциклічні – напрямок їх зміни збігається із загальним напрямом економічного розвитку. Серед них умовно можна виокремити дві групи: ті, що сильно корелюються (сукупний випуск і випуск відповідно до секторів економіки, прибутки бізнесу, грошові агрегати, швидкість грошового обігу, рівень цін, короткострокові відсоткові ставки) та ті, які повільно корелюються (товари повсякденного вжитку, сільськогосподарське виробництво, видобуток природних ресурсів, довгострокові відсоткові ставки);

2. Антициклічні – їх напрямки змін спрямовані проти загального зростання або спаду. До них належать запаси готової продукції, запаси сировини і засобів виробництва, рівень безробіття й рівень банкрутств.

3. Ациклічні – динаміка дуже мало змінюється в межах середньострокового економічного циклу. До даного індикатора належить і торговий баланс.

З огляду на особливу природу окремих економічних індикаторів, важливим моментом при інтерпретації цих показників є синхронність їх динаміки щодо загальної. Відповідно до цієї ознаки виокремлюють три групи (рис. 2.19):

1. Випереджаючі – кількість нових підприємств, інтенсивність будівництва нових споруд, індекси фондового ринку, прибутку корпорацій, зміна грошової маси і зміни в запасах.

2. Запізнюючі – показники довгострокового безробіття, витрати на нові підприємства і засоби виробництва, основні витрати на оплату праці, середні процентні ставки комерційних банків.

3. Співпадаючі – ВВП, рівень безробіття, промислове виробництво, особисті доходи, ціни виробників, офіційні процентні ставки, заявки на рекламу.

На рис. 2.21 відображено на площині сукупності індикаторів динаміки економічної системи. По осі X – відзначимо різні індикатори. По осі Y – тимчасові проміжки, на яких фіксувалися спостереження.

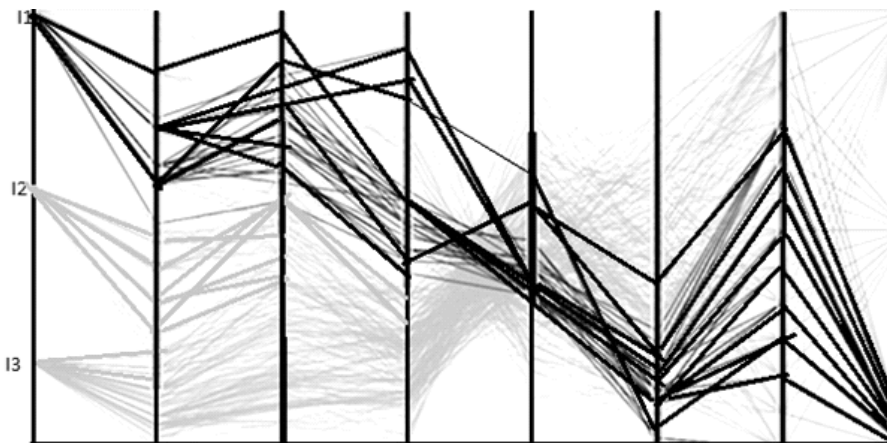


Рис. 2.21. Циклічна динаміка соціально-економічної системи (на площині), авторська розробка

Циклічна динаміка соціально-економічної системи – складне явище, оскільки одночасно відбувається численна кількість динамічних процесів, які мають власну амплітуду коливань і динаміку. Однак, з огляду на основні характеристики системи, всі ці процеси підпорядковані одній основній тенденції. На графіку основний тренд виділено таким чином, що можна показати ступінь і інтенсивність впливу певного фактора (11). Кумулятивні процеси, які він активізував, мають значення для всієї системи.

Досліджуючи динаміку економічної системи України та структурні зрушення, що відбуваються необхідно виявити сукупності керуючих факторів. Було досліджено динаміку виробництва та розподіл ВВП України за видами економічної діяльності на період 2010-2014 рр. (рис. 2.22). Динаміка показників різних галузей розглядається як прояв керуючих факторів і внутрішніх тенденцій розвитку господарської системи.

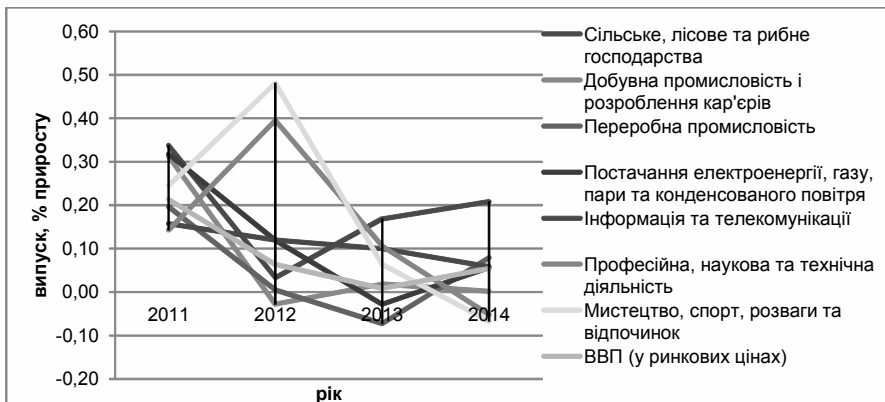


Рис. 2.22. Динаміка приросту випуску за галузями національного господарства України на період 2010-2014 рр., на основі ДКСУ

Динаміка показників, проілюстрована на рис.2.22 подібна до рис. 2.21:

- 1) частково виражений основний тренд розвитку;
- 2) можна визначити керуючі фактори системи;
- 3) наявність показників з антициклічною динамікою.

Антициклічну динаміку демонструють такі сектори як "Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок", "Освіта", "Професійна, наукова і технічна діяльність" та "Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги". Але, в той же час, загальний тренд вказує на рецесію в усій економічній системі. На даний момент, динаміка галузей соціо-гуманітарного сектору не компенсує загальну тенденцію спаду з причини відсутності системного підходу до використання потенціалу даних галузей.

Світова економічна криза 2008, наслідки якої більшість країн світу долають ще й сьогодні, продемонструвала антициклічний характер економічної діяльності в сфері культури за рахунок зростання культурних і креативних індустрій. Вона стала першим економічним потрясінням з моменту визнання економіки культури сферою економічної діяльності.

Економіка культури є важливим інструментом стратегічного управління на регіональному рівні. Криза 2008 р. постала у вигляді нових запитань

для креативної економіки. Зокрема питання способу та доцільності її регулювання, стійкості окремих галузей культурних індустрій в умовах глобальних економічних потрясінь та ін. Ще до кризи темпи зростання культурних індустрій, за оцінками експертів ООН, склали понад 12,3%, що було вище за зростання інших галузей європейських економік в 2003 р. Сьогодні вартість креативних індустрій в Великобританії становить 7,14 млрд. А в 2015 р. сектор креативної економіки створив 2,7 млн. робочих місць, що відповідає 9% їх загальної кількості (Creative industries).

Найбільш сприятливим періодом для розвитку культури є період депресії. Розквіт культури, як соціального явища, обумовлений усвідомленням членами соціуму причин і наслідків падіння рівня добробуту та переосмислення власної ролі, місця й призначення в соціокультурній системі.

Одним з найбільш дієвих інструментів подолання наслідків депресії і економічної кризи є розвиток і впровадження інновацій. Саме в умовах депресії інвестування в кардинальні інновації є менш ризиковими, ніж у традиційній сфері, оскільки довготривала криза є свідченням безперспективності останніх. Зазвичай, культурний сектор і креативні індустрії зокрема, характеризуються високим ступенем ризику. У період зростання інвестори прагнуть вкладати ресурси в ті сфери, які забезпечують стабільність і передбачуваність у довгостроковій перспективі. Інноваційні проекти розглядаються як фактор дестабілізації щодо стабільного середовища. Однак в умовах економічного спаду та депресії обговорювати довгострокові перспективи дуже важко. Очевидно, що ведення господарської діяльності традиційним шляхом не виправдовує своїх сподівань.

Культурні індустрії доцільно розглядати як інноваційно-інвестиційний сектор господарської діяльності з високим ступенем ризиків. Поняття "детермінованого хаосу" підкреслює важливість керуючого параметра для побудови моделі динаміки складної системи. Зазвичай, для дослідження обираються такі сфери як промисловість (добувна і переробна) та сільське господарство, оскільки вони демонструють рівень і динаміку розвитку традиційних економічних секторів, властивих практично всім національним господарським системам світу. Це дозволяє спростити процес зіставлення даних різних країн. Крім того, результати діяльності даних секторів зручні у вимірі та побудові математичних моделей. Однак, в такій складній системі як суспільство можна зробити припущення, що визначальні чинники для економічної системи знаходяться за її межами або межують з нею. Культура і мистецтво, як зовнішній фактор і як середовище господарської діяльності можуть виступати в ролі одного з подібних чинників.

Суспільство є надзвичайно складною системою. Завдяки наявності інтелекту стає можливим вибір постбіфуркаційного стану. Помилившись у виборі, на суспільство чекає деградації та самознищення. Система буде роз-

виватися тільки в тому випадку, якщо в процесі флуктуацій пошук оптимальних шляхів подальшого розвитку завершився природно. У випадку штучного прийняття рішення "самоорганізація" системи переходить у стан "плановості", що проявляється в посиленні ролі плануючих організацій і держави в економічних процесах. Система підпорядковується не об'єктивним факторам розвитку, а бажанням окремих зацікавлених груп.

Культура є базовим елементом зовнішнього середовища господарської діяльності, а також перспективним сектором економічної діяльності для економік постіндустріального типу. Демонструючи антициклічну динаміку та вибіркоче зростання під час економічної кризи, культурні індустрії повинні розглядатися як один з інструментів подолання наслідків економічних криз за умов сформованого відповідного технологічного базису та наявного людського капіталу. Для України, в умовах переходу до нового системного аттрактору, вплив культури має першочергове значення як системоутворюючого фактора. Маючи всі передумови для розвитку постіндустріального типу соціально-економічної системи, доцільно приділити більше уваги сектору культури в програмах стратегічних реформ. Перехід від традиційних галузей економічної діяльності до інноваційних дозволить Україні реалізувати свої конкурентні переваги і посилити шанси на вихід з глибокої системної кризи.

2.5. ПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

Технології картування або меппінгу територій передбачали складання карти історико-культурно-географічних, інституційних, організаційних і людських ресурсів території для оцінки потенціалу творчого сектора, визначення його можливостей і потреб. На основі отриманої карти мають формуватися стратегії розвитку творчих індустрій і культурна політика на території. Картування могло здійснюватися як для творчих індустрій в цілому, так і для окремих секторів (наприклад, тільки музика і музичне продюсування та ін.). Картування було спрямоване на вирішення таких завдань:

- збір і аналіз даних про фінансовий внесок творчих індустрій в економіку, наочну демонстрацію їх значимості, що дозволило керівництву Великобританії зробити творчі індустрії обґрунтованим пріоритетом, зокрема економічної політики;
- збір і аналіз даних про кількість зайнятих людей, що продемонструвало соціальну значимість творчих індустрій;
- формулювання основних проблем і виявлення перспектив і можливостей зростання, що є базою для формування конкретних програм і проєктів підтримки творчих індустрій.

Питання конвергенції постає дуже гостро в контексті обрання курсу на стратегію сталого розвитку держави та швидких темпів становлення та розвитку культурних і креативних індустрій в світі та в Україні зокрема. Цей процес вражає своєю неоднозначністю. Його причини та передумови потребують всебічного дослідження. Економетричне моделювання не може дати нам повну картину без врахування історичних та інституційних чинників.

1. Одним з основних інструментів економічної науки є математичне моделювання економічних процесів. У даному контексті перспективним є побудова економічних моделей з неоднорідними просторовими ефектами. Даний підхід реалізується на основі взаємозв'язку та взаємообумовленості динаміки розвитку регіону та темпів розвитку його сусідів – конвергенції. Його методи висвітлені в роботах Л. Анселіна, Дж. Арбіан, Дж. П. Елхорста, у спільній праці М. Фішера та Дж. Вонг. Зазначені взаємозв'язки та процеси взаємодії між подібними утвореннями досліджувалися в роботах, присвячених економічним кластерам М. Бест, Х. Чесборо, П. Кукі, К. Моргана, М. Портера, П. Делгато [55]. При застосуванні економетричних методів моделювання міжрегіональної конвергенції передбачається застосування граничної матриці. Сили зовнішніх екстерналій, які зумовлені ступенем впливу одного регіону на інший, характеризуються коефіцієнтами просторової автоткореляції в регресійній моделі.

У роботах Дж. Карліно та Л. Мілс [114] досліджуються ефекти конвергенції, обумовлені національними та географічними факторами. Найбільш дослідженою є проблематика залежності ступеня конвергенції від рівня економічного розвитку географічно близьких регіонів. Крім об'єктивних географічних і економічних факторів, що визначають ступінь конвергенції регіонів, розглядається інтенсивність міграційних потоків. Проте, запропоновані моделі, зазвичай, не враховують таких соціокультурних, поведінкових та інституційних чинників.

Ми живемо в XXI ст., проте не можна ігнорувати процес становлення сучасних економічних систем та суттєві зрушення, що відбулися на геополітичній арені після Першої світової війни. Було ліквідовано колоніальні імперії, в результаті чого виникли десятки нових незалежних держав, перед яким постала необхідність становлення нових націй. Виходячи з економічних передумов, більшість з новоутворених країн мали б увійти до складу інших, більш економічно розвинутих. Проте, колоніальне минуле, географічні особливості, племені традиції мали більше значення, аніж економічна доцільність. Таким чином, сьогодні в світі існує приблизно 200 країн, серед яких є не визнані та, які мають статус незалежних територій, статус яких і сьогодні залишається вельми суперечливим. Більшість з існуючих країн характери-

зуються невисокою економічною життєздатністю. Але найголовніше, що в багатьох відсутнє віддуння національної та громадянської єдності.

Передумовою побудови багатонаціонального світу була гіпотеза про те, що різноманіття та більша кількість незалежних держав має гарантувати стабільність світу через створення багатонаціональних інститутів інвестування та управління, шляхом встановлення рівноваги. Проте контрасти, в країнах, що розвиваються, а також потужні темпи економічного розвитку окремої групи країн виявилися вражаючим. У середині ХХ ст. найбільшійми країнами вважалися країни Африки та Азії. Це при тому, що африканські держави були багатші на природні корисні копалини, які були закладені в основу їх потенційного економічного зростання. Азія розвивалася повільніше, до моменту поширення економічної глобалізації. Після чого до категорії національного багатства було включено людський ресурс, використання якого і стало основою азіатського зростання. Сьогодні ми бачимо, що сама по собі забезпеченість природними ресурсами не дає належного ефекту і не є запорукою стійкого зростання.

Серед широкого загалу окремі громадяни не надто переймаються через загальне економічне зростання країни. Це питання їх стосується опосередковано. Економічне зростання оцінюється через свободу та можливість самореалізації в співвідношенні до поточних доходів та багатства. Цікавим є те, що в своєму буденному житті люди приділяють більше уваги нематеріальній сфері – моралі, традиціям, релігії, системі відносин у суспільстві. У соціально-економічному аспекті, люди зосереджені на продуктивності власної зайнятості, через яку вони реалізують потребу в приналежності, самореалізації та визнанні, а також на здоров'ї та освіті. Власне, це характерне для суспільств постіндустріального типу.

Концепція стійкого зростання приваблює тим, що така динаміка може забезпечити зростання рівня доходів до того рівня, який спричинить скорочення бідності та створить передумови для підвищення продуктивності праці та її творчого наповнення.

Джерелом зростання в сучасних умовах є людський капітал, або людські ресурси. При чому не лише в кількісних показниках, проте це стосується їх якісних характеристик – освіта, здатність до інноватики, творчість та здоров'я. Усе це є об'єктами соціокультурної політики та сферою довгострокового інвестування. Довгострокове інвестування полягає у відкладених поточних вигодах від використання капіталу на користь майбутнього. Реалізацію довгострокових інвестиційних стратегій можуть собі дозволити, насамперед, економічно розвинуті країни, економіка яких спрямована на обслуговування суспільства із задоволеними базовими потребами, тобто ситого соціуму. Сучасна економічна наука тільки починає досліджувати подібні системи.

В умовах забезпечення стійкого зростання функції держави доповнюються необхідністю забезпечення згуртованості як обов'язкової передумови. Основним інструментом є модель інклюзивності або включеності, суть якої полягає в формуванні в індивідів впевненості в тому, що зусилля кожного не будуть марні, а позитивно вплинуть на загальний спільний результат при гарантії захищеності економічної, юридичної та політичної. Нові та умовно молоді держави, які є різномірними за мовними, релігійними та етнічними ознаками, насамперед, зустрічаються на своєму шляху з проблемою ідентичності, згуртованості та інклюзивності. Переважна більшість ресурсів спрямовується на отримання політичної влади та боротьбу за ресурси. Інвестування в довгострокові проекти та економічне зростання в такому випадку є практично неможливим.

Економічне зростання генерується зростанням продуктивності (рис.2.23). Є інтенсивні та екстенсивні фактори підвищення продуктивності. В умовах обмеженості часу, робимо вибір на користь інтенсивних факторів, які ґрунтуються на впровадженні інновацій. Інновації є джерелом прогресу, проте отримані результати можуть бути реалізовані лише при передачі їх від країн-розробників до інших країн з метою застосування в нових умовах. Класичний підхід: технології та знання передаються від більш розвинутих регіонів до тих, що лише тільки розвиваються. Це, насамперед, позначається на можливостях випуску, а отже на загальній продуктивності. Існує припущення про те, що сусідство з більш розвинутими територіями має позитивним чином впливати на менш розвинуті, через поширення технологічного впливу.

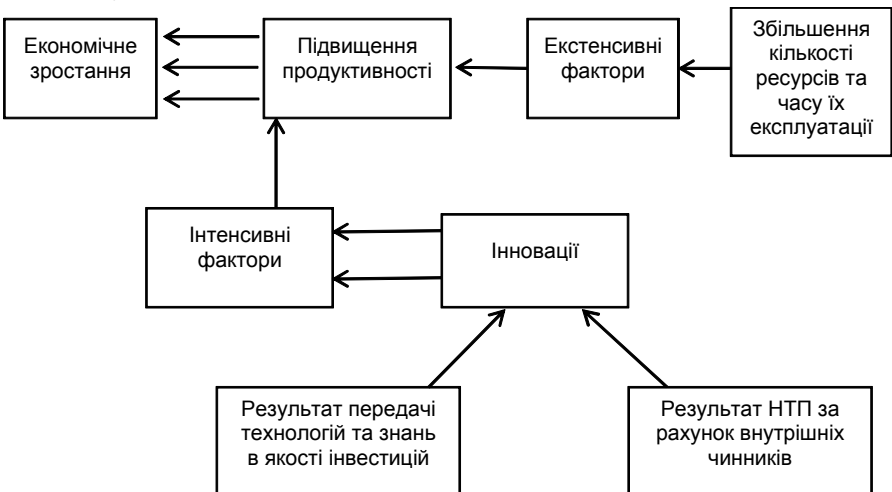


Рис. 2.23. Передумови економічного зростання, авторська розробка

Проте, насправді, ми маємо на увазі експлуататорську систему відносин. Більш розвинуті регіони використовують ресурсний потенціал менш розвинутих.

Забезпечуючи робочі місця, створюючи передумови для міграції населення – вони залучають дешеву робочу силу, подекуди високої кваліфікації на ті позиції, які не зайняті місцевим населенням.

Капітальні інвестиції, технологічне оснащення, розміщення власного виробництва та ін. форми передачі технологій – не завжди лише створення робочих місць для місцевого населення з метою підвищення їх добробуту, мінімізації власних витрат на робочу силу. Але також обмеження потенційного технологічного розвитку і зростання через надання доступу лише до частини виробничого процесу. Гостро відчувається це в ІТ-секторі. Експлуатація природних ресурсів за зниженими цінами.

Поширення культурних цінностей – не лише спроба підвищення загального рівня освіченості та грамотності, а, насамперед, економічна вигода, яка базується на розширенні ринків збуту та через формування певного стилю життя й системи цінностей. В умовах геополітичного протистояння – отримання союзних територій з населенням, що поділяє дане світобачення. У культурному сенсі – встановлення культурної одноманітності при знищенні елементів культурної ідентичності.

Взаємодія соціально-економічних систем на регіональному та міжнародному рівнях – є складним та динамічним процесом. Подекуди штучність та відсутність економічного обґрунтування процесів районування (на локальному рівні) та утворення незалежних держав (на міжнародному) є однією з причин поглиблення соціальних, політичних та економічних диспропорцій в світі. Таким чином, багатонаціональність та мультикультуралізм які апіорі мають виконувати роль каталізатора розвитку, перетворюються на чинники гальмування та джерела ризиків.

Стратегії та концепції, в основі яких покладена гіпотеза про тісний взаємозв'язок та взаємообумовленість динаміки розвитку регіону та темпів розвитку його сусідів, не враховують негативних наслідків подібного сусідства. Досить часто ігнорується той факт, що більш сильні регіони експлуатують сусідні, а можливий економічний розвиток менш розвинутих сусідів є побічним результатом подібної взаємодії. Його природна сутність у довгостроковій перспективі може мати негативні наслідки.

Щодо прийняття стратегії сталого розвитку, як підґрунтя державних політик, доцільно аналізувати широку палітру передумов, починаючи від економічних факторів, закінчуючи історичними причинами утворення окремих національних угруповань.

Креативні та культурні індустрії стали об'єктом інтересу як для наукових досліджень, так і для державної політики, пов'язаної з місцевим та регі-

іональним розвитком протягом останніх двох десятиліть. Те, що сьогодні визначається як сектор культурних та креативних індустрій насправді є групою різноманітних видів діяльності, які різняться за своєю природою та економічним механізмом.

На підставі наступних критеріїв:

1) корисність (цінність утилітарна чи культурна);

2) рівень комерціалізації;

3) характеристика вироблених товарів і послуг;

4) способи розташування творчих виробництв;

5) діапазон ринку польськими дослідниками П. Томчак та К. Стахов'яком було розроблено систему характеристик культурних і креативних індустрій та запропоновано графічну модель [235].

Зазначені критерії було відмічено на горизонтальних осях, протилежні кінці яких символізують кінцеве значення кожного критерію. Наприклад, "діапазон ринків" – ілюструє перехід від орієнтації на локальні ринки до глобальних ринків збуту, а "спосіб розташування" – перехід від високої концентрації та кластеризації до просторового розпорощення. Останнє притаманно тим, галузям, цінність товарів і послуг яких зумовлюється або історичним розташуванням, або існують відокремлено та не залежать безпосередньо від супутніх товарів та послуг, а навпаки, самі можуть бути їх джерелом. Критерій "корисність" – ілюструє співвідношення утилітарної цінності та культурної цінності в продукті або послугі. На кожній з цих осей було розміщено креативні та культурні індустрії, що вище були зазначені (рис. 2.24). Точки, які займають гілки на осях, є приблизними за своєю природною структурою.

Отже, в запропонованій моделі ми бачимо, що два з п'яти аналізованих критеріїв (діапазон ринку та характер локації творчої діяльності) мають просторовий та локаційний характер. У цьому контексті виникають питання, які потребують роз'яснення. По-перше, розуміння єдності локального та глобального. Обидві категорії розглядаються тут "реляційним способом як просторові величини відмінностей, соціальні міри, які розмежовують простір (...), а перехід від локального до глобального масштабу – це не перехід від однієї окремої арени до іншої, а процес створення мережі посилення, який дозволяє об'єктам рухатися між різними "місцями розміщення". Таким чином, фактор простору розглядається в контексті розміщення виробництва.

Друге питання – механізм та масштаби розповсюдження товарів та послуг культурної індустрії. У даному питанні криється функціональна суперечність. Для її розкриття можна використати заклади галузей, які класифікуються як локальні: сектор виконавчих мистецтв та спадщини. Зважаючи на специфіку та призначення культурних товарів та послуг, зрозумілим є те, що вони не можуть бути адресовані лише місцевим мешканцям.

Досить часто організації культурної індустрії розташовуються на об'єктах, які є й архітектурними пам'ятками міста, як національні академічні театри опери та балету в Одесі, Києві, Львові, театр опери і балету Ла Скала в Мілані, музичний театр в Сідней та ін. або ж Лувр у Парижі, музей Ватикану в Римі, британський музей в Лондоні, Ермітаж у Санкт-Петербурзі та багато ін. видатних музеїв. Тобто, спостерігається симбіоз організації та приміщення (місця розташування). У цьому контексті цікавим прикладом може бути Бродвей в Нью-Йорку та Метрополітен-музей, який відкрив он-лайн доступ до своїх архівів. Переважна більшість людей в розвинених країнах споживає такі культурні продукти як фільми чи музика, завдяки посередництву різноманітних засобів масової інформації, Інтернету та широкої мережі дистрибуції. У діяльності таких організацій, як музеї та театри, безпосередній контакт зі споживачем – є вирішальним фактором, проте сьогодні за допомогою сучасних цифрових технологій та маркетингових комунікації вони можуть конкурувати й на наднаціональних ринках. Отже, суперечність полягає в тому, що за способом безпосереднього споживання та основної орієнтації на цільову аудиторію в класичному розумінні, ці підприємства окремих індустрій є локальними, проте послуги, які вони можуть надавати за допомогою технологій сприяють їхньому виходу на глобальний ринок.

У досліджуваній нами моделі, було винесено осі просторових критеріїв, а саме: "розташування креативної діяльності" та "діапазон ринку" з метою виявлення взаємообумовленості між цими характеристиками (рис. 2.25). Точки переходу позначені на рис. 2.24 стрілками.

Виявлено, що креативні галузі мають прояв у всіх чотирьох квадрантах діаграми. Це означає, що існують кластеризовані глобальні (видавнича справа, дизайн та мода, кіноіндустрія, телебачення, музична індустрія, відео та комп'ютерні ігри, програмне забезпечення), локалізовані локальні (радіо, художні школи), розсіяні глобальні (індустрія розваг та відпочинку, антикваріат, реклама) та розсіяні локальні галузі (спадщина, ремесла, фотографія, виконавські мистецтва). Спостерігається певний взаємозв'язок: найбільша кількість орієнтованих на глобальні ринки індустрій належить до кластерних, а орієнтовані на місцеві (локальні) ринки – до розпоросених індустрій.

Підприємства культурних та креативних індустрій, зазвичай, концентруються в містах та утворюють спеціалізовані кластери [207]. Схильність до просторової концентрації зумовлена урбанізацією, яка створює передумови для взаємодії між різними секторами, і забезпечує мінімізацію транспортних та експлуатаційних витрат, в порівнянні з периферійними зонами.

Серед істотних переваг урбанізації визначають наступні:

- наближеність до безпосередніх споживачів;
- близькість постачальників;

- доступ до інформації;
- творче середовище.

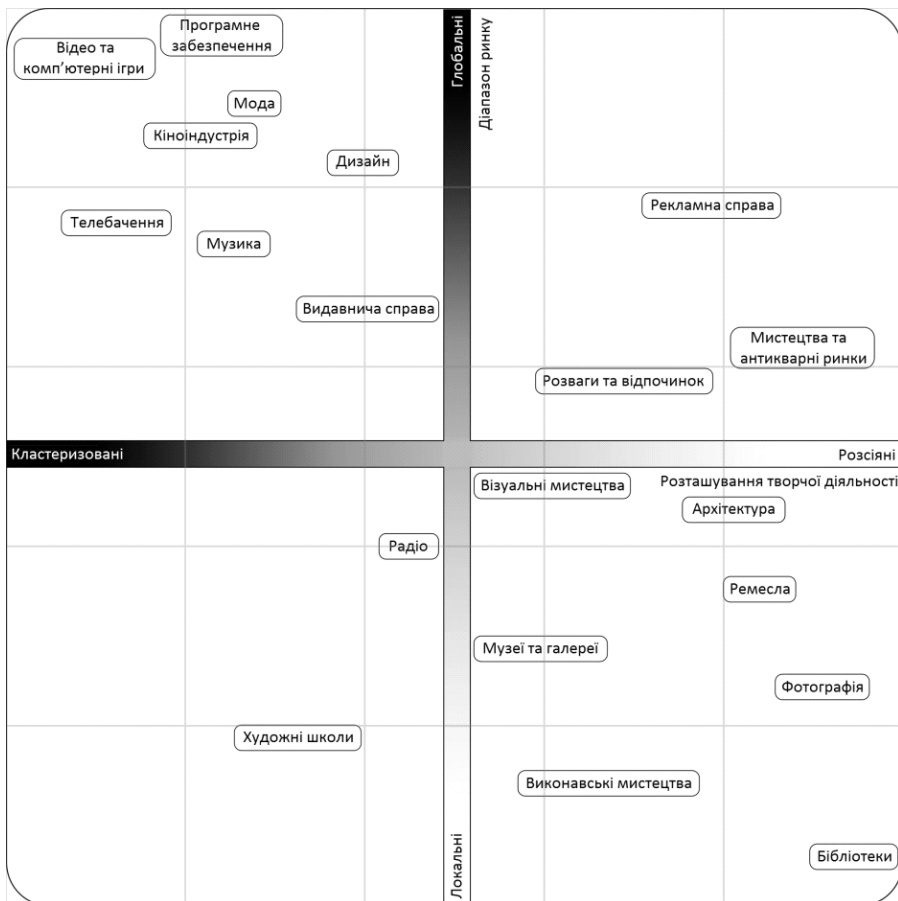


Рис. 2.25. Розподіл культурних та креативних індустрій в залежності від критеріїв розташування творчої діяльності та діапазону ринку [235]

Насамперед, варто звернути увагу при визначенні ролі просторових факторів на розвиток креативного сектору, на те, що поширення культурного продукту будь-якої з зазначених індустрій, його популяризація відбувається нелінійно та досить часто імпульсами. Базовою передумовою є формування соціальних мереж та відповідної інфраструктури, які забезпечать можливість

ознайомлення з продуктом, його сприйняття й інтерпретацію та подальше його споживання. Принцип виробництва товарів у максимальному наближенні до споживачів і постачальників – незмінний, оскільки дозволяє мінімізувати ризики неоптимальних витрат і завищених цін. Запропонована модель критеріїв розміщення може бути використана під час розробки стратегій регіонального розвитку. Діапазон ринків і територіальне розміщення в секторі культурної індустрії відіграють досить важливу роль. Культурна цінність місця розташування створює додану вартість послуг та товарів. Світовий досвід демонструє, що галузі з високою доданою вартістю в основному створюються в економічно розвинутих регіонах, тоді як індустрії з низькою доданою вартістю базуються в країнах, що розвиваються.

Наприкінці ХХ ст. людство отримало унікальні можливості, які ми тільки починаємо усвідомлювати та опановувати. Досліджуючи економіку культури, доцільно звертати увагу не на процес коммодифікації культури, а на становлення та розвиток системи товарного виробництва в промислових масштабах – взаємозв'язок між індивідуальним митцем та культурними фабриками. У II пол. ХХ ст. в провідних країнах світу відбулося становлення системи державного регулювання культури. Паралельно з цим відбулося утвердження поняття культурних індустрій як частини культури. Метою державної політики був захист культури від надмірного впливу індустріалізації для збереження та забезпечення основних соціальних функцій гуманітарного сектору. Маємо приклад позитивного державного втручання.

Організацію товарного виробництва в сфері культури можна охарактеризувати як постфордизм – відхід від масового уніфікованого тиражування до гнучкої спеціалізації.

Культурні індустрії не є результатом старої системи відтворення. Вони розташовані на самому початку нової системи товарного виробництва та формують основу "економіки символів та простору".

Державна економічна політика, що спирається виключно на матеріалізм у нових умовах не виправдовує себе, оскільки вартість багатьох продуктів визначається кількістю застосованих знань [234, с. 108]. Питання повної трансформації суспільства потребує ґрунтовного аналізу, який має спиратися на недогматичне та не ригористичне виявлення каузальних та функціональних зв'язків в межах суспільно-економічних систем та врахуванні впливу різноманітних зовнішніх та "випадкових" сил.

Розділ 3

КУЛЬТУРНА ІНДУСТРІЯ В СТРУКТУРІ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Сектор культурної індустрії – є складним, системним та масштабним явищем. Кожен з підсекторів функціонує за власними принципами та механізмами. Вони мають власні моделі економічних механізмів та бізнес-моделей. Це обумовлено специфікою основних культурних продуктів, які створюються, та супутніх послуг, необхідних для надання основного культурного кінцевого споживачеві. Не зважаючи на суттєві розбіжності, культурні індустрії мають і спільні риси:

- 1) спрямованість на задоволення естетичних потреб населення;
- 2) створення культурного продукту, який є об'єктом авторського права;
- 3) обов'язкове поєднання з сучасними технікою та технологіями на всіх етапах життєвого циклу товару від його задуму до кінцевого споживання;
- 4) обов'язковим елементом кожної індустрії є маркетингові агенції;
- 5) спільні ризики.

Культурні індустрії різняться між собою за витратами на процес створення продукту та потенційною прибутковістю. Найдорожчою з індустрій прийнято вважати індустрію телебачення. Це зумовлено в першу чергу потоковою логікою надання послуги, а також техніко-технологічною складовою. Найприбутковішими вважаються музична індустрія та індустрія комп'ютерних ігор. Ці індустрії мають швидших кругообіг ресурсів та дозволяють отримати фінансові результати раніше ніж кіноіндустрія та телебачення. Елементи кіноіндустрії або екранної індустрії – є базовими для телевізійної індустрій, рекламного сектору, індустрії комп'ютерних ігор. Вона максимально наближена до класичного театрального мистецтва, проте не можлива без сучасних технологій.

Саме ця індустрія однією з перших продемонструвала широке різноманіття бізнес-моделей та стала одним з інструментів державної культурної політики. Перераховані аргументи і зумовили наш вибір запропонованого переліку підсекторів.

3.1. ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Маємо на меті розгляд музичного сектору як сфери економічної діяльності та індустрії, яка має тісний зв'язок з іншими сферами креативного сектору, зокрема з телебаченням, радіомовленням та індустрією виконавських мистецтв.

Світова економічна система зазнала глибокого та руйнівного занепаду в 2008 р., наслідки якого ще й донині нагадують про себе. Це економічне потрясіння вплинуло на підхід до державного регулювання соціально-економічної сфери. На даний момент дуже важко писати про успішність окремих заходів чи напрацювання єдиного комплексу універсальних рецептів виходу з економічної кризи. В умовах динамічного розвитку світової економічної системи швидкість прийняття максимально коректних рішень стає запорукою довгострокового виживання країни та забезпечення добробуту населення. Виходячи з цих позицій, досвід розвинутих країн світу має значний інтерес [54].

Уряд Великобританії зробив творчий сектор пріоритетним у своїй новій промисловій стратегії. Це свідчить про те, що представники галузі називають потенційно "новим, сміливим та образним розумінням бізнесу". Було зазначено, що сектор креативних індустрій є одним з п'яти секторів, якому приділили особливу увагу в "Зеленій книзі" Промислової стратегії [137]. Це є передумовою формування подальшої економічної політики та потім знайде своє відображення в системі законодавства. Креативні індустрії офіційно визнані частиною британської промислової стратегії. Такий крок свідчить про становлення нового розуміння підприємницької діяльності та ведення бізнесу в XXI ст.

Інтеграція творчих галузей в промислову стратегію зумовлена темпами зростання, які демонструє даний сектор протягом останніх років. Його зростання перевищує більшість секторів промисловості Великобританії. За статистичними даними Уряду креативний сектор продукує 8,8 млрд. фунтів стерлінгів на годину. Сьогодні вартість креативних індустрій у Великобританії становить 71,4 млрд. фунтів стерлінгів. Лише в 2012 р. він зріс на 10%. Джон Рострон зазначає, що сектор культурних і креативних індустрій в Великобританії за обсягами поступається лише фінансовому [116].

У новій стратегії промислового розвитку, в якій сектор ККІ входить до переліку стратегічно важливих галузей, виокремлено "Музичну індустрію" та "Індустрію комп'ютерних ігор", як такі, що мають значний економічний потенціал.

Обсяги економіки музичної індустрії складають приблизно 4,1 млрд. фунтів стерлінгів. Музична індустрія охоплює концертно-гастрольний бізнес, рекордингову індустрію, послуги продюсерських центрів та експорт.

Економічний ефект від проведеного концерту не обмежується виключно гонораром виконавця. Він складається також з вартості супутніх послуг та спожитих і придбаних, під час музичного дійства, товарів проміжного та кінцевого споживання (алкоголь, їжа, таксі, готелі чи кемпінг, сувенірна продукція, права на трансляцію, право на відео та звукозапис та ін.).

Музична індустрія залучає фінансування через реалізацію культурного продукту, а також через маркетинг та промоцію.

На рис. 3.1 представлено схематичну структуру музичної індустрії. Метою є визначення ролі кожного гравця стосовно виконавця. Основними гравцями на ринку виступають рекордингові організації (Label), музичні видання (publisher), концертні організації (booking) та маркетингові агенції. Діяльність трьох перших суб'єктів зосереджена навколо авторських прав на музичний продукт. Авторські права постають в трьох основних формах: авторські, виконавські та суміжні.

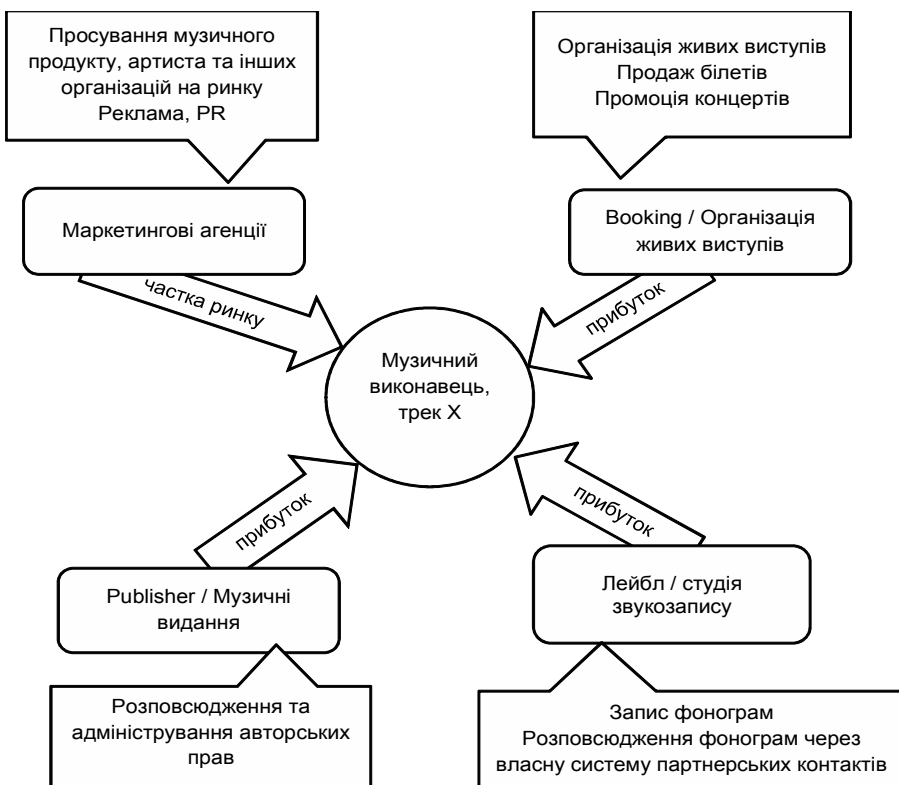


Рис. 3.1. Структура музичної індустрії, авторська розробка

Рекордингова організація або лейбл, насамперед, займається створенням та розповсюдженням фонограм під своєю торговою маркою. Використовують, насамперед, суміжні права – фонограми та виконання. До основних функцій належать випуск дисків, поширення в цифровому середовищі, розміщення фонограм в угодах синхронізації та створення аудіовізуального продукту, передача на радіо та телебачення. Лейбл розповсюджує фонограми через свою мережу партнерських організацій. Дана організація орієнтується саме на музичний продукт, а не на артиста. Реалізується механічне використання авторських прав.

Одночасно з лейблом можуть працювати окремі дистриб'ютори, які виконують роль посередників між лейблами, музикантами та ринком.

Наступним важливим гравцем є музичні видання (publisher). Їх основне завдання – збір авторської винагороди. Вони виконують функцію розповсюдження та адміністрування авторських прав. Розрізняють пасивні та активні видання:

- пасивні – виключно збирають винагороду;
- активні – збирають винагороду та продають авторські права.

Розглядаючи авторське право в Україні, варто звернути увагу на наступні позиції:

1. Присутність на ринку великої кількості авторських товариств. У результаті інформаційна база об'єктів та суб'єктів авторського права розпорошена серед безлічі організацій. Це призводить до процвітання нелегального використання музичного продукту, оскільки відсутня централізована система збору роялті.

2. Музиканти не поспішають реєструвати свої твори, назви, фірмові стилі як об'єкти авторського права. А, отже, і не формують запит на подібні послуги.

Концертні агенції допомагають організувати концерти або продають концерти. Відповідають за взаємодію з концертними майданчиками, а також за організацію заходу та його промоцію. Враховують умови логістики, задовольняють вимоги щодо райдеру (технічні та побутові). Деякі концертні майданчики є концертними агенціями.

Окрім концертних агенцій, важливе місце в цій системі посідають білетні сервіси. Практично вони мають функціонувати в єдиній системі, доповнюючи один одного. Це має дозволити мінімізувати потенційні ризики шляхом їх перерозподілення. Сьогодні в Україні сформувався олігополістичний ринок білетних сервісів, основними лідерами серед яких виступають Concert.ua, Karabas.com, Gastroli.ua, World Ticket Pro, Parter.ua. Головним об'єктом протистояння між промоутерами та білетними сервісами є сервісний збір у розмірі від 5 до 15 % від вартості квитка, який позначається на продажі квитків та зменшує прибуток організатора концерту. Білетні сервіси

аргументують його наявність необхідністю покриття витрат на обробку замовлення, сервіс та роботу системи. Промоутери вагаються щодо цієї додаткової оплати, оскільки білетні сервіси отримують відсоток від продажу концерту. Основним питанням тут постає проблема поділу ризиків.

Собівартість концерту формується наступним чином:

- гонорар виконавця;
- оренда приміщення;
- технічний райдер;
- побутовий райдер;
- перевезення та логістика;
- маркетинг;
- сервісний збір білетних сервісів.

Маркетингові агенції відповідають за розміщення артиста або організації на ринку. На відміну від всіх інших гравців маркетингові агенції працюють повністю за кошти замовника. Маркетинг та реклама відіграє важливу роль не лише в діяльності виконавців, але й промоутерів, концертних майданчиків, білетних сервісів та ін.

Середовище діяльності музиканта та музичних продюсерів є дуже мінливим, складним та динамічним. Його аналіз потребує системного та міждисциплінарного підходів. Виходячи з того, що з моменту введення в науковий обіг поняття "культурна індустрія" в першій пол. ХХ ст. воно еволюціонувало до поняття "креативні індустрії" на поч. ХХІ ст., зрозумілим стає складність та унікальність середовища кожної з індустрій. На прикладі середовища музичної індустрії ми можемо прослідкувати взаємозв'язок креативних індустрій (рис.3.2).

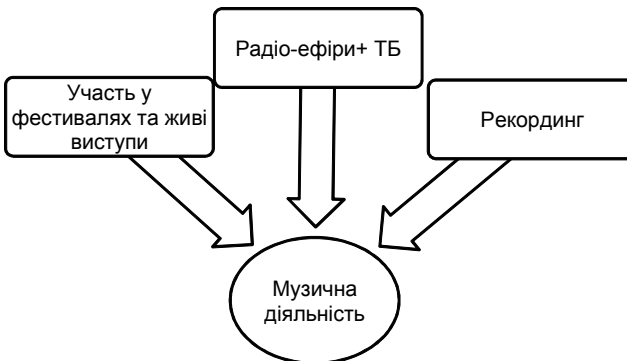


Рис. 3.2. Середовище функціонування сучасного музичного виконавця, авторська розробка

Базовим видом діяльності музиканта є його концертна діяльність, тобто виступ, або, інакше кажучи, показ власного продукту на фестивалях і концертах. Рекординг базується на поєднанні культурного продукту та сучасних техніки та технології, оскільки спрямований на запис та масове тиражування музичного продукту. Телебачення та кіно – є прикладами синхронізації та створення цілісного аудіо-візуального продукту. Доцільним є використання всіх зазначених сфер з метою максимізації аудиторії слухачів.

Основним викликом сучасної музичної індустрії є широке застосування нових технологій та техніки. Традиційний аналоговий бізнес як один з інструментів отримання прибутку, зазнав стрімких змін через специфіку сучасного споживання, яке стає мобільним, миттєвим та зорієнтоване не на альбом, а на окремі треки. Боротьба з піратством через блокування контенту не дала результату, і навіть зашкодила.

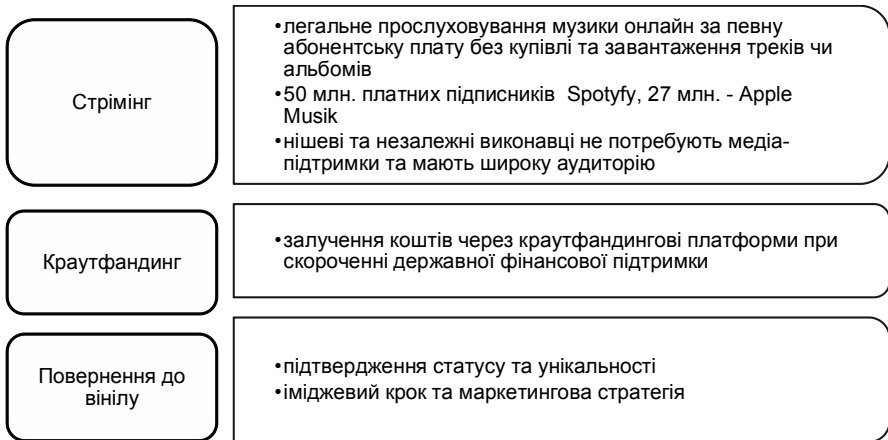


Рис. 3.3. Світові тенденції сучасної музичної індустрії, авторська розробка

Зростання ролі стрімінгу суттєво вплинуло на музичний ринок. І хоча, цей сектор забезпечив лише 1% ВДВ в 2015 р., проте спричинив суттєві зміни в бізнес-середовищі та процесі формування репертуару виконавців. Решта індустрії зросла за останні чотири роки, в середньому на 17%. Особливого розквіту зазнав сектор концертно-гастрольної діяльності в основі якого є живе виконання.

І в той час, як сектор рекордингу поступово скорочується, сегмент уречевленого музичного продукту залишається відносно стабільним. У 2015 р. падіння обсягів продажу компакт-дисків на 3.9% було найменшим з 2005 р.

Повернення до вінілових платівок демонструє зростання протягом останніх трьох років продажів більш ніж на 60%. У цілому, з'явилися передумови до зростання рекордингової індустрії в найближчі роки.

Однією з гострих проблем музичної індустрії є те, що попит на музику та прибутки від деяких цифрових сервісів, які фінансуються за рахунок реклами, не співпадають. Основною проблемою в даному випадку є протекціоністські заходи та застаріле законодавство.

Такі сервіси як Apple, Spotify і Tidal забезпечили доступ для широкого кола слухачів і продукують додану вартість.

Розвиток живих виступів та фестивалів, зокрема мало- та середньо форматних фестивалів – зорієнтованих на конкретну цільову аудиторію з відповідними лайнапами.

У Великобританії дуже розвинутий музичний туризм. Приблизно більше ніж 767 тис. відвідувачів з-за кордону [116]. Проте існують такі фактори, які в майбутньому можуть ускладнювати розвиток даного бізнесу. Зокрема брексит позначився на музичній індустрії наступним шляхом:

1. Ускладнення процесу оплати в місцевих валютах зумовлених коливанням курсу фунту.
2. Виникнення ускладнень з візами, що завдають певних труднощів для вільного руху людей.
3. Посилення конкуренції на фестивальному ринку через велику кількість фестивалів з дешевими квитками на континенті (в межах ЄС).
4. Віддалення на культурному рівні від континентальних країн може знизити попит на музичну продукцію Англії.

Аналітичні данні британської музичної надихають на наслідування та підкреслюють перспективність даного сектору: 4,1 млрд. фунтів стерлінгів – валова додана вартість, експорт сягає до 2,2 млрд., і забезпечується 119,020 робочих місць. Сприятлива інвестиційна політика уряду забезпечує розвиток даного сектору. Перегляд податкового законодавства, робота з інституціями, пов'язаним з музичною сферою (школи, оркестри, консерваторії), організація лотерей.

UK Music у 2016 р. повідомляє про чотири роки сильних та стійких економічних результатів із записаної, опублікованої та живої музики.

Британська музика є важливим сектором британської креативної економіки та однією з передумов стабільного економічного зростання. Виконавчий директор UK Music Джо Діппл, зазначає важливість участі держави в розбудові даного сектору [227] Музична індустрія розглядається як гнучка система – інструмент впливу на глобальному рівні.

Економічні результати музичної індустрії демонструють досить позитивні тенденції (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Структурні зрушення в британській музичній індустрії за 2012-2015 рр. у %

Проведені економіко-статистичні вимірювання музичної індустрії в Великобританії дають можливість економістам аналізувати тенденції на новому та перспективному ринку. За останні кілька років з моменту початку спостережень, індустрія продемонструвала стабільне зростання навіть в умовах економічної кризи. Протягом цього періоду частка ВДВ зросла в середньому на 13%, а експорту та зайнятості – на 30% і 14% відповідно, що перевищило результати багатьох інших галузей економіки. Зростання зайнятих в даній індустрії підтверджує припущення про тенденції до стійкого розширення в середньостроковій перспективі.

Цікавими є тенденції в структурних зрушеннях суб-індустрій. Зокрема, стрімке зростання експорту живої музики свідчить про динаміку в концертно-гастрольній індустрії та збільшення загальної аудиторії слухачів, які брали участь у музичних заходах з англійськими виконавцями. І хоча за період 2014-2015 рр. відбулося скорочення на 2% (до 3,7 млрд. фунтів стерлінгів) частки даного суб-сектора музичної індустрії в структурі ВДВ, в цілому на середньостроковій динаміці це суттєво не позначилось. Це було зумовлено скороченням кількості місцевих музичних центрів та центрів культури, які були пов'язані з музичним сектором, закриттям концертних майданчиків. З даних діаграм стає очевидним, що на даному етапі саме концертно-гастрольний бізнес виступає рушійною силою розвитку галузі.

Динаміка експорту послуг у сфері продакшену, яка охоплює роботу продюсерських центрів, студій звукозапису та спеціально підготовленого персоналу цілком передбачувана та обумовлена техніко-технологічним оснащенням даної галузі в Англії, а також системою підготовки фахівців. Це дозволило на даному етапі створити підґрунтя для надання спеціалізованих послуг на високому рівні та забезпечити конкурентну перевагу британським компаніям.

Британська музика продовжує домінувати у всьому світі, охоплюючи 17% світового музичного ринку. У 2015 р. п'ять із десяти найбільш відомих виконавців у світі були британськими, а 1 з 6 альбомів, придбаних у всьому світі, були випущені виконавцями з даної країни. Значне зростання експорту музичних записів разом із збільшенням доходів, отриманих від стрімінгу, свідчать про позитивні тенденції на майбутнє.

Рекордингова індустрія є найбільш експортною сферою, як і інші культурні та креативні індустрії. Поте, враховуючи можливі наслідки брекситу як виробникам, так і уряду, необхідно буде віднайти способи збереження експортної потужності в умовах обмеженості внутрішнього ринку та постійно зростаючого креативного потенціалу. Галузь продовжує розвиватися, зростає кількість творців та інших груп працівників, отже забезпечення адекватних і стабільних доходів стане важливим питанням у найближчій перспективі.

Протягом останніх років спостерігається закріплення ринку записаних альбомів, відчутне зростання продажів вінілових альбомів. Можемо зробити припущення про наявність передумов для буму в Англії музики на фізичних носіях. В інших країнах схеми споживання музики значно змінилися. Зростання обсягів цифрових завантажень сповільнилося, оскільки споживачі віддають перевагу потоковому прослуховуванню. Це уповільнення компенсувалося збільшення потокової (стрімінгової) підписки, що свідчить про величезний ріст за період 2012-2015 рр. з 106 до 251 млн. фунтів стерлінгів [227] У зв'язку зі зменшенням прибутків за рахунок інших носіїв, можна зробити висновок про те, що сьогодні саме стрімінг виступає рушійною силою та провідним інструментом продажу музичних записів. Завдяки графіку ми бачимо, що позитивну динаміку мають саме цифрові носії та стрімінг. Розповсюдження піратських копій стабільно тримається на рівні 7-10%. Роль цифрових інструментів поширення та продажу музичної продукції суттєво впливає на бізнес-моделі музичних індустрій. Постає питання гарантії авторських прав та винагороди за їх використання, постає питання адекватної оплати за створений продукт та можливості його споживання. Зрозумілим стає необхідність модернізації механізмів реалізації авторського та суміжного прав з метою забезпечення достойної оплати праці працівників музичних індустрій.

Британська музична індустрія адаптується до мінливого комерційного ринку, а споживачі музичного продукту демонструють еволюціонуючі моделі споживання. Її приклад доцільно досліджувати, оскільки Англія має авторитет у даній сфері, і є першопрохідцем в економічних інноваціях. Протягом останніх чотирьох років спостерігається масовий перехід від придбання у власність (купівля дисків та записів, завантаження) до потокового споживання. Платні послуги потокової підписки, такі як AppleMusic, Spotify і Tidal забезпечують значний приріст економіки цифрової музики та в певній мірі компенсують спад у даному секторі. Отже, потокова підписка є запорукою подальшого зростання галузі. Вартість цих платних послуг зросла з 106 млн. фунтів стерлінгів у 2013 р. до 251 млн. фунтів стерлінгів у 2015 р. Проте реалізація потенційного зростання потокової підписки залежить від ринку, який діє ефективно та справедливо. Більш широкі дискусії щодо винагороди власників прав із послуг, які транслюють зміст, завантажений користувачем, ще ніколи не були в центрі уваги.

3.2. КІНОІНДУСТРІЯ ЯК СФЕРА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кіноіндустрія є складним та системним явищем, якому притаманні специфічні механізми створення доданої вартості, розподілу та споживання специфічного культурного продукту. Завдяки своїй ролі у формуванні національної чи регіональної ідентичності, кіноіндустрія має важливе політичне та соціальне значення. Якщо дана індустрія не визначається на державному рівні, як пріоритетна, то її цілі будуть спрямовані на реалізацію розважальної функції комерційного кіно.

Протягом останніх 30 років поняття національного кінематографа в світі перетворилося на базовий елемент державної політики в сфері кіно. Сьогодні кіно розглядається як виявлення географічно сконцентрованої національної культури. Проте така "національна" система створювала проблему для внутрішніх територій та регіонів, які не контролювали просторову організацію національної культурної економіки [147, 243, 244]. Протягом 80-х рр. національне кіно почали аналізувати як інструмент збереження та поширення національної гегемонії.

Аналізу кіноіндустрії як сфери економічної діяльності присвячені роботи С. Вард, М. Гашера [147, 243, 244]. Вчені аналізують регіональне значення даного сектору. У роботі С. Дермоді та Л. Які [131] розглянуто тему національного кінематографа як способу боротьби між локальним символічним значенням культурних особливостей місцевості та діями, зумовленими національним та міжнародним ринковим середовищем. Е. Хігсон [168] визначив національний кінематограф як продукт національної культури або суміш

культур, які належать до певного географічного місця. Проте сама індустрія вимагає осмислення її структури, а аналіз її як сфери національного господарства, потребує адаптації до специфічних реалій національної економіки.

Варто зазначити, що система отримання прибутку в результаті реалізації культурного продукту, починаючи з 50-х рр. XX ст., поступово почала змінюватися. Якщо на потячку становлення індустрії основну роль у отриманні прибутку відігравали кіностудії, то після впровадження антимонопольного законодавства в США, яке зобов'язало кінокомпанії продати свої кінотеатри, саме канали реалізації стають основною рушійною силою в зазначеному секторі.

Розглянемо структуру кіноіндустрії детальніше з метою її розуміння (рис. 3.5).

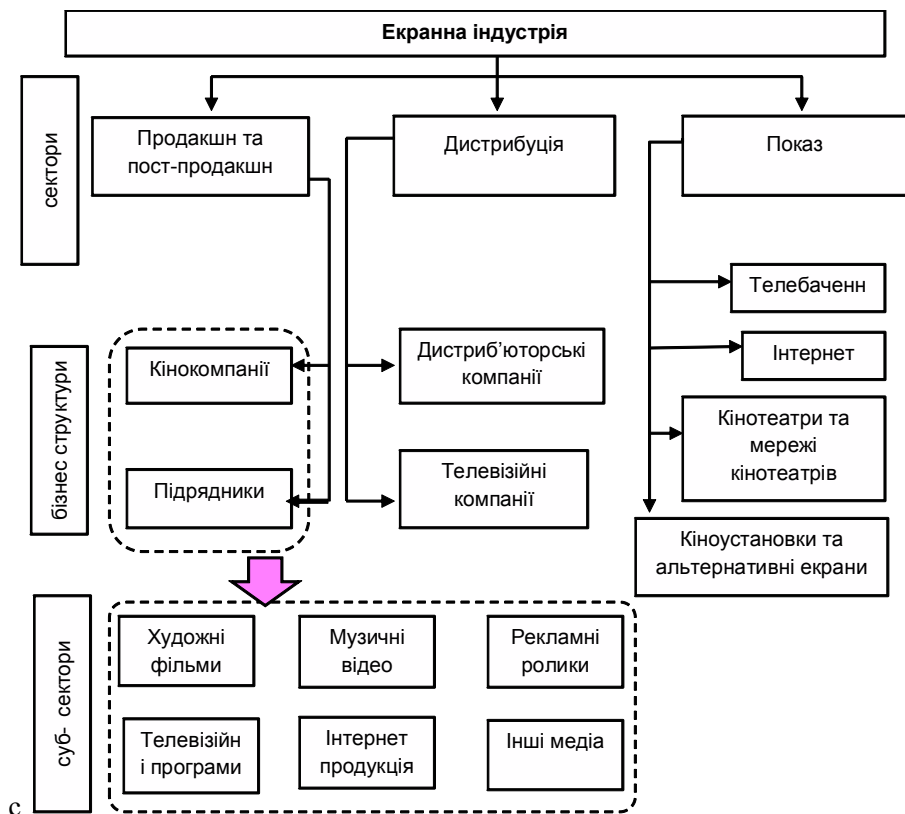


Рис. 3.5. Структура екранної (кіно) індустрії, авторська розробка

На схемі зазначена не кіноіндустрія, а екранна індустрія. Це свідчить про те, що аналізується культурний продукт кіноіндустрії, призначений для поширення, насамперед, через мережу кінотеатрів. Власне, в ідеалі, фільми, які знімаються, насамперед, зорієнтовані для публічного показу та спільного споживання в кінотеатрах, а вже потім розповсюджуються через різні дистриб'юторські мережі для індивідуального споживання. Зазвичай, процес поширення (дистрибуції) кінопродукту підпорядкований стратегічним цілям виробника та зорієнтований на окремі цільові аудиторії.

Проте класичним є такий порядок дій:

1. Вихід на широкий екран – кінотеатри та мережі кінотеатрів, публічний перегляд;

2. DVD та відео реліз – індивідуальний перегляд;

3. Вихід на телебачення та мережа Інтернет – показ для широкого загалу.

Сектори на рис.1 відображають ланцюг створення вартості в зазначеній індустрії: створення аудіовізуального продукту – фільму, розповсюдження по каналах збуту та його прем'єрний показ або показ продукту кінцевому споживачу. Процес створення вартості базується на передачі прав для показу та тиражування.

Процес виробництва та обробки відео – є високотехнологічним та капіталомістким, оскільки має на меті створення аудіовізуального продукту за допомогою сучасного обладнання. Використання сучасного обладнання необхідне й на етапах поширення та споживання фільму. Починаючи від виробництва споживчої електроніки, закінчуючи виробництвом знімального обладнання, обладнання для звукозапису, приладів для освітлення, програмного забезпечення для обробки відео, проекторів та установок для демонстрації фільмів у кінотеатрах та ін. – уособлює сутність культурних індустрій, які базуються на сучасних технологіях, культурі, науці та економіці.

Суб-сектори є частиною кіноіндустрії, в межах якої повністю тотожний виробничий процес культурного продукту, проте сам продукт не є фільмом як повнометражним художнім твором. До основних технічних особливостей кінематографу, що відрізняють його від інших видів запису і відтворення рухомих зображень належать:

1) фіксація фаз руху об'єкта на кіноплівці у вигляді таких послідовних фотознімків (кадрів зображення), на відміну, наприклад, від магнітного відеозапису;

2) проекція рухомого зображення на великий екран, для цього, зазвичай, потрібне спеціальне приміщення, – це дає можливість для спільного сприйняття фільму багатьма людьми одночасно. Реалізація цієї можливості має специфічний комунікативний принцип кінематографа " [28, с. 179].

Досліджуючи структуру кіноіндустрії як сектору підприємницької діяльності, доцільно проаналізувати основні грошові потоки. До складу цього

сектора належить прибуток від послуг кінотеатрів (зокрема надходження від продажу квитків і від кінореклами) і від продажів домашнього відео (відео на фізичних і цифрових носіях, з використанням таких каналів, як роздрібні продажі, оренда і підписка). Суми таких прибутків відображають надходження від використання як цифрових, так і нецифрових ресурсів і формуються за рахунок витрат споживачів і рекламодавців.

До складу домашнього відео належать фільми на фізичних носіях або в електронному форматі, а також телевізійні програми та інший відеоконтент. Прибуток генерується за рахунок роздрібних продажів і оренди відеофільмів на фізичних носіях, а також від послуг відео за запитом, і від підписки на домашнє відео в електронному форматі.

Прибуток від послуг домашнього відео на фізичних носіях розподіляється на надходження від прокату і від продажу відеоносіїв. Він формується за рахунок споживчих витрат на фільми, телевізійні програми та інший відеоконтент на DVD-дисках і носіях Blu-ray. Також до цього складу входить придбання споживачами домашнього відео на фізичних носіях на DVD-дисках і носіях Blu-ray. Прибуток формується на основі всіх витрат споживачів на придбання продукції в роздрібних торгових точках і онлайн. Споживачі сплачують витрати на прокат відео в пунктах прокату та інших роздрібних торгових точках, а також послуги служб, що доставляють DVD-диски і диски Blu-ray експрес-поштою.

Сектор домашнього відео в електронному форматі отримує прибуток від надання за запитом відеоконтенту (зокрема фільми, телевізійні програми та ін. відеоконтент) через оператора платного телебачення або за допомогою послуги ОТТ (over-the-top) / послуги відтворення "потокowego" відеозапису (наприклад, сайт Netflix). Домашнє відео в електронному форматі на основі платного телебачення генерує прибуток, який формується від плати за послуги відео за запитом і відео на умовах оплати за перегляд, що надаються провайдером послуг на телевізійну підписку в якості частини пакета таких послуг або додаткових функціональних можливостей основного пакета.

Підсектори домашнього відео в електронному форматі мають витрати на послуги формату ОТ (over-the-top) / послуги відтворення "потокowego" відео (наприклад, Netflix), в межах яких відео контент поширюється по каналах ширококутвого або бездротового підключення до Інтернету, виводиться на екран персонального комп'ютера, телевізора, планшета, смартфона або будь-якого іншого пристрою і надходить до споживача, обходячи канали, які використовуються провайдером послуг на телевізійну підписку. Ці послуги розділені на послуги відео за запитом, тобто оплата за перегляд кожного окремого контенту (модель TVOD), і відео на умовах оплати за перегляд за ТВ-підпискою (модель SVOD).

Прибуток кінотеатрів формується за рахунок витрат споживачів на придбання квитків на фільми в кінотеатрах, а також витрат на кінорекламу, яку він демонстрував перед початком показу фільма. До складу прибутку не належить дохід від торгівлі в кінотеатрах або здачі в оренду частини їхніх приміщень. Суми такого прибутку формуються за рахунок видатків споживачів і рекламодавців, і мають надходження від послуг, що надаються в нецифровому форматі.

Кіноіндустрія не обмежується лише показом кінопродукту. На рис. 3.6. продемонстровано основні потоки прибутків у даному секторі.

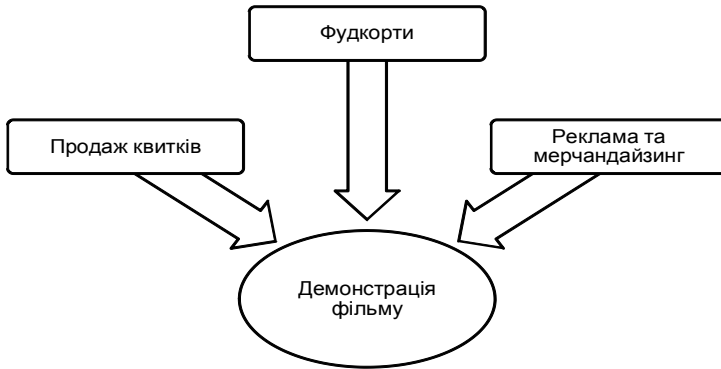


Рис. 3.6. Потоки доходів, авторська розробка

Кінотеатр є найкращим прикладом для перерозподілу прибутків від існуючих каналів до нових. У великих студіях спостерігається різке зниження прибутків від домашньої реклами. Загальний дохід від оренди та продажу фізичного домашнього відео, який вже різко падав, ще знизиться з 8,8% до 2021 р.. Відповідно до таких змін багато великих студій розглядають нові способи скоротити традиційну затримку між кінематичним випуском фільмів та їх наявністю для перегляду в будинку. Власники кіномереж шукають нові способи надання послуг. Зокрема, в 2016 р. співзасновник Napster С. Паркер та ін., оголосили про свої інвестиції в новий проект, що дозволить людям, які готові платити премію, переглядати нові фільми вдома в день прем'єри. Власники кінотеатрів, можуть розширити своє меню контенту, додавши досвід дистанційного перегляду для поціновувачів опери, симфонії, спортивних подій та естрадних фестивалів [203].

За оцінками консалтингової компанії PwC сьогодні світовий ринок екранного виробництва, зокрема кіно, телебачення, відеоігри та рекламні ролики, становить \$ 88,3 млрд., а до 2019 р. він зросте до \$ 104,6 млрд [13]. І національні економіки виборюють ці гроші. Світовий кінематограф розглядається як стабільне джерело інвестицій. ЗУ "Про державну підтримку кінематографії в Україні" має створити сприятливі передумови для розвитку кінобізнесу в країні.

Досить часто кінематографісти проводять зйомки на території іншої країни. Це зумовлено не лише відповідними краєвидами, але й ціною політикою, оскільки кіновиробництво є однією з найбільш дорогих культурних індустрій. Завдяки своїй складній структурі, індустрія кіно має потенціал до створення цілої інфраструктури, спрямованої на обслуговування одного проекту, та використання локації в якості туристичних об'єктів після завершення проекту. Уряди різних країн з метою заохочення пропонують різні схеми взаємодії для представників кіно- та телеіндустрій. Останнім часом все частіше застосовується модель грошового повернення – cashrebate, коли продюсеру, повертається 20 – 40% кваліфікованих витрат в країні, де відбувалися зйомки. Такий метод дозволяє покращити імідж держави через промоцію її території. Що, насамперед, сприяє посиленню туристичних потоків. А також відбувається залучення іноземних масштабних проектів зі значними бюджетами. Основна перевага моделі rebate як економічної заохочувальної схеми полягає в тому, що вона винагороджує тільки вже реально "проінвестували" в країну компанії, так як повернення продюсер отримує після поданих рахунків і чеків вже після витрат, зокрема й сплачених податків.

Відповідно до Ст. 11 ЗУ "Про державну підтримку кінематографії в Україні". (№ 1977-19, від 23.03.2017 відшкодування частини фактично здійснених суб'єктом кінематографії кваліфікованих становить 16,6 % загального обсягу [25]. Зумовлено це тим, що "іноземний суб'єкт кінематографії" використовуватиме розташовані в Україні сценічно-постановочні засоби виробництва, павільйони, місцевості (локації), послуги українських суб'єктів кінематографії, готельні послуги тощо [24].

Проте, як зауважив Е. Ернандес, професор менеджменту бізнес-школи Wharton: "Пропонувати тільки фінансове заохочення – не результативно в довгостроковій перспективі. Території, що конкурують виключно за рахунок грошових пільг, отримують нестійку перевагу ... Але якщо, крім цього, є інфраструктура, сервіс, фахівці й робоча сила – пропозиція одразу має великі переваги" [10].

Сьогодні в Україні кіноіндустрія є чи не єдиною з поміж культурних індустрій, визнаною на державному рівні. Є чітке розуміння стратегічного значення даного сектору в умовах інформаційної війни та гострої необхідності збереження й популяризації національних культурних цінностей.

У Державному бюджеті на 2018 р. подано наступні статті видатків на кінематограф у підгрупі "Державне агентство України з питань кіно": керівництво та управління в сфері кінематографії, державна підтримка кінематографії та Гранти Президента України молодим діячам мистецтва для створення й реалізації творчих проектів у сфері кінематографії та премії за видатні досягнення в галузі кінематографії. Окремо виділені видатки на "Виробництво (створення) та розповсюдження фільмів патріотичного спрямування".

Таким чином, у 2018 р. на кіноіндустрію буде виділено 1,02 млрд. грн. На рис. 3.7. проілюстровано динаміку витатків на кіноіндустрію України з держбюджету за 2013-2018 рр.

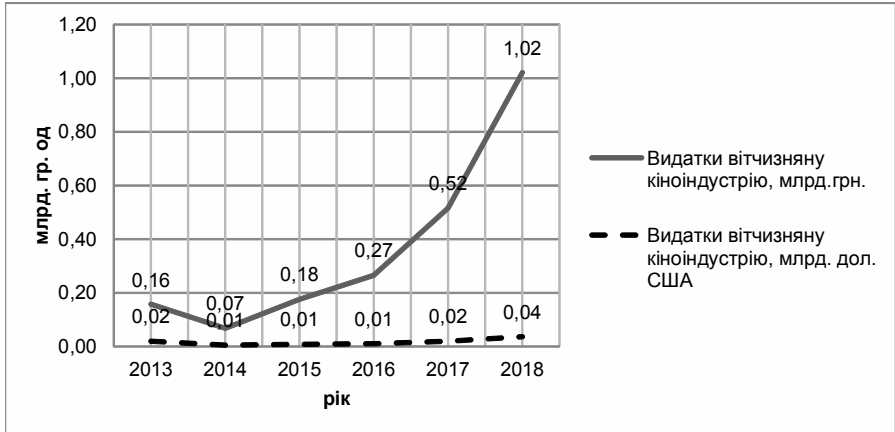


Рис. 3.7. Витатки державного бюджету України на кіноіндустрію, авторська розробка

Варто звернути увагу на те, що витатки в 2018 р. у вітчизняній валюті майже вдвічі перевищують аналогічний показник у 2017 р. Більше того, починаючи з 2014 р. спостерігається щорічне колосальне зростання. Проте, при перерахунку в доларовому еквіваленті, динаміка зазначеного показника є не значною, а цифри не вражаючими. З урахуванням специфіки індустрії, зазначимо, що дані витрати є недостатніми, зважаючи на те, що на міжнародному ринку надається перевага розрахунку в іноземній валюті.

Проаналізуємо динаміку вітчизняної кіноіндустрії, спираючись на статистичні данні, наведені Державним агентством з питань кіно.

Таблиця 3.1

Фільми створені за підтримки Державного агентства України з питань кіно за період 2012-2017 рр., []

Рік	Кількість фільмів	Студії		Доля фінансової участі				
		ДП	Інші	Фактична	Держкіно	Держкіно	Продюсер	Продюсер
				вартість				
				тис.грн.	тис.грн.	%	тис.грн.	%
2012	49	34	15	63661785,96	44801383,46	70,37	18860402,5	29,63
2013	59	30	29	220857,39	141257,59	63,96	79604,27	36,04
2014	27	10	17	73112,38	54327,25	74,31	18785,13	25,69
2015	15	5	10	98647,92	34141,53	34,61	64506,39	65,39
2016	35	6	29	230326,47	69450,15	30,15	160261,08	69,58
2017	51	4	47	539065,93	238818,49	44,30	300250,34	55,70

З наведених даних можна проаналізувати, що фактична вартість фільмів у 2012 р. була набагато вища, ніж у 2017 р. Серед основних причин можна назвати значний економічний спад та військові дії на сході країни. На основі наведеної таблиці обрахуємо частку державних підприємств, які знімали фільми та частку приватних підприємств:

Таблиця 3.2

Співвідношення державних підприємств до інших, на яких було створено вітчизняний кіно продукт за період 2012-2017 рр.

Рік	ДП, КП	Інші
	%	%
2012	69,39	30,61
2013	50,85	49,15
2014	37,04	62,96
2015	33,33	66,67
2016	17,14	82,86
2017	7,84	92,16

З отриманих даних ми можемо прозвітувати, що участь у зйомках фільмів підприємств державної та комунальної форми власності, починаючи з 1012 р. суттєво скоротилась з 69% до 8%, в той же час частка приватних підприємств збільшилася до 92%. На фоні такої динаміки досить цікавим є 2015 р. Після трагічних подій 2014 р., коли ми спостерігаємо глибокий занепад в кіноіндустрії в період нашого дослідження. За таких умов третину всіх вітчизняних фільмів було знято на державних підприємствах. Це цілком логічно, оскільки кіноіндустрія вимагає значних капіталовкладень й інвестицій, а зазначений рік характеризується як дуже несприятливий з точки зору інвестиційної привабливості, тим більше в сферу культури.

Цікавою для нас постає динаміка участі у фінансуванні Держкіно та продюсерів.

Не зважаючи на динаміку скорочення участі державних підприємств у зйомках вітчизняної кінопродукції, частка Держкіно залишається досить суттєвою, не падаючи нижче 30%. Варто звернути увагу на 2016 р. коли на державних кіностудіях ДП "Українська студія хронікально-документальних фільмів" та ДП "Українська студія анімаційних фільмів" було знято 6 з 35 стрічок ("Батя. Дзвони долі", "Первісний авангард", "VivaPrima (І я знов лечу до сонця)", "У відриві", "Лахмітко (Ветошник)", "Кобзар 2015"), проте частка державного фінансування становила 30%. У 2017 р. ми можемо прослідкувати продовження даної тенденції: 4 фільми з 51 було знято на ДП "Національна кіностудія художніх фільмів імені О.Довженка", ДП "Українська студія хронікально-документальних фільмів", ДП "Українська студія анімаційних фільмів", проте частка державного фінансування становила 44,3%.

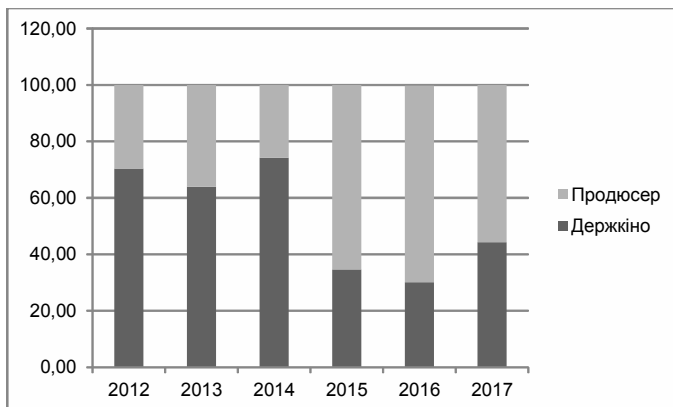


Рис. 3.8. Динаміка участі у фінансуванні фільмів держкіно та продюсерів

Звертаємо увагу на схему державної фінансової підтримки виробництва кіно та серіалів:

- Державні інвестиції: проведення конкурсного відбору продюсерських компаній, які отримують відновлюване фінансування на виробництво не менше ніж двох фільмів для великого екрану (80% – держава, 20% – продюсер) або за іншими пропорціями для серіалів та фільмів для телебачення (50/50 – держава-продюсер) на рік.

- Повернення коштів іноземним та українським продюсерам, які виробляли кіно за власний кошт – до 25% від обсягу коштів, витрачених ними в Україні на виробництво фільмів та серіалів, та 10% витрат, сплачених з території України й кваліфікованих як оплата найманих працівників, які не є резидентами України і не сплачують податки.

В Україні кіноіндустрія розвивається достатньо жваво за підтримки держави. Закриття кордонів для іншомовного продукту, введення мовних квот та прийняття ЗУ "Про державну підтримку кінематографії в Україні" позитивно вплинуло на розвиток зазначеного сектора. Разом з тим, проаналізувавши статистичні данні, отримали досить суперечливі висновки.

Основна проблема кіноіндустрії України – наслідки дотримання принципу держзамовлення. Його надмірність позбавляє сектор життєздатності та унеможливує становлення вільних ринкових відносин. Як наслідок, розуміння того, що кіно – це бізнес, який розпочав свою діяльність нещодавно.

Державні підприємства вітчизняної кіноіндустрії не задіяні на повну потужність. В умовах багаторічного домінування на світовому ринку кіно продукту міжнародних корпорації такі тенденції є доволі загрозливими для

вітчизняного інформаційно-культурного простору. Швидкі темпи розвитку самої індустрії є позитивним явищем, яке обумовлює перспективність та інвестиційну привабливість даного сектора. У той же час, недовантаженість державних підприємств є наслідком недофінансування структур, які працюватимуть на державну культурну стратегію. Створюються передумови для передчасного їх банкрутства та повну відсутність можливостей для переоснащення виробничих потужностей у відповідності до вимог сучасності. Як наслідок, у подальшій перспективі простежуються загрозливі тенденції для інформаційної безпеки країни, яка, передусім, може бути фактором послаблення економічної безпеки, що в умовах інформаційної війни може мати катастрофічні наслідки.

3.3. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Телебачення – це засіб масової комунікації, який передає суспільству аудіовізуальні повідомлення, організовані потоки інформації.

Телевізійні канали – це організовані в часі потоки аудіовізуального контенту, підбраного відповідно до певної концепції, які потрапляють до споживача за допомогою певних організаційних структур та технічних засобів. Сучасне телебачення є сукупністю телевізійних каналів.

Індустрія телебачення – це галузь економіки, яка займається виробництвом телебачення та його транспортуванням до споживачів – телевізійних глядачів (Рис. 3.9.). Інакше кажучи, це індустрія виробництва та розповсюдження телевізійних каналів.



Рис. 3.9. Процес телебачення, авторська розробка

Телевізійний канал також розуміють як підприємство, компанію, яка виробляє інформаційний канал та здійснює мовлення. Інакше кажучи – телевізійна компанія.

До ефірних, зазвичай, належать ті телевізійні канали, які транспортуються до свого споживача в масштабах країни, і саме ефірне мовлення відіграє найважливішу роль. Сьогодні це найдоступніший спосіб передачі глядачам телевізійних програм. Для поширення сигналу в ефір використовують електричні коливання високої частоти, які вільно розповсюджуються в просторі на великі відстані у вигляді радіохвиль. ТВ-сигнали розповсюджуються через антени телецентрів на власні частоті. До переваг ефірного телебачення належать: економічна та технічна доступність за умови прямої видимості; безкоштовний доступ; легкий спосіб розподілення сигналу для індивідуального та колективного прийому.

Основними недоліками є: обмеженість вибору ТВ-каналів; низький захист від сторонніх втручань; чіткий прийом лише за умови прямої видимості.

Ефірне телебачення може бути цифровим та аналоговим – відповідно до технічних характеристик передачі сигналу.

Варто зазначити, що мережа ефірного телебачення побудована на системі регіональних телевізійних ринків, яка взаємозалежна, насамперед, від географічного розміщення населення та населених пунктів, а також національних кордонів.

Неефірним, відповідно, прийнято називати ті канали, які не мають можливості ефірного мовлення та розповсюджуються виключно за допомогою кабельних та супутникових платних мереж. У результаті такі телеканали мають менший потенціал покриття, а отже розповсюдження та впливу на аудиторію.

Мережі кабельного телебачення почали розвиватися в країнах Європи та США у 80-х рр. ХХ ст. В Україні перші кабельні мережі з'явилися на початку 90-х рр. Динамічний розвиток технологій та оптичної передачі даних призвів до формування сучасної моделі мережі, яка складається з головної станції, магістральних каналів зв'язку, субмагістральних ліній та домові розподільники мережі. Основними перевагами кабельного ТВ в порівнянні з ефірним є: висока якість передачі сигналу; високий ступінь захисту від зовнішніх чинників; відсутність проблем з передачею сигналу в містах з багатоповерховою забудовою; великі можливості для розширення переліку послуг та доступних ТВ-каналів, які надаються споживачам. Слабкими сторонами є: платність послуг та технічні перешкоди, що впливають на створення фізичної основи мережі.

Супутникове телебачення – це система передачі сигналу від центра до споживача, коли в якості ретранслятора використовуються штучні супутники Землі, які знаходяться в космосі на геостаціонарній навколоземній орбіті. У порівнянні з наземним ефірним телебаченням, супут-

никове забезпечує покриття якісним телевізійним сигналом великих територій, важкодоступних для ретрансляції звичайним способом. Для прийому сигналу необхідне спеціальне обладнання. Стандартний комплекс складається з супутникової антени, кронштейну, конвертера, кабеля і супутникового ресіверу (супутникового приймача). Для перегляду супутникових телеканалів за допомогою ресіверу використовується телевізор або монітор комп'ютера. Використовується як цифрове, так і аналогове супутникове телебачення. Сьогодні використання "цифри" дозволяє отримати зображення високої цифрової якості HDTV (1080i) та 3D-TV (DVB 3D-TV). Серед основних переваг – перелік можливих послуг, які надаються споживачу. Зокрема: телегід, телетекст, субтитри, стереозвук, об'ємний звук, мультизвук, багатоканальне мультиплексування, висока чіткість зображення та ін.

Базовим елементом всієї індустрії телебачення є створення телевізійного продукту. У сегменті ефірного телебачення працює 31 загальнонаціональний канал, які претендують на статус телевізійних каналів загальнонаціонального охоплення. Проте, варто зауважити, що реальне технічне охоплення може варіюватися від 30% до 95%.

17 квітня 2014 р. було прийнято Закон України "Про суспільне телебачення та радіомовлення України" [26], а 19 січня 2017 р. була зареєстрована юридична особа ПАТ "Національна суспільна телерадіокомпанія України". Таким чином, було реформовано державну систему телебачення та радіомовлення. В оновленій структурі представлено 2 загальнонаціональних ТБ-канали (UA: Перший та UA: Культура), 24 обласні та 3 районні. Місію суспільного мовлення було визначено наступним чином: "Захищати свободи в Україні. Надавати суспільству достовірну та збалансовану інформацію про Україну та світ, налагоджувати громадський діалог задля зміцнення суспільної довіри, розвитку громадянської відповідальності, української мови та культури, особистості та українського народу" [40].

Практично всі ефірні ТБ-канали належать до складу основних медіа холдингів України (див. таб. 3.3).

Українські медіа-холдинги – це не холдинги в економічному сенсі. Більшість з них – це партійно-корпоративні організації політичного впливу. Тільки деяким з перерахованих телеканалів пощастило стати самоокупними, і тільки одиниці є прибутковими. У таблиці подано об'єднання на основі корпоративної єдності. Їх власники – це бізнесмени-політики, а діяльність їх медіа-холдингів спрямована на піар-підтримку їх корпорації.

Окремою підсистемою індустрії телебачення є сервіси доставки телевізійного продукту. ТБ-сигнал передається через мережу зв'язку, може змінювати середовище та технологію розповсюдження та пере-

дачі перш ніж дійде до кінцевого споживача. Тут важливими факторами впливу є географічні та демографічні чинники. Зокрема: територія країни, щільність та розпорощеність населення, природні умови, структура поселень та ін. Основними технологічними способами доставки телевізійного сигналу по території України є ефірне (наземне) мовлення, кабельні мережі та супутникове мовлення. Дедалі популярнішими стають інші способи передачі ТБ-продукту: IPTV, мобільне ТБ та он-лайн ТБ.

Таблиця 3.3.

Медіахолдинги України

Холдинг	Власник	ТБ-канали
	Держава	1. UA: Перший 2. UA: Культура 3. UA: Крим (Перший Ukraine) 4. UA: Перший Digital (Перший T2)
StarLightMedia	Віктор Пінчук	1. Новий канал (молоді люди 14-35), 2. ICTV (чоловіки 25-45), 3. СТБ (жінки 18-54), 4. ОЦЕ ТБ, 5. M1, 6. M2 7. Україн TV
Inter Media Group	Дмитро Фірташ і Сергій Львовичкін	1. Інтер 2. НТН 3. K1 4. K2 5. Мега 6. Zoom (MTV Україна) 7. Піксель (Enter-music) 8. Enter-фільм 9. Інтер+
1+1 media	Ігор Коломойський	1. 1+1 2. 2+2 3. ТЕТ 4. Плюс Плюс (СiTi) 5. Бігуді (Real TV Estate) 6. УНІАН ТБ 7. 1+1 International
Медіа Група Україна	Рінат Ахметов	1. Україна 2. НЛО TV 3. Індиго TV (Кіноточка) 4. Ескулап-TV 5. Футбол 1 (Футбол) 6. Футбол 2 (Футбол+)
Інші	Петро Порошенко	5 канал
	Микола Княжицький	Еспресо TV (Goldberry)
	Борис Колесніков	XSPORT(Хокей)
	Володимир Макеєнко	Прямий
	Ангелос Лоїзоу	ZIK

Сьогодні більшість телеканалів представлені в мережі Інтернет для перегляду он-лайн трансляції. Єдиною перешкодою для поширення цих технологій через технічний стан комунікаційних технологій в Україні. Цей сектор є інноваційним для України на даному етапі та потребує значних капіталовкладень.

Обговорюючи Інтернет технології, маємо зазначити, що кожен з сучасних ТБ-каналів має свого Інтернет-глядача. Поза будь-яким сумнівом, роль Інтернет-комунікацій зростає при передачі аудіовізуального контенту. Завдяки всесвітній мережі з'явилося таке явище як конвергенція медіа або конвергенція телекомунікаційних мереж. Відеоконтент може розповсюджуватися численними способами – через сайти, які розміщують легальний продукт, через відео-хостинги та торент-треккери та безліч інших каналів. Формуються поступово нові практики ТБ-споживання. Відбувається процес інтенсивної цифровізації або дигіталізації інформаційних продуктів. Також завдяки розвитку інтернет-комунікації виникає явище конвергенції культурних форм – коли різні компоненти культурних виразів розміщуються на одному носії або інформаційному порталі. Мануель Кастельс у науковій роботі "Сходження мережевого суспільства" висловлює думку про злиття мультимедіа [115].

Повернімося до традиційних способів передачі до споживача ТБ-продукту. Існує два "маршрути" (рис. 3.11):

1. Телевізійний сигнал передається місцевим партнерам, які транспортують його до кінцевого споживача, через супутник. В якості місцевих партнерів можуть виступати місцеві мовники, кабельні мережі, регіональні телестанції.

2. Супутникове мовлення. У розпорядженні домогосподарств є все необхідне обладнання для прийняття сигналу безпосередньо з супутника та перегляду контенту.

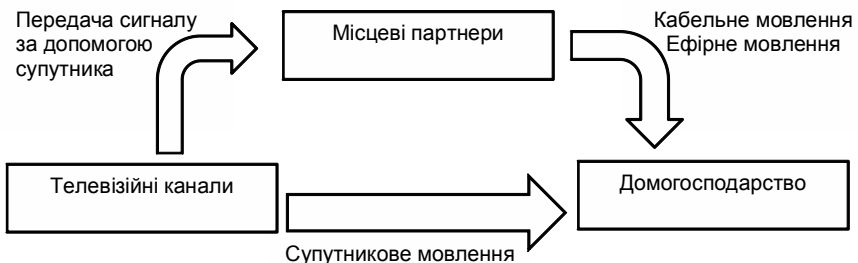


Рис. 3.11. Передача телевізійного продукту до споживача

Вибір на користь того чи іншого способу передачі інформації обумовлюється ступенем розвитку техніко-технологічного базису та інфраструктури, які забезпечують процес надання кінцевому споживачу інформаційної послуги.

На вітчизняному ринку ТБ-послуг, як вище зазначалося, є платні та умовно-безкоштовні канали передачі інформації. Механізм оплати каналів здійснюється наступним чином: компанія-виробник тематичного каналу отримує плату з кабельних та супутникових операторів за трансляцію. Такі канали є платними і для споживачів та розповсюджуються в кодованому вигляді. Ефірні телеканали можуть входити в пакет кабельних операторів. Доставка ефірного каналу за допомогою кабельних мереж відіграє важливу роль на територіях, де ускладнена передача ефірного сигналу.

Супутникові оператори діють на великих територіях. Практично це є транскордонною системою передачі інформації, яка затребувана переважно в сільській місцевості, важкодоступних місцях, малонаселених територіях. Тобто там, де технологічно важко прокласти кабель, а будувати вишки трансляції – недоцільно. Хоча супутникове телебачення також має своїх клієнтів у містах. У той же час кабельні оператори діють переважно в містах, оскільки кабельні мережі економічно ефективні там, де висока концентрація населення та багатоповерхова забудова.

Система надання телевізійних послуг та передачі інформаційного змісту кінцевому споживачеві за допомогою телебачення – є складним та розгалуженим процесом (рис. 3.12).

На рис. 3.12. стрілочками в напрямі до аудиторії – кінцевого споживача, позначені інформаційні потоки. У зворотному напрямі – грошові. Наявність платного телебачення, кабельного зокрема, відіграє важливу доповнюючу роль у традиційній доставці аудіовізуального продукту, перекриваючи ризик неякісного ефірного прийому сигналу в деяких містах.

Інтернет-телебачення – це мовлення ТБ-каналів або ТБ-програм через мережу Інтернет у формі потокового відео. Глядач може здійснювати перегляд через Інтернет-браузер або медіаплеєр на персональному комп'ютері, ноутбучі, телефоні або планшеті. Для такого перегляду не потрібно спеціального обладнання, окрім наявних гаджетів.

Створення остаточного телевізійного продукту складається з двох основних етапів (рис. 3.13):

1. Виробництво телевізійного контенту – зйомки програм, фільмів, серіалів, реклами, кліпів, концертів та ін.

2. Виробництво ТБ-каналу – організація отриманого контенту в сітку мовлення, інформаційні вставки (анонси, рекламні блоки, заставки), робота з елементами оформлення (фірмовий стиль), логотип та ін.

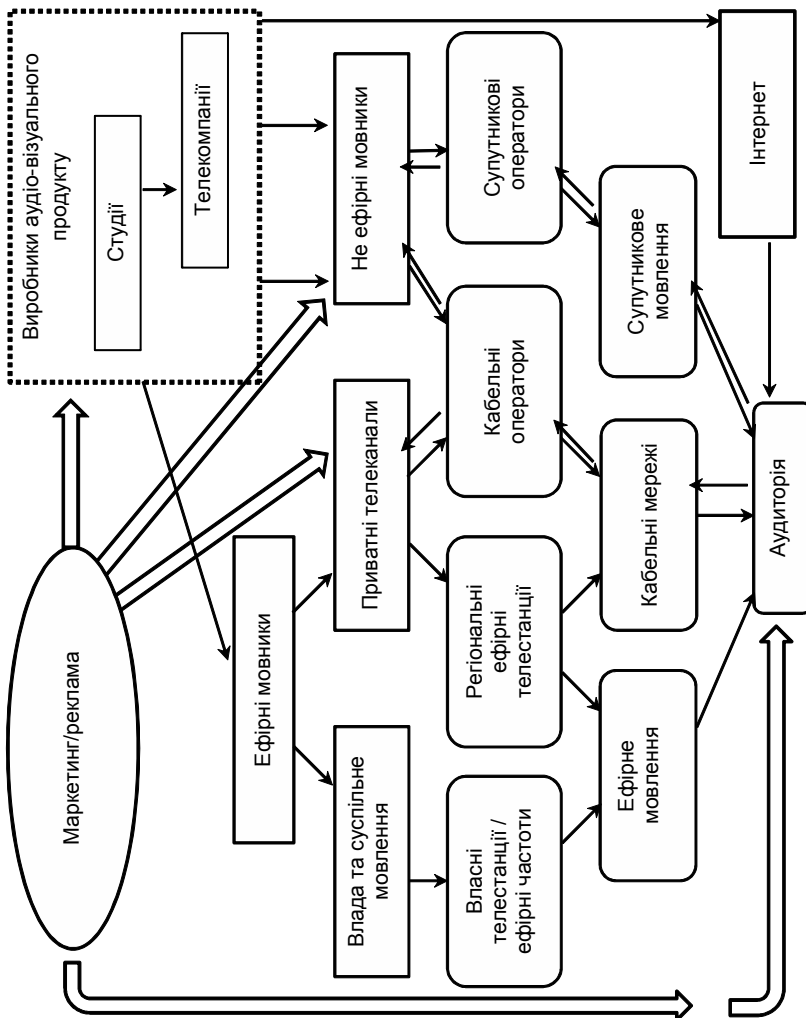


Рис. 3.12. Система телеіндустрії, авторська розробка

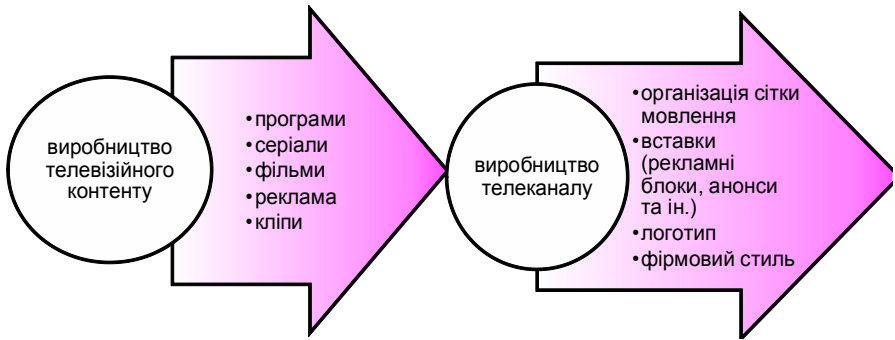


Рис. 3.13. Виробництво телевізійного продукту, авторська розробка

Виробники телевізійного контенту поділяються на три основні групи:

1. Фірми, які знімають ТБ-програми на замовлення ТБ-каналу. Зазвичай, передають телеканалу право на продукт.

2. Компанії, які надають для зйомок програм підрядників, проте продюсуванням займаються самостійно.

3. Структури, які самостійно виробляють та продюсують контент. Права залишаються продюсерській компанії.

Значна кількість продюсерських компаній та студій тісно пов'язані з телевізійними каналами та, подекуди, є частиною організаційної структури каналу.

Основним джерелом отримання прибутку для ЗМІ та телебачення зокрема, є продаж ефірного часу під рекламу та спонсорінг. А також надання послуг з виробництва телевізійного контенту. Саме цей фактор привабливості для роботодавця і відіграє визначальну роль при формуванні ефірної сітки. Привабливість телевізійного продукту тісно пов'язана з поняттям рейтинг або величини телеперегляду. Ця категорія є синонімом популярності передачі або телевізійного каналу серед глядачів, і гарантує рекламодавцю максимальне охоплення його основної та потенційної цільової аудиторії під час перегляду реклами або іншої форми інформаційного посилу. Тому важливим елементом індустрії телебачення є поняття формату – як характеристики фірмового стилю ТБ-програми та інструменту мінімізації ризиків, притаманних культурним індустріям. Форматні шоу або формат як сукупність техніко-технологічних та стильових характеристик ТБ-продукту є об'єктом авторського права та предметом купівлі-продажу.

У даному випадку використовуватимемо це поняття в контексті жанрово-тематичної спрямованості. Виокремлюють наступні ТБ-канали:

- Пізнавальні

- Кіно та серіали
- Музичні
- Спортивні
- Fashion та стиль життя
- Дитячі
- Етнічні
- Розважальні
- Інформаційні
- Інші

Перераховані формати можуть бути представлені на одному ТБ-каналі у вигляді форматних шоу.

Сьогодні Україна входить до першої десятки імпортерів телевізійних форматів. Основне стратегічне питання, чи зможе країна перетворитися на експортера. Основна проблема вітчизняного телебачення полягає в тому, що переважна більшість рейтингових шоу – іноземного походження. X-фактор, Мастер Шеф, Холостяк, Голос Країни та ін. – не вітчизняний інформаційний продукт, а іноземного походження, який телеканали закуповують. Серед лідерів експортерів "мандруючих" форматів є Великобританія (26 форматів або форматних проєктів), США (11 форматів або форматних проєктів), Ізраїль (10 форматів або форматних проєктів), Нідерланди (9 форматів або форматних проєктів), Іспанія (5 форматів або форматних проєктів), Німеччина (4 форматів або форматних проєктів) і Франція (3 форматів або форматних проєктів). У 2013 р. Україна ввійшла до десятки лідерів-імпортерів (17 імпортованих форматів). Поступово вітчизняні канали все більше й більше уваги починають приділяти власному оригінальному продакшену. У 2013 р. Топ-6 найбільших телеканалів представили 17 прем'єрних форматних адаптацій і 46 проєктів із власними оригінальними ідеями. У 2014 р. – відбувся показ 11 форматних прем'єр та 34 нових власних шоу. Проте, як зазначив Ігор Строкач, керівник FILM.UA Distribution, не зважаючи на високий рівень виробництва видовищного контенту, форматний бізнес в Україні знаходиться в початковій стадії [181].

Іншою стратегічною проблемою є перевага розважальних форматів над інформаційними та освітніми. Дитячий контент – як формат не привабливий для рекламодавця – поданий на мінімальному рівні, оскільки його присутність є обов'язковою вимогою для отримання ліцензії на мовлення.

Телебачення – це не тільки розваги (кіно/шоу) та новини. Це також цілий світ передач пізнавального, навчального, соціального та аналітичного характеру. Які затребувані суспільством. Їх відсутність примушує телеглядачів шукати цю інформацію поза межами телебачення.

Важливим питанням є і залишається безпека інформаційного простору та контроль держави.

Сьогодні в державі відсутня цілісна стратегія та бачення ролі телебачення в повсякденному житті. Телебачення сприймається як середовище для розповсюдження шоу, новин та політичної реклами. Як найпотужніший, масовий засіб комунікації та впливу використовується комерційними операторами у власних цілях. Телебачення не виконує основних своїх функцій в повному обсязі, а саме: передача об'єктивної та актуальної інформації аудиторії. Цей інструмент використовується в інтересах зацікавлених груп. У плані контролю за роботою телебачення необхідним є напрацювання спільної стратегії Міністерства інформаційної політики, Міністерства культури України, Національної ради з питань телебачення та радіомовлення.

Потребує оновлення мережа передачі сигналу, яка має будуватися на нових технологіях. Варто приділити увагу й архітектурі мережі. Оскільки ефірне телебачення за характером є подібною до природних монополій. Виникає багато проблем із системою допуску до ефірного телебачення альтернативних виробників та власників контенту. Україна потребує оновленої системи управління доступом до трансляції.

3.4. СТРУКТУРА ІНДУСТРІЇ КОМП'ЮТЕРНИХ І ЦИФРОВИХ ІГОР

Сьогодні в розвитку світової економічної системи стала очевидною тенденція поєднання творчого потенціалу людства з економічною діяльністю через об'єднання технологічних, культурних, соціальних та економічних механізмів. Головним ресурсом і гарантією економічного зростання в умовах глобалізації стають знання, інформація та здатність до творчості, а в основу покладено використання цифрових технологій. Уряд Великобританії зробив творчий сектор пріоритетним у своїй новій промисловій стратегії. Було зазначено, що сектор креативних індустрій є одним з п'яти секторів, якому було приділено особливу увагу в "Зеленій книзі" Промислової стратегії.

Це є передумовою формування подальшої економічної політики та знайде своє відображення в системі законодавства. Цікавим у даному документі є те, що з-поміж усіх підгалузей креативного сектору лише музична індустрія та індустрія комп'ютерних ігор розглядаються як основні приклади промислової стратегії. Варто звернути увагу на те, що запропонована програма здебільшого зорієнтована на STEM (наука, технології, інженерія та математика), що зумовлено тенденціями, які притаманні IV НТР.

На початку третього століття творча економіка стає стратегічним інструментом сучасного суспільства для забезпечення сталого розвитку. Культурні індустрії стають невід'ємною частиною й рушійною силою розвитку економічної системи. Вони базуються на творчому потенціалі людини і мо-

жуть генерувати прибуток через торгівлю товарами та послугами, а також через використання інтелектуальної власності. Культурні індустрії – специфічна сфера діяльності людини, спрямована на створення та поширення продуктів, які впливають на наше розуміння світу в цілому [86, с. 6]. На думку Д. Хезмондальша, основним продуктом галузей культури є текст. Таким чином, ККІ продукують засоби та інструменти для масових комунікацій. Згідно з концепцією А. Долгіна, масові комунікації є другою невидимою рукою сучасного ринку і можуть визначати способи виготовлення та споживання товарів [19, с. 12].

Сьогодні ККІ є однією з найбільш динамічних секторів світової торгівлі. У економіці провідних країн вони забезпечують 2-5% ВВП і демонструють стійке зростання [166, с. 6]. Цей сектор більш стійкий до економічних коливань і має потенціал для їх подолання. Концепція креативної економіки дозволяє таким країнам, як Україна, інтегруватися в світову економіку шляхом інтенсивного використання свого власного творчого потенціалу для створення та розповсюдження конкурентоспроможного національного культурного продукту.

У середині ХХ ст. була сформована теорія постіндустріального або інформаційного суспільства – системи, в якій телевізійні комунікації та персональні комп'ютери відігравали б головну роль у процесі виробництва та обміну інформацією і знаннями [74]. Усі зміни в світі були викликані не тільки технологічними революціями, але й змінами в ідеологічних системах.

Економічні проблеми, зазвичай обумовлені динамікою факторів, які не завжди можуть бути обчислені економічними та математичними інструментами. Економічна наука імітує поведінку голодної людини, але специфіка поведінки задоволеної людини не була повністю вивчена. Тому необхідно переглянути методологію економіки.

Змінюється процес виробництва та споживання: принцип стандартизації змінюється на принцип різноманітності. Відбулося становлення та розвиток економік, які ґрунтуються на клубному та демонстративному споживанню. У структурі споживання зросла частка не матеріальних та не утилітарних цінностей. А завдяки широкій автоматизації та всеохоплюючій комп'ютеризації значну частку в структурі зайнятості почала займати сфера послуг, яка охоплює обслуговування як людей, так і машин, і обладнання.

Змін зазнала і структура робочого часу. Скорочення робочого часу та збільшення часу на дозвілля змінили його якісні характеристики. Індустріалізація та уніфікація відпочинку знизило його цінність та привабливість. За таких умов збільшується вимога до якості особистого часу, і в той же час зростають вимоги до нових видів розваг.

У новій економіці обмеженими ресурсами є символи (символічний дизайн) та людські ресурси – час, увага, пам'ять та фізичні можливості. Проблема обмежених ресурсів переміщена з сфери виробництва до сфери споживання.

Зародження ігрової індустрії почалося в 1970-х рр. одночасно з продажем перших комп'ютерів, розрахованих на масового споживача. Більше ніж за 40 років індустрія комп'ютерних ігор розвинулася до таких масштабів, що вже багато в чому випереджає своїх найближчих конкурентів: кіноіндустрію та музичну індустрію. Особливість ігрового ринку дозволяє одночасно існувати й великим компаніям, що випускають високо бюджетні ігри-блокбастери (гри AAA-класу), і окремим особистостям, які створюють свої авторські ігри взагалі без фінансування (інді-ігри).

Розглянемо структуру даної індустрії (рис. 3.14):

Запропоноване схематичне відображення основних процесів індустрії підкреслює її високу технологічність та складність. У її межах поєднуються творчість (блок "Розробка ігор", та "Видавець"), економіка ("Видавець", "Маркетинг", "Споживач") та сучасні техніка та технології, які присутні на всіх етапах.

Розглянемо детальніше запропоновані блоки.

1. Виробництво обладнання. Основною умовою для існування комп'ютерних ігор є наявність технічних пристроїв, здатних створювати керовані рухомі зображення. На сьогоднішній момент такими пристроями є: персональні комп'ютери та ноутбуки, ігрові консолі, мобільні пристрої (мобільні телефони, смартфони, планшети). Власне споживча електроніка є необхідною передумовою для розвитку кожної з культурних індустрій, забезпечуючи процес створення, тиражування та споживання культурного продукту.

2. Розробка програмного забезпечення, платформ та середовищ. Управління технічними пристроями здійснюється за допомогою комп'ютерних програм. Ігри також є програмами. Раніше комп'ютерні ігри створювалися за допомогою програмного коду, але останнім часом поширення набули ігрові движки (gameengine). Вони містять в собі безліч готових ігрових процесів, механік та елементів. Їх використання істотно скорочує час розробки нової гри. Розробники більше концентруються не на рутинних роботах, а на творчості при розробці гри.

3. Розробка гри. Маючи готову ігрову платформу та спеціальні програми, розробники створюють комп'ютерні ігри зі своїх творчих ідей. У розробці комп'ютерних ігор беруть участь фахівці різних спеціальностей. Зокрема, ігрові програмісти, художники, дизайнери, левел дизайнери, композитори, аранжувальники, актори. Таким чином, ми бачимо, що на прикладі розробки комп'ютерної гри відбувається об'єднання кількох культурних індустрій: дизайну, музичної та кіно-індустрії.

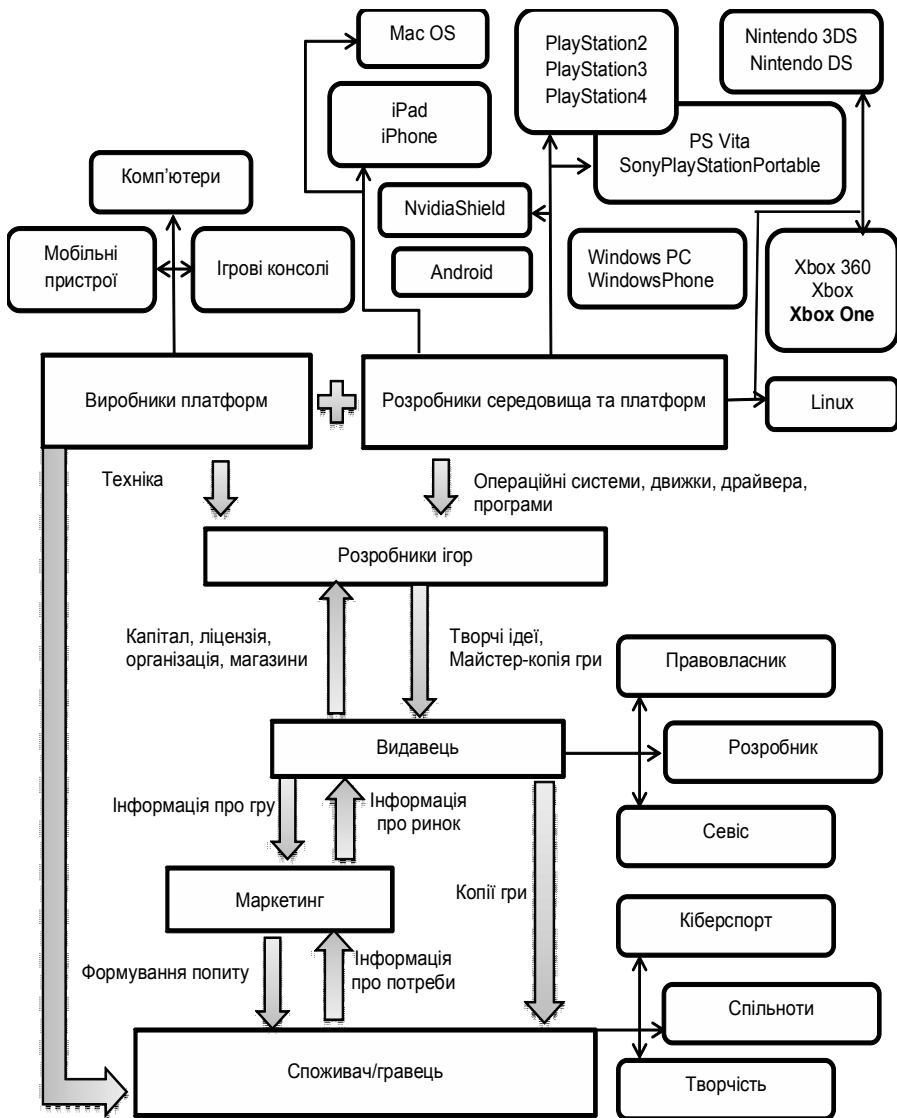


Рис. 3.14. Структура індустрії відео та комп'ютерних ігор, авторська розробка

4. Видавництва. Продажем створених комп'ютерних ігор займаються не самі розробники, а видавничі компанії. Зазвичай, завдання видавництва полягає в повному матеріально-технічному забезпечення процесу розробки гри. Проте можлива й інша система відносин, зокрема:

- Видавець-правовласник – повністю спонсують процес розробки. Права на гру юридично належать не її творцям, а саме видавцям. За таких умов, маючи економічну та юридичну відповідальність, видавці отримують весь прибуток. Розробники отримують лише певний відсоток. Цей варіант можливий за умови дорогої ліцензії: гра за сюжетом фільму, гра за реальними спортивними змаганнями, гра з популярного ігрового всесвіту.

- Видавець-розробник. Розробники і видавці – дві частини однієї великої компанії. У цьому випадку розподіл відповідальності й прибутку відбувається суто всередині компанії за їх власними правилами.

- Видавець-сервіс. Права на гру має розробник, а видавець лише надає зручний інструмент продажу гри. Основний прибуток йде розробнику, а видавець отримує відсоток за надані послуги. Найчастіше це інтернет-магазини, які продають цифрові копії ігор.

5. Маркетинг. Сьогодні реклама сама визначається як окрема культурна індустрія. Появу гри потрібно анонсувати та залучити увагу заздалегідь якомога більшої кількості потенційних гравців. Використовується безліч інформаційних каналів, проте основними серед них є:

- Виставки – головне джерело нової інформації в ігровій індустрії. Це місце, де журналісти і гравці можуть наживо поспілкуватися з розробниками, пограти в прототипи ігор, які ще знаходяться в розробці. Такі виставки працюють як інструмент B2B. Існують безліч щорічних ігрових виставок.

- Сайти як найбільш ефективний вид ЗМІ для популяризації комп'ютерних ігор. Це зумовлено тим, що гравці проводять багато часу за комп'ютером, часто відвідують інтернет. Саме там їм найзручніше отримувати нову інформацію.

- Журнали. Сьогодні завдяки високим темпами розвитку Інтернету, вони поступилися своїм місцем ігровим сайтам і соціальним мережам, але все ще продовжують існувати.

- ТБ-передачі, присвячені комп'ютерним іграм, дуже рідко з'являються на широкому екрані. Проте на інтернет-відео-сервісах комп'ютерні ігри – одна з основних тем відео-роликів. Тематичні передачі, відео-огляди, летсплей – всі ці формати забезпечують процес поширення інформації та формування потенційного споживчого ринку гри. На даний момент професійних ЗМІ в цьому секторі дуже мало, а якість багатьох аматорських відео-роликів залишає бажати кращого.

6. Споживач-гравець – одночасно джерело прибутку всієї ігрової індустрії, поціновувач творчості розробників, потенційний учасник інших елементів ігрової індустрії. Їх активність реалізується через:

- Ігрові спільноти. Об'єднання відбувається як на форумах вже популярних сайтів або навколо окремої гри, або ігрової серії створюються сили-фанатів нові сайти, форуми, інтернет-групи.

- Кіберспорт. Найбільш досвідчені гравці перетворюють своє хобі на професію. Сьогодні кіберспорт розвинувся в окрему індустрію, зі своєю інфраструктурою, фінансуванням, зірками і знаменитостями.

- Творчість гравців. Фанати ігор часто намагаються створювати власні сайти, малюнки, журнали, відеопередачі, Косплеї, ігрові доповнення, повноцінні гри. Це вкотре підтверджує, що ігри мають культурну цінність, і знаходять відгук у серцях гравців. Разом з тим очевидним стає специфіка культурної індустрії, коли споживач не пасивно користується інформацією, але перетворює її і сам починає її продукувати, занурюючись у творчий процес. У цьому проявляється інклюзивна функція культурного сектору [63].

Відео та комп'ютерні ігри – це повноцінна частина сучасної культури, яка трансформується в мистецтво. Художнє значення гри визначається її емоційним та естетичним змістом і досвідом, яке отримує гравець. У Німеччині з 2008 р. розробники ігор офіційно стають членами ради культури.

Ігри поділяються на масову культуру та нішу. Прикладом масової культури можуть бути "Call of Duty", що можна порівняти з масовим кінематографом. Це поп-культура. З іншого боку, є такі ігри, як "Journey" або "Heavy Rain", які також демонструють високі продажі, але їх цільова аудиторія – це ніша.

Індустрія комп'ютерних ігор тісно пов'язана з апаратним та програмним забезпеченням. Малі компанії, які є інноваційним контрактом на виробництво текстів, засновані на процесах розвитку апаратного сектора, і в той же час цей сектор, насамперед, прагне до впровадження нових пристосовань більше, ніж у секторі побутової електроніки або музики та кіноіндустрії. Його організаційна форма спрямована до логіки книговидавничої галузі, яку описав Б. Мьєж:

- текст проданий індивідуально, при зміні власника;
- видавець / виробник організують виготовлення;
- малі та середні компанії концентруються навколо олігополістичних

фірм;

- творчий персонал отримує винагороду у вигляді роялті.

Сьогодні цей ринок розвивається дуже динамічно. Останнім часом з'являється нове покоління ігор, які представляють цифрові ігри як нове популярне мистецтво.

За даними Newzoo, Україна посіла перше місце поміж 50 країн за рівнем рентабельності галузей комп'ютерних ігор (табл. 3.4.). За оцінками аналі-

тиків, в Україні загальний дохід від ігор у 2014 р. склав 118,6 мільярдів доларів, таким чином Україна опинилася попереду таких країн, як Ізраїль та Сінгапур. У своєму регіоні серед 20 країн Україна займає 4-е місце після Росії, Польщі та Румунії. За даними SuperdataResearch, ринок цифрових ігор в Україні в 2014 р. склав 68 мільярдів доларів, а в цілому по східній Європі – 2,2 мільярда доларів. Українці витратили близько 16 мільйонів доларів для гри в соціальних мережах. Світовий ринок відеоігор продовжує набирати оберти, хоча, за даними компанії Kreston GCG, останнім часом темпи зростання дещо знизилися. У 2015 р. ринок зріс на 10% до \$ 91,5 млрд., з яких третина (\$ 30,1 млрд.) складають мобільні ігри. В Україні до 2015 р. прибутки від продажу комп'ютерних ігор становили до \$ 143,6 млн., забезпечивши країну 45 місце у світовому рейтингу (4). У 2014 р. країна посіла 40 місце в світовому рейтингу з прибутком у 118, 6 мільйонів доларів. За даними NewzooGlobalMarketReport Premium у жовтні 2015 р. Україна посіла 43 місце серед 100 країн світу, а прибуток від продажу комп'ютерних ігор склав 148,3 млн. дол. США [224].

Таблиця 3.4

Рейтинг країн за доходом від продажу комп'ютерних ігор

Країна	Рейтинг	Частка продажів в світовій торгівлі ПК, %.	Дохід від одного Інтернет-користувача, \$	Кількість користувачів в Інтернеті, млн. осіб.	Загальна чисельність населення, млн. осіб
Китай	1	24,4	30,04	740,038	1401,587
США	2	24	75,59	290,534	325,128
Японія	3	13,5	106,31	115,975	126,818
Півд. Корея	4	4,4	96,38	41,735	49,75
Німеччина	5	4	50,18	71,828	82,562
Україна	45	0,2	7,02	20,448	44,646
Інші		29,5	14,98	1796,299	4375,805
Всього		100	29,65	3077,857	640,6296

Таблиця побудована за даними компанії Kreston GCG на 2015 рік [205].

Китай – лідер серед країн за рівнем доходів від ігрової індустрії. У цій країні налічують 740 мільярдів користувачів Інтернету, а прибутки від продажу ігор перевищують 22,2 мільярда доларів.

Наприкінці 2015 р. за показниками прибутку на одного користувача Інтернету світовими лідерами стали Японія (106,3 дол США на рік), Південна Корея (96,4 дол. США на рік) та США (76,6 дол США на рік). Українська онлайн-спільнота з 20,4 мільйонами користувачів витрачає на відеоігри в середньому лише 7 доларів на людину. Серед країн Східної Європи найбільше зростання продажів у 2015 р. продемонстрували Польща (46%), Украї-

на (21%) та Румунія (18%). Партнер Kreston GCG Олег Кузнецов зазначив, що український ринок відеоігор є одним із найперспективніших у Східній Європі з потенціалом збільшення частки платних завантажень ігор [205]. Хоча сьогодні маємо найбільші прибутки від бізнес-моделі "вільно грати".

Партнер Kreston GCG Сергій Атамась зробив припущення, що світові ринки ігор у 2018 р. зростуть до 111, 3 млрд. [205].

Зростання ринку буде залежати від наступних тенденцій:

1. Збільшення кількості користувачів смартфонів і планшетів.
2. Подальше розширення Інтернету.
3. Збільшення кількості гравців і платників за додаткові бонуси в іграх.
4. Зміна моделі монетизації: перехід від платних ігор до "умовно безкоштовних" ігор (з прихованими платежами).
5. Розповсюдження в соціальних мережах, пошук нової аудиторії.
6. Менше використовуйте стратегії копіювання або розробки аналогів успішних ігор. Розробка нових унікальних концепцій.
7. Збільшення часу, відведеного для гри.
8. Збільшення реклами в ігрових додатках.

З огляду на високий рівень фахівців, приваблива ціна їх обслуговування та вигідне географічне положення, український IT-сектор може конкурувати з найбільш розвиненими ринками США, Індії, Росії та Західної Європи. Це особливо стосується малих та середніх підприємств порівняно з транснаціональними компаніями. В українських компаніях є кілька переваг – висококваліфікована робоча сила та вигідна ціна на послуги.

Комп'ютерні ігри в Україні є перспективним напрямком для підприємництва. Більшість розробників розглядають індустрію комп'ютерних ігор лише як прибутковий сектор економіки. Але, насправді, створення ігор це ще й інструмент культури. Для сучасних дошкільнят ігри замінюють дитячі казки, що створюють світогляд, для підлітків вони створюють персонажів-кумирів, замінюючи собою класичні книги, і лише для дорослих людей ігри залишають поки що лише розвагою. При правильному підході, ідеї, закладені в комп'ютерні ігри, набагато краще засвоюються дітьми, ніж ідеї з книг або мультфільмів. Сучасні діти пізнають світ через призму комп'ютерних ігор. Комп'ютерні ігри створюють люди, які досить часто не володіють основами культури, педагогіки, психології. А в деяких випадках ігри навмисно створюються з метою пропаганди тих чи інших ідей. Культурний потенціал комп'ютерних ігор ще тільки розпочав своє виявлення, але вже зараз зрозуміло, що потенціал цей – величезний.

Вклад культурних індустрій в цілому не обмежується лише матеріальними чинниками. Вони сприяють соціальній інтеграції, консолідації населення, підвищенню рівня освіти, гордістю за приналежність до спільноти та загальному усвідомленню приналежності до певного історичного моменту.

Матеріальний чинник опосередковано покращує ефективність економічної діяльності в суміжних галузях, шляхом створення єдиного середовища зв'язку. Творчі галузі змінюють традиційну модель економічного зростання, джерела додаткової вартості, розуміння факторів, що складають основу бізнеса. Це встановлює нові вимоги до робочої сили, виробничої інфраструктури та інституційного середовища в порівнянні з промисловою економікою.

Розділ 4

МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРИ ЯК ЧАСТИНИ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

4.1. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Мультисекторальність та системність економіки культури передбачає складну та системну державну політику щодо регулювання господарської діяльності в сфері культури. Виходячи з того, що Україна переживає період інтенсифікації трансформаційних процесів, доцільно визначити напрями реалізації першочергових реформ у контексті розбудови креативного сектору (рис.4.1.).

Економіка культури ґрунтується на єдності базових сфер: економіки, культури та технологій. Стратегічним завданням є запровадження державної стратегії культурного розвитку, яка має бути спрямована на розбудову внутрішнього інформаційно-культурного простору та національної ідеології. З метою утвердження культури як сфери економічної діяльності доцільно ввести на законодавчому рівні категорії "культурні індустрії", "культурний продукт", а також "національні культурні індустрії" та "національний культурний продукт". Останнє вимагає запровадження критеріїв визначення приналежності до "національного". Культурний продукт є об'єктом авторського права та результатом діяльності в сфері культурних індустрій. Таким чином, посилюється зв'язок між ринком об'єктів авторського права та національною економічною системою. Через систему оподаткування мають бути створені умови для детінізації та легалізації творчої діяльності. Запровадження культурних індустрій як нової сфери господарювання зумовить внесення змін до переліку видів економічної діяльності та, відповідно, переліку професій. Даний сектор вимагає специфічного підходу до оформлення трудових відносин, тому реформування трудового законодавства надасть поштовх для розвитку означеного сектору.

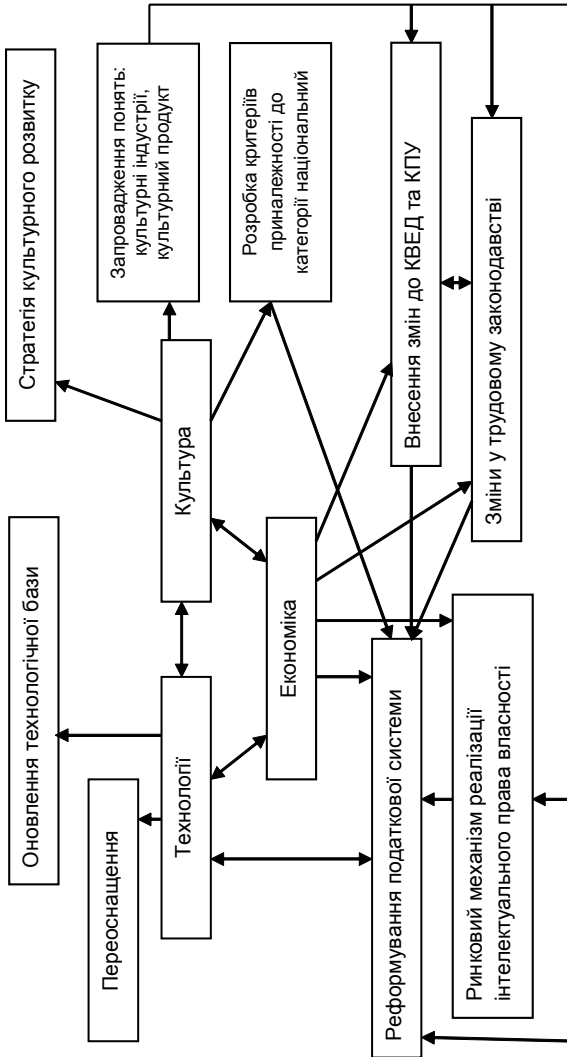


Рис. 4.1. Напрями реалізації державної політики в контексті становлення економіки культури, авторська розробка

Сектор культури розвивається на межі різних сфер людської діяльності, а вироблений культурний продукт має синергетичний характер. Проте, не залишається жодних сумнівів в тому, що економіка культури має значний потенціал для розвитку та зростання, може виступати інструментом ревіталізації та бути одним із факторів розвитку національно економічної системи України.

Культурно-інноваційний розвиток країни не можливий за відсутності структурованого середовища, нормативно-правового базису, розгалуженої інфраструктури та кваліфікованих кадрів. Забезпечення дієвого ринкового механізму комерціалізації об'єктів авторського права – є однією з основних передумов переходу до постіндустріального суспільства. Першочергове завдання, яке стоїть перед державою сьогодні – забезпечення дієвої нормативно-правової системи та інфраструктури.

Системна та стратегічно вивірена державна політика регулювання економічної діяльності в сфері культури в перспективі створить передумови для розвитку креативної економіки, шляхом забезпечення розвинутої інфраструктури та дієвих механізмів прозорого функціонування для вітчизняних підприємств.

Ідеологічні, культурні та соціально-економічні трансформації українського суспільства вплинули становлення культурної політики. Україна, намагаючись увійти в світову спільноту, як відкрите соціальне суспільство і демократична держава, одним із пріоритетних напрямків державної політики декларує забезпечення рівності можливостей доступу до цінностей культури і культурної діяльності. Реформаторська діяльність у соціально-правовій сфері культурної політики зіштовхнулася з гострою необхідністю подолання таких інституційних, соціально-економічних, ідеологічних і культурних бар'єрів. Тому сьогодні питання про національну культурну політику, яка є одним з важливих елементів цієї системної картини, для України набуває особливої актуальності й вимагає ретельного концептуального опрацювання.

Питанню трактування поняття "державного регулювання культури" присвячені роботи В. Чопіча і А. Скарака. На конфліктну ситуацію між державним регулюванням та автономією культурних установ звернув увагу Т. Шмітд. Р. Вебер аналізував державну політику з позицій міждисциплінарності та системності. Б. Фрей, Д. Тросбі, В. Померей, Дж. Холден, Дж. Балта – дослідили в своїх роботах категорію культурної цінності та її співвідношення з економічною. У цілому питання державного регулювання культури знаходиться в центрі уваги дослідників у контексті введення сектору культури в переліку сфер економічної діяльності, тому для України аналіз здобутків провідних вчених країн світу може мати великі перспективи, оскільки сьогодні держава обрала курс на кардинальні реформи соціокультурного сектору.

При дослідженні та аналізі системи управління культурою, доцільно керуватися підходом, запропонованим В. Чопічем а А. Сракаром [61]. Учені виходили з того, що система управління культурою складається з двох підгалузей:

- нові підходи до формулювання та реалізації галузевої культурної політики, які є натхненні спираються на взаємодією між державою, громадянським суспільством та ринком;
- покращення управління культурними організаціями, що призводить до ефективного, експертного, самостійного та прозорого функціонування культурних організацій.

Складність системи процесу державного управління культурою вимагає використання мультидисциплінарного підходу, який поєднуватиме такі різні теоретичні сфери, починаючи з культурологічних досліджень до державного управління, адміністрування, політології, економіки та соціології.

Т. Шмітт як прибічник соціологічної концепції культурного державного регулювання намагався вийти за рамки гносеологічних меж, встановлених соціологією [176]. Він поєднав теоретичну соціологію з дослідженнями культури, продовживши наукову традицію М. Вебера, яка полягає в розумінні культури як сфери виробництва значень та змісту. У наукових роботах Т. Адорно та М. Хоргхаймера, присвячених культурній індустрії, прослідковується саме таке розуміння культури як базового елементу [176]. Це підкреслює тісний зв'язок між культурою та суспільством, як середовищем та продуктом культурної діяльності. Виникає питання трансформації культурних елементів та фактів у результаті соціальних змін (до яких належать політичні, економічні або технологічні), з одного боку, та з іншого – питання впливу культурних явищ на суспільство в цілому та його функціональних галузей зокрема.

Державне регулювання культури знаходиться на межі між загальною державною культурною стратегією та управлінням культурними установами, яке зумовлює пряму та непряму участь уряду, а отже засноване на взаємовідносинах між культурою та адміністрацією. Політичне втручання через правила, структури, інституції та механізми можуть поставити під загрозу очікувану автономію культурних інститутів (спрямованих на захист художньої цілісності від політичних уподобань). Ця несумісність може "призвести до конфліктних форм управління культурою" [209, с. 49]. З цієї точки зору доцільним є впровадження системи державного управління культурою, що спирається на:

- принципи ефективності та результативності;
- проектний підхід та короткострокову (проектну) зайнятість;
- нові організаційні форми, децентралізація та фрагментація контролю;
- частий зовнішній аудит тощо [176].

Систему культурного врядування було представлено в роботі Р. Вебера "Що таке державне регулювання культури та культурного сектору?" (рис. 4.2.).



Рис. 4.2. Система державного регулювання культури за Р. Вербером, авторська розробка

Запропонована вченим система демонструє єдність таких напрямів діяльності як міжнародні відносини та співробітництво; права (мається на увазі й інтелектуальні права власності); суспільство знань, креативне господарство (знаннева економіка й постіндустріальне суспільство) та інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ). Побудова оптимальної державної політики в сфері культури має здійснюватися в зазначених напрямках одночасно.

Культурне врядування повинно реалізовуватись у більш широкому політичному контексті, що стосується гострих проблем сучасності. До таких проблем належать:

1. Юридично-раціональна легітимність, монополізована виборними політиками в наднаціональному середовищі, коли держави вже не здатні впоратися з постійно зростаючими соціальними потребами.

2. Виникнення громадянського бачення демократії, заснованого на перебудові влади;

3. Перехід від державного управління до регулювання, заснованого на принципах інклюзивності та суспільної зацікавленості [182].

Такі процеси, як приватизація, децентралізація, інкорпорація тощо – означає не лише фрагментацію систем прийняття рішень, а й виведення галузі з державного сектору. Це породжує нові проблеми, пов'язані з навколишнім середовищем, безпекою, відчуженням тощо, які не охоплені галу-

зевую політикою. Таке коло питань вимагає тісної взаємодії між державою, ринком та громадянським суспільством. Зрозумілим є значення соціального та культурного капіталу в досліджуваному соціумі та необхідність етичного й системного підходу до сталого розвитку.

Дискурс культурних і креативних індустрій, зумовлює кардинальний зсув парадигми культурної політики. Коли при обґрунтуванні принципів державного фінансування культури, основним індикатором обирається прибутковість, то в подальшому буде простежуватися маргіналізація невикористаних культурних цінностей та ін. факторів, які, зазвичай, визначають культуру як суспільні потреби. Постає питання співвідношення культурної, економічної та соціальної цінності товару або послуги. Пошук балансу та його дотримання є однією з цілей сучасної державної політики в сфері культури.

Коли культурна політика стає системною та міждисциплінарною, і забезпечує узгодження інтересів суб'єктів з соціальними функціями культури, лише тоді культурний сектор перетворюється на сектор національного господарства, який здатен продукувати додану вартість та забезпечувати робочі місця. Врядування в сфері культури можна розглядати як набір стандартів, спрямованих на нове забезпечення "культурного контракту".

Виділяють чотири основні елементи управління культурою:

- 1) управління цінністю;
- 2) незалежність від державного фінансування та незалежних інституцій;
- 3) вплив поточної фінансової кризи;
- 4) кодекс управління.

1. Управління цінністю – обумовлено економічним підходом до управління культурою. Сфера культури розглядається як сектор національного господарства. Дж. Холден [169] пропонує, класифікувати ціннісні дані як внутрішні, інструментальні та інституційні. Інструментальні цінності стосуються культури, яка фінансується урядами, насамперед, через її економічні та соціальні переваги; внутрішні цінності пов'язані з тим, що культура фінансується як власне суспільні потреби; тоді як інституційні цінності в основному пов'язані з інструментами управління й діяльністю культурних організацій [61].

Найбільш визнаним в економічних колах є підхід, який запропонований вченими Б. Фреєм і В. Поммерхнеєм та Д. Тросбі:

Утилітарна цінність – пов'язані з ринковими вимірами культури;

Не утилітарна цінність – пов'язані з провалами ринку та обумовлює обов'язкову державну підтримку культури;

Культурна цінність – (тобто символічні, духовні, естетичні, автентичні, соціальні, історичні цінності), пов'язані з цінностями, специфічними для галузі мистецтва, які не можуть бути виражені в грошовому еквіваленті.

В економічному розумінні цінність обумовлюється вартістю, корисністю та ціною, яку індивіди надають товару на ринку. Культурна цінність формується дещо в іншій площині. В економіці культури визначення цінності можливе через вартість, проте з урахуванням певної специфіки. У культурних продуктах вона закладена незалежно від реакції на них споживачів. Існує безліч прикладів високої культурної, проте низької економічної цінності об'єктів, на що звертає увагу в своїх роботах Н. Лічфілд.

Специфіка ринку культурних індустрій полягає в одночасному існуванні фізичного ринку культурних продуктів, який і визначає економічну цінність на ринку ідей, які є необхідною складовою креативного сектору що визначають культурну. Культурна та економічна цінність визначаються як незалежні одна від одної, проте суттєво впливають на індивідуальні та колективні оцінки капіталу та продукції, а, отже, і на моделі споживчої поведінки. Співвідношення культурної та економічної цінності покладено в основу демонстративного споживання та клубної економіки [78].

А. Саркар та В. Чопіч запропонували аргументи на користь необхідно-го державного регулювання культури до двох основних [208, с. 61]:

1) акцент суто на економічному підході може призвести до концентрації уваги переважно на інструментальних (утилітарних) цінностях, а культурні та нематеріальні цінності будуть знехтувані;

2) значна неутилітарна цінність окремих культурних потреб може бути визнана аргументом для його підтримки, як суспільного.

2. Друга тенденція пов'язана з незалежністю мистецтва від державного фінансування. У доповіді К. Маддена та ін. [178] підкреслюється, що ступінь незалежності залежить від багатьох факторів:

1) інституційних структур, через які здійснюється політика;

2) осіб, які приймають рішення та визначають розподіл ресурсів;

3) політичних інструментів;

4) формальних та неформальних правил, конвенцій та звичаїв, які впливають на поведінку агентів у системі.

Аналітики з культурної політики відзначають зростання "змішаного підходу" до підтримки мистецтва в усьому світі (поєднання принципів "витягнутої руки" з директивним). При реалізації змішаного підходу критично важливо сформулювати чітку систему елементів у галузі мистецтв – агенції, інструменти, правила та персонал [178].

3. Іншою важливою проблемою для управління культурою є вплив поточної фінансової кризи. У своїй роботі В. Чопіч стверджував, що криза мала неоднорідний вплив, яка головним чином проявилася на рівні державного фінансування та значно менше на рівні місцевого фінансування [126]. Л. Бонет та Ф. Донато стверджують, що криза може створити чудові можливості для структурних змін у культурному секторі як в політичній, так і в

організаційній структурах [126]. Вони чітко вказують на виклики кризи як для управління, так і для управління установами культури, і стверджують, що "криза може бути подолана лише шляхом радикальних змін у сучасних моделях управління та адміністрування" [126]. Також було окреслено деякі стратегії вдосконалення моделей управління у сфері культури, зокрема вдосконалення процесу прийняття рішень; стимулювання розширення сфери співпраці; впровадження нововведень та розробка нових бізнес-моделей, які можуть бути сформовані навколо можливостей ринку, проблем, а також навколо потреб споживачів. Зрозуміло, що проблеми фінансової кризи потребують переглянутої перспективи в управлінні установами культури, особливо в світлі питання фінансування та взаємодії між установами в сфері культури.

4. У важливому документі від 2009 р. "Governance Now": приховану проблему лідерства" було запропоновано прийняти кодекс управління. Стверджувалося, що належне управління не вимагає змін у поточній моделі, а навпаки, це питання ефективного лідерства та бачення. Передбачено деякі вдосконалення, такі як запровадження форми компенсації за опікунства на добровільних засадах. Ключовим питанням для належного управління є також зв'язок між головою правління та головним виконавчим директором.

Ще одним з важливих аспектів сьогодення є процес децентралізації. Централізація та децентралізація не обов'язково є взаємовиключними. "Це найменш поляризований діалог між двома поняттями: "культура" та "адміністрування" [126]. Виділяють два аспекти децентралізації (професійний контроль та адміністративна відповідальність). Як приклад, в системі збереження та управління спадщиною в Італії було надано перевагу централізації професійного контролю, щоб забезпечити технічну послідовність та зберегти незалежність від місцевого лобіювання [252]. У деяких випадках це може бути доповнено децентралізацією власності та управління майном.

Зміни в управлінні також помітні в регіонах, де дедалі більше стейкхолдерів, включаючи державні, приватні та некомерційні організації, які активно беруть участь у визначенні культурних стратегій. П. Фйоль описує різні ступені культурної співпраці, яка може існувати в регіональних просторах, а також чинники, які можуть вплинути на її ефективність [61]. Традиційні моделі відносин у приватному секторі (ринкові) та державному секторі (на основі ієрархії) дедалі більше поступаються місцем новим формам співпраці та співробітництва, які можуть включати горизонтальне (серед організацій, які надають подібні послуги), вертикальне (серед організацій надання сумісних послуг у межах одного й того ж сектора) або латеральне (серед організацій в різних секторах) співробітництво, а також їх поєднання.

Регіональні органи влади можуть налагоджувати співпрацю не лише як мету своєї діяльності, але також як метод планування, який в довгостро-

ковій перспективі може призвести до появи спільних уявлень про регіональний культурний розвиток. У цьому та інших випадках можна визначити такі чинники успіху: невелику кількість добре організованих партнерів; однорідність або сумісність інтересів; і чіткий розподіл внесків та впливів. Одним з найважливіших аспектів також виступає фундаментальне віддзеркалення культурної політики та культурного менеджменту, яке передбачає чітке встановлення пріоритетів та розподіл ролей.

Державна культурна політика – це складне та динамічне системне утворення, яке охоплює управління галузевими інституціями різних форм власності, забезпечення функціонування культури як середовища господарської та творчої діяльності, визначення державної культурної стратегії та шляхів її реалізації. Сьогодні питання національної культурної політики вимагає концептуального опрацювання, а не популістських кроків, розрахованих на коротку перспективу політичного циклу. Пошук концептуальної моделі культурної політики для України має відбуватися не за принципом наслідування сучасних західноєвропейських теорій, а за принципом їх "осмислення". Причому конструювання цих нових моделей має здійснюватися не за рахунок нівелювання попередніх досягнень, а на основі аналізу та узагальнення дієвих механізмів реалізації культурної політики, які реалізовувалися протягом десятиліть.

4.2. СТРУКТУРИЗАЦІЯ СЕРЕДОВИЩА КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

Стратегія розвитку культурного середовища є одним з елементів Стратегії сталого розвитку, яка сьогодні розглядається як базова філософія державних політик, покликана забезпечити гідне існування прийдешнім поколінням за рахунок збереження та примноження всіх видів ресурсів, включаючи і культуру. Культура розглядається через призму нематеріальної культурної спадщини, яка є основним фактором культурної самобутності держави та підґрунтям творчого середовища. Креативне середовище, насамперед, виступає основним джерелом потенційної конкурентоспроможності країни в системі світової торгівлі. Проаналізуємо місце України за складовими Індексом глобальної конкурентоспроможності (рис. 4.3).

Рейтингування відбувається з-поміж 137 країн світу. Очевидним є те, що найсильнішими перевагами України вважалися освіта, а отже інтелектуальний потенціал. Ємність внутрішнього ринку є також одним з привабливих факторів для ведення бізнесу. При чому це створює можливості, насамперед, для вітчизняного виробника. Варто зазначити, що ринок культурних та креативних індустрій в Україні знаходиться на стадії формування.

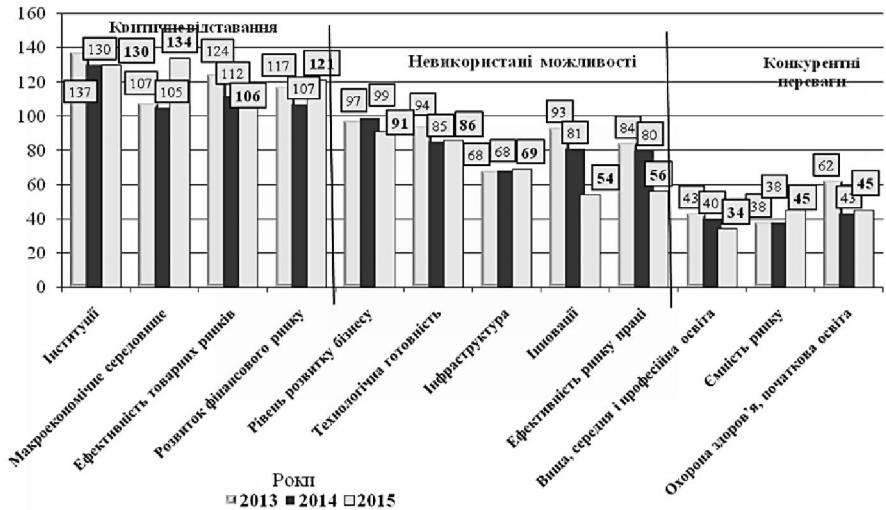


Рис. 4.3. Рейтинг України за 12 складовими Індексу глобальної конкурентоспроможності за 2013-2015 рр.

Перелік факторів, які належать до невикористаних ілюструє такі проблеми як відсутність оновленої інфраструктури, застарілість техніки та технологій. Інноваційний потенціал не використовується в повному обсязі. І це зумовлено тим, що об'єднані в групу "критичного відставання".

Залучення міжнародних інвестицій є доволі неоднозначним інструментом, який вимагає дуже виваженої державної політики, яка має бути спрямована, насамперед, на розбудову внутрішнього ринку в інтересах вітчизняних виробників. Об'єктивна реальність вказує на те, що закордонні інвестиції, насамперед, мають на меті отримати прибутки за мінімальних витрат, при умові мінімізації ризиків. Зокрема й ризиків для інших національних економік. Мається на увазі те, що інвестування в іноземну економіку не має створювати ризик появи потужного конкурента на наднаціональному рівні, а отже інвестиції мають обмежуючий характер – розвиваються "безпечні" сфери та способи виробництва. Таким чином, з метою захисту національних інтересів доцільною є політика поміркованого протекціонізму та контролю за зовнішнім інвестуванням.

Основними негативними факторами для ведення бізнесу в нашій країні визначено: інфляцію, корупцію, політичну нестабільність, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, нестабільність урядів, ускладнений доступ до фінансів, неефективну державну бюрократію, регулю-

вання валютного ринку, недостатню освіченість працівників, погану етику робочої сили, недостатню здатність до інновацій, обмежувальне регулювання ринку праці, невідповідну якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низьку якість охорони здоров'я. З наведеного переліку очевидним є те, що слабкою сферою постає соціокультурний сектор та нестабільна економічна ситуація. Одним з основним джерел дестабілізації є військовий конфлікт на території держави. Проте, не доцільно все пояснювати виключно такою причиною, оскільки наявна ситуація в країні має довгу історію та є результатом відсутності послідовної та системної державної політики протягом всіх років незалежності.

Культурний сектор охоплює дуже широкий спектр економічної та промислової діяльності. До її складу належать проекти, пов'язані зі спадщиною, літературою, пресою, музикою, розвагами, мистецтвом, ЗМІ та аудіовізуальним сектором. Індустрія культури є однією з рушійних сил забезпечення зайнятості й каталізатором регіональної, національної та європейської ідентичності. Потенціалом індустрії культури не варто нехтувати. Розвиток людства – це набагато ширше, аніж економічний розвиток країни.

20 січня 2016 р. на Всесвітньому економічному форумі в Давосі Клаус Шваб – німецький економіст та президент економічного форуму, у вступній промові оголосив про початок IV науково-технічної революції, яка призведе до радикальних змін в соціально-економічних системах світу.

Зайнятість є одним з базових індикаторів економічного розвитку. Стабільна зайнятість забезпечує стабільність розвитку суспільства та сприяє зниженню соціальної напруги. Ринок праці зазнає швидких змін. Глобалізація спричина переваги для одних і втрати для інших. Цифрова революція створила нові можливості, але також призвели до появи нових проблем, таких як нерегулярні контракти і короткострокові роботи, які асиметрично розподілені між висококваліфікованими та некваліфікованими працівниками. Проектний підхід в організації робіт змінює поняття зайнятості, компетенцій та вмінь, оплати праці та розуміння кар'єрного зростання.

Становлення постіндустріального суспільства вплинуло на характер людської діяльності. Джерелом конкурентоспроможності є знання, інформація та творчий потенціал, а найдорожчими ресурсами – людські можливості та здібності, джерелом економічних обмежень – потенціал людини – її фізичні та розумові можливості. Становлення інформаційного суспільства, окрім очевидних позитивних тенденцій має і свої негативні наслідки. Зокрема, поглиблення відмінностей в якості та оплаті різних видів праці та вимог до працівників. Позитивною тенденцією є поступове скорочення рутинної та механічної праці. Різні види робіт різняться між собою ступенем особистої свободи, автономією працівників, рівнем відповідальності. Усе це зумовило значний розрив між тими, хто отримав стабільну високооплачувану ро-

боту та тими, хто змушений працювати на нестабільних з низькою заробітною платою та в незадовільних умовах. У розвинутих країнах різниця між цими двома групами зумовлюється й двома основними факторами:

- 1) рівень освіти зумовлює рівень заробітної плати;
- 2) інституалізація ринків праці в сфері послуг, які відсутні в країнах, що розвиваються та пострадянських країнах. Так, зокрема, в Україні сфера зайнятості в сфері культурних індустрій, які є основою сфери послуг, важко відслідкувати. Це, зокрема, зумовлено кількома факторами:

- 1) сфера культури раніше не розглядалась як повноцінний сектор національної господарської системи, що зумовлює наступні пункти;

- 2) як сфера економічної діяльності культура не аналізувалась окремо, оскільки розглядалась виключно як дотаційна та неприбуткова;

- 3) з огляду на новизну сектору ще не розроблено адекватну цьому систем статистичних показників, які б дозволили визначати економічний внесок даної сфери в добробут держави;

- 4) культура не розглядається як пріоритетний сектор в умовах війни та затяжної економічної нестабільності.

Проте, зважаючи на потенціал культурних та креативних індустрій, а також на новітні тенденції світової економіки, враховуючи науково-культурний потенціал України, цей сектор може розглядатися як один з дієвих інструментів реформування та модернізації національної соціально-економічної системи. Загальна зайнятість по Україні в 2015 р. становила 16443 тис. осіб, скоротившись на 14,6% по відношенню до 2015 р. (19261 тис. осіб). Проте, в структурі загальної зайнятості частка зайнятих в сфері культури навпаки зросла з 17% в 2012 р. до 16% в 2015 р., що становило 2225, 6 та 207,9 тис. осіб відповідно. Не зважаючи на незначний проміжок часу, тенденція до зростання частки зайнятих у сфері культури є очікуваною та повністю відповідає світовим тенденціям, оскільки є характеристикою інформаційного суспільства. Варто зауважити, що зайнятість в сфері культурних індустрій характеризується антициклічністю.

Зайнятість у сфері культури характеризується наступними рисами:

- 1) фрагментарність та непередбачуваність;
- 2) перевага самозайнятості;
- 3) часткова зайнятість.

Важливим постає питання визначення працівників культури та культурних індустрій, а також визначення переліку видів робіт, які належать до сфери культурних індустрій.

Специфіка роботи в даному секторі обумовлює тенденцію до роботи на кількох проектах одночасно, що означає кілька робочих місць зайнятих однією людиною. Проте, після завершенню проектів, фахівець може вважатися тимчасово безробітним. Кар'єра має не вертикальну спрямованість, а

горизонтальну, тобто залежить від нових професійних навичок та компетенцій, що здобуває претендент. Підвищення відбувається частіше за все від проекту до нового проекту. Робота в сфері культури потребує більшого соціального захисту, для того щоб бути основним місцем роботи.

Ріст інтернаціоналізації ринків праці дозволяє працівникам вільно переміщатися з однієї країни в іншу. Насамперед, це зумовлює складність обмеження кількості людей, що шукають роботу на національних ринках. З такою проблемою сьогодні зіткнулися країни ЄС. Близько 70% професійних танцюристів в Нідерландах народилися за межами країни. Крім того, в багатьох професіях (письменники; художники) значна кількість самоучок. З іншого боку, в таких індустріях як дизайн, кіноіндустрія та фотографія, музична індустрія, комп'ютерні ігри, необхідність програмного забезпечення певного рівня та вміння ним користуватися є певним обмежуючим фактором. Також це пояснює, чому в деяких країнах розвиток цих галузей затримується.

В роботах М. Кейсі перераховуються компоненти зайнятості в індустріях культури, які згодом було проаналізовано в наших статтях [58, 60]:

- ті, у кого є художні або культурні професії і працювати в межах культурної індустрії (музикант працює в оркестрі або скульптор працює у своїй майстерні);

- ті, хто не володіють культурною професією, але працюють у межах культурної індустрії (бухгалтер, який працює в театрі, кіномеханік – працює в кіно);

- ті, в кого є відповідна освіта та професія, але які працюють за межами індустрії культури (арфістка, що працює в готелі).

Класифікації видів зайнятості змінюються, оскільки з'являються нові робочі місця (веб-дизайнер, художник комп'ютерної графіки; мультимедійний продюсер та ін.). Проте, ці нові сфери не можна визначити як культурні професії в класичному розумінні, і тому не охоплені культурною статистикою. Крім того, це ускладнюється відсутністю подекуди чітких розмежувань діяльності в даному виді культурної індустрії.

Працівники культури мають кілька джерел доходу:

- 1) первинний дохід, тобто дохід від своєї основної художньої діяльності;
- 2) доходи від інших мистецьких заходів, пов'язаних, з культурою;
- 3) доходи від діяльності, пов'язаної з іншого боку, немистецтва;
- 4) стипендій і грантів;
- 5) доходи від авторських та суміжних прав;
- 6) соціальні виплати та допомоги по безробіттю;
- 7) підтримка з боку сім'ї та родичів [60].

Працівники культури адаптовані до підприємництва. Вони опановують знання і навички для того, щоб досягти успіху в умовах жорсткої конку-

ренції, в якій необхідно бути працьовитим, творчим і талановитим одночасно. Необхідні соціальні та економічні навички – для того, щоб мати змогу впоратися з невизначеністю. Як і раніше, ці риси повинні допомогти їм адаптуватися до нових вимог роботи всередині, так і поза мистецтвом і культури.

В умовах динамічного розвитку світової економіки та посилення конкурентної боротьби між країнами й світовими корпораціями за ринки збуту, пошук способів підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг є одним з ключових питань сучасності. Головною запорукою створення конкурентоспроможного та затребуваного товару в умовах мінливості смаків є постійне продукування інновацій. Останнє можливо за умовами сприятливого креативного середовища в основі якого є культура. Проте, сьогодні культурний сектор розглядається не лише як галузь виробництва нематеріальних товарів та послуг, а як повноцінна виробнича частина національного господарства. Складна організаційна, техніко-технологічна система культурних індустрій не поступається за своїм економічним потенціалом більшості промисловостей, а подекуди й випереджає їх, підтверджуючи перехід до постіндустріальних систем.

Одним з перших кроків щодо легітимізації культури як сфери економічної діяльності є визначення сутності діяльності та її видів для подальшої регламентації. Регулювання економічної діяльності в сфері культури через класифікатори видів економічної діяльності має значний потенціал в якості потужного інструменту реформування зазначеного сектору та перетворення його на провідний рушійний інструмент вітчизняної економіки. Конкретизація видів господарської діяльності в сфері культурних та креативних індустрій, має дозволити більш чітко визначати приналежність підприємців до певної галузі, а також структурувати систему пільгового оподаткування для зазначеного сектору. Проаналізувавши міжнародні економічні процеси, то одним з базових питань постає унормування системи економічних показників та класифікаторів з метою полегшення їх співставлення. Проте, варто зауважити, що під впливом науково технічного прогресу доволі швидко змінюються як види діяльності, так і перелік можливих спеціальностей. Це має якомога швидше знаходити своє відображення в подібних класифікаторах. Проте, часовий лаг між змінами та їх осмисленням та імплементацією диктує іншу логіку – розробку більш широких груп та категорій, які б дозволили охопити більшість категорій. Для діяльності в сфері культури питання ідентифікації та чіткого відображення в економічних класифікаторах сьогодні постає дуже гостро.

Сьогодні основним питанням, яке постає перед економістами є визначення індикаторів вимірювання економічних результатів діяльності в секторі культури. Не вирішеною сьогодні є проблема переліку видів економічної

діяльності, які можуть належати до зазначеного сектору. У світовому співтоваристві відсутня єдність щодо цієї позиції. Таким чином, вага культурно-креативного сектору в економіках різних країн суттєво різняться не лише за якісним показником, але і за сутнісними характеристиками.

Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності (МСГК) – це пов'язана й послідовна класифікаційна структура видів економічної діяльності, яка базується на узгодженому на міжнародному рівні сукупності концепцій, визначень, принципів і правил класифікації. Вона забезпечує роботу всеохоплюючого механізму, в межах якого можуть здійснюватися збір і надання даних в форматі, призначеному для цілей економічного аналізу, прийняття рішень і розробки державної економічної політики. Ця класифікаційна структура є стандартним форматом для організації докладної інформації про стан економіки відповідно до економічних принципів і концепцій.

На практиці дана класифікація використовується для забезпечення безперервного потоку інформації, яка незамінна для контролю, аналізу й оцінки показників економіки за певні періоди часу. Окрім основної сфери застосування в статистиці та подальшому економічному аналізі, при потребі в конкретній вузькоспеціалізованій інформації відповідно до конкретних видів економічної діяльності (галузей), класифікація використовується в адміністративних цілях, таких як збір податків, видача комерційних ліцензій та ін.

Сьогодні дійсний четвертий, переглянутий, варіант міжнародної класифікації, який підвищує релевантність класифікації, точніше відображає поточну структуру світової економіки, охоплюючи нові галузі, що з'явилися на поч. ХХІ ст. Запропонована система полегшує міжнародне зіставлення даних за рахунок більшої сумісності дійсного на даний час варіанту класифікатора з діючими регіональними класифікаціями.

Класифікатором охоплено виробничу діяльність або, інакше кажучи, економічну діяльність у межах сфери виробництва Системи національних рахунків (СНР). З цього правила зроблені деякі виключення, з метою забезпечення можливості класифікації видів діяльності, які не належать до сфери виробництва, але відіграють важливу роль в інших видах статистики.

Класифікація використовується для систематизації таких статистичних одиниць як господарські об'єкти або підприємства, у відповідності до виду їх основної економічної діяльності. Набір статистичних одиниць, які потрапляють в одну класифікаційну категорію називаються галуззю. Така стандартизована категоризація робить МСГК важливим інструментом соціально-економічної статистики, яка повинна формуватися відповідно до системи виробництва в тій чи іншій системі господарювання. Усі категорії на кожному рівні класифікації є взаємовиключними. Принципи та критерії, використані для визначення й розмежування цих категорій базуються на базових

товарах і послугах, а також на факторах виробництва, виробничих процесах і технологіях, характеристиках і сферах використання продуктів.

Вітчизняним аналогом подібної класифікації є каталог видів економічної діяльності – КВЕД 2010.

Відповідно до запропонованої класифікації економічна система поділяється на деталізовані рівні галузей та галузевих груп. Зазвичай, це використовується для дослідження окремих галузей та/або галузевих груп, а також для аналізу економіки в цілому, шляхом її поділу на різні рівні деталізації. З метою спостереження й аналізу економічної взаємодії, яка має місце між різними видами діяльності доцільно застосовувати класифікатор на більш низьких рівнях деталізації. Це має сприяти виявленню взаємозв'язків всередині реального сектора економіки.

Категорії вищого рівня міжнародного класифікатора стали загальноприйнятим способом поділу економіки в цілому на взаємопов'язані галузі, які визнаються і використовуються в економічному аналізі. У цій якості вони стали прийнятими угрупованнями для способу групування даних, які застосовуються в ролі показників економічної активності.

МСГК може розглядатися як ефективний інструмент для узгодження економічної статистики. Кількість країн, які адаптують свої національні класифікатори видів економічної діяльності до запропонованої системи поступово зростає. Також, спостерігається використання зазначеного класифікаційного підходу багатьма міжнародними організаціями під час публікації та аналізу статистичних даних щодо соціально-економічної діяльності. Зокрема, Організація Об'єднаних Націй (ООН) та її спеціалізовані установи, Міжнародна організація праці (МОП), Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО), Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО), Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк та ін.

Вітчизняним аналогом подібної класифікації є каталог видів економічної діяльності – КВЕД 2010. Розглянемо співставлення КВЕД – 2010 та ISIC Rev. 4 (таб. 4.1).

Таблиця 4.1

Основні види економічної діяльності сфери культурних індустрій [2, 7]

ISIC Rev.4		КВЕД-2010	
код	Клас діяльності	код	Клас діяльності
3211	Виробництво ювелірних виробів та супутніх товарів	32.10	Виробництво ювелірних виробів, біжутерії та подібних виробів
		32.11	Карбування монет
3211	Виробництво ювелірних виробів та супутніх товарів	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів
3212	Виробництво біжутерії та подібних виробів	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів

ISIC Rev.4		КВЕД-2010	
код	Клас діяльності	код	Клас діяльності
322	Виробництво музичних інструментів	32.20	Виробництво музичних інструментів
324	Виробництво ігор та іграшок	32.40	Виробництво ігор та іграшок
4761	Роздрібна торгівля книгами, газетами та стаціонарними в спеціалізованих магазинах	47.61	Роздрібна торгівля книгами в спеціалізованих магазинах
		47.62	Роздрібна торгівля газетами та канцелярськими товарами в спеціалізованих магазинах
4762	Роздрібна торгівля музичними та відеозаписами в спеціалізованих магазинах	47.63	Роздрібна торгівля аудіо- та відеозаписами в спеціалізованих магазинах
5811	Видавництво книг	58.11	Видання книг
5813	Видання газет, журналів та періодичних видань	58.13	Видання газет
		58.14	Видання журналів і періодичних видань
5819	Інші види видавничої діяльності	58.19	Інші види видавничої діяльності
5911	Виробництво кінофільмів, відео та телевізійних програм	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
5912	Поствиробнича діяльність кінофільмів, відео та телевізійних програм	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
5913	Діяльність у сфері розподілу відео та телевізійних програм	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
5914	Діяльність з проектування кінофільмів	59.14	Демонстрація кінофільмів
5920	Звукозапис та видавнича діяльність	59.20	Видання звукозаписів
6010	Радіомовлення	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення
6020	Телевізійне програмування та мовлення	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення
6391	Діяльність агентства новин	63.91	Діяльність інформаційних агентств
7110	Архітектурна й інженерна діяльність та пов'язані з ними технічні консультації	71.11	Діяльність у сфері архітектури
		71.12	Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах
7220	Дослідження та експериментальна розробка в галузі соціальних та гуманітарних наук	72.20	Дослідження й експериментальні розробки в сфері суспільних і гуманітарних наук
		73.11	Рекламні агентства
7310	Реклама	73.12	Посередництво щодо розміщення реклами в засобах масової інформації
		74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну
7410	Спеціалізовані проектні роботи	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну
7420	Фотографічна діяльність	74.20	Діяльність у сфері фотографії
7722	Прокат відеокасет та дисків	77.22	Прокат відеозаписів і дисків
8542	Культурна освіта	85.52	Освіта в сфері культури
9000	Творча, мистецька та розважальна діяльність	90.01	Театральна та концертна діяльність
		90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів
		90.03	Індивідуальна мистецька діяльність
		90.04	Функціонування театральних і концертних залів
9101	Бібліотечна та архівна діяльність	91.01	Функціонування бібліотек і архівів

ISIC Rev.4		КВЕД-2010	
код	Клас діяльності	код	Клас діяльності
9102	Музей діяльності та експлуатації історичних пам'яток та будівель	91.02	Функціонування музеїв
		91.03	Діяльність щодо охорони та використання пам'яток історії, будівель та ін. пам'яток культури
9103	Ботанічні й зоологічні сади та заповідники	91.04	Функціонування ботанічних садів, зоопарків і природних заповідників

З наведеної таблиці, можна зробити висновок про максимальне наближення вітчизняної класифікації видів економічної діяльності, яку ми можемо додати до сфери культури в міжнародній системі. Проте, очевидним є те, що і вітчизняна й міжнародна системи не відображають у повному обсязі сферу культурних та креативних індустрій. Навіть, така індустрія, як індустрія комп'ютерних та відеоігор, у КВЕД – 2010 чітко не визначена, в той самий час, як КВЕД – 2005 дає можливість більш чіткого виокремлення даного виду діяльності:

- 72.21.0 – Розробка стандартного програмного забезпечення. До якої належить видання комп'ютерних ігрових програм.

- 72.40.0 – Діяльність, що пов'язана з банками даних. До яких належить видання комп'ютерних ігор у режимі он-лайн.

Також виокремимо перелік запропонованих дотичних видів економічної діяльності для культурних індустрій (таб. 4.2).

Таблиця 4.2

Дотичні види економічної діяльності сфери культурних індустрій [2, 7]

ISIC Rev.4		КВЕД-2010	
код	Клас діяльності	код	Клас діяльності
1811	Друк	18.11	Друкування газет
		18.12	Друкування ін. продукції
1812	Послуги, що пов'язані з друком	18.13	Виготовлення друкарських форм і надання ін. поліграфічних послуг
		18.14	Брошурувально-палітурна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг
1820	Відтворення записаних носіїв	18.20	Тиражування звуко-, відеозаписів і програмного забезпечення
2640	Виробництво побутової електроніки	26.40	Виробництво електронної апаратури побутового призначення для приймання, записування та відтворювання звуку й зображення
4742	Роздрібна торгівля аудіо та відеотехнікою в спеціалізованих магазинах	47.43	Роздрібна торгівля в спеціалізованих магазинах електронною апаратурою побутового призначення для приймання, запису, відтворення звуку й зображення

ISIC Rev.4		КВЕД-2010	
код	Клас діяльності	код	Клас діяльності
5820	Видавництво програмного забезпечення	58.21	Видання комп'ютерних ігор
		58.29	Видання ін. програмного забезпечення
6110	Провідна телекомунікаційна діяльність	61.10	Діяльність у сфері проводового електрозв'язку
6120	Бездротова телекомунікаційна діяльність	61.20	Діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку
6130	Супутникова телекомунікаційна діяльність	61.30	Діяльність у сфері супутникового електрозв'язку
6312	Веб-портали	63.12	Веб-портали

З вищенаведеної таблиці можна отримати уявлення про перелік дотичних індустрій до базових культурних. Власне, зазначені галузі спрямовані на продукування товарів та послуг, які мають забезпечити зручне виробництво та споживання культурних продуктів. Споживча електроніка, інформаційно-телекомунікаційні послуги та видавництво матеріалів – забезпечує канали передачі інформації, готового продукту від виробника до споживача. Як проміжного, так і кінцевого. Досліджуючи структуру будь-якої з культурних індустрій, варто зауважити, що вони базуються на наступних елементах (рис. 4.4):



Рис. 4.4. Схема структури культурної індустрії, авторська розробка

На основі класифікатора видів економічної діяльності можливо оцінити вагу сектору культури в формальному національному господарстві. Це стосується тих, хто здійснює творчу діяльність та виробляє символічні товари, а також ті, хто відповідає за обладнання та допоміжні матеріали, які потрібні для створення, виробництва та розподілу культурних заходів, товарів та послуг.

Сфера культури як середовище економічної діяльності тільки починає здобувати своє визнання. Можемо зробити припущення, що невдовзі заз-

начений сектор буде визнано як потужний інструмент розвитку національних економік та модернізації соціально-економічних систем на регіональному рівні. Початковим етапом визнання культури як сектору господарювання в адміністративному плані є впровадження базових категорій економіки культури, таких як "культурні індустрії", "національний культурний продукт", "економіка культури" та ін. А також відтворює нові види економічної діяльності у вітчизняних та міжнародних класифікаторах.

Класифікатори переліку спеціальностей та видів економічної діяльності, забезпечуючи функцію статистичного співставлення різних країн, також мають відображати специфіку окремих національних господарств. Міжнародні системи можуть розглядатися як узагальнені моделі, з подекуди спрощеним та укрупненим поділом на підгрупи. Національні системи можуть бути більш деталізованими. Це дозволить відобразити національні особливості та врахувати більше видів господарської діяльності.

4.3. ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Економічні дослідження останніх років свідчать про те, що основним джерелом конкурентоспроможності в майбутньому стане креативний та інноваційний потенціал країни, який генерує креативний сектор. Розвиток креативних індустрій вже сьогодні визначається в основний вектор подальшого соціально-економічного розвитку світової економіки [170]. Креативні індустрії стають важливими не лише з економічних міркувань, проте завдяки своїм здатностям формувати попит на знання.

Відповідно до звітів Ернст енд Янг за 2014 р. сектор креативних індустрій посідає третє місце після будівництва та громадського харчування щодо зайнятості в країнах ЄС. Він забезпечував 7 млн. робочих місць у 2012 р., що вдвічі більше, ніж в автомобілебудуванні. 19,1% від зайнятості становлять молоді люди, віком до 30 років – вікова група безробіття, в якій, зазвичай, є найвищим в ЄС. Креативний сектор забезпечує 536 млрд. річного доходу [136].

Зазвичай, становлення креативного сектору, як повноцінного сектору економічної діяльності, підвищує значення культури та суміжних галузей людської діяльності в економічному розвитку. У Польщі дослідження цього сектору залишається актуальним, оскільки сприйняття його як важливої частини економічної системи сформувалося відносно нещодавно.

На початку 2016 р. Урядом України було ратифіковано угоду з Європейською Комісією щодо співробітництва у програмі "Креативна Європа", і, зокрема, в підпрограмі "Медіа". Це програма Європейського Союзу для сектору культури та креативності. Варто зазначити, що після економічної кризи 2008 р. сектор культурних та креативних індустрій в країнах ЄС продемонстрував стабільність та значні темпи приросту порівняно з ін. секторами економіки та розглядається як дієвий інструмент для подолання наслідків економічних спадів та стабілізації економічної ситуації. Навіть, культурні індустрії виступають як інструмент ревіталізації та перепрофілювання депресивних регіонів. Яскравим прикладом є Південна Селезія- промисловий регіон Польщі, де збитковим промисловим об'єктам було надано нове культурне значення через перепрофілювання – відкриття музеїв, концертних залів. Подібні зміни також забезпечили робочими місцями колишніх працівників, що дозволило мінімізувати безробіття. Як приклад, можна вказати шахтумузей Тарковські Гури. Розвиток культурних індустрій як сфери підприємницької діяльності дозволяє створювати унікальні інноваційні та конкурентоспроможні товари та послуги, використовуючи креативний потенціал людини та специфіку регіону. Це сприятиме прискореній та дієвій трансформації національної соціально-економічної системи на тлі підсилення ролі регіонів у контексті глобалізації.

Питання взаємозв'язку економіки, мистецтва та культури в різних аспектах досліджували в своїх роботах такі видатні економісти-дослідники як Дж. М. Кейнс, Л. Роббінс, М. Блаут, У. Баумоль, Т.Веблен, Т. Скітовски та ін. Культура розглядалася як важливий елемент соціо-економічного середовища та рушійний фактор його розвитку. Дослідження взаємозв'язку між культурою, суспільством та економікою представлені в роботах таких економістів як Д. Белл, М. Кастельс, С. Леш та Дж. Урі. Питання формування, класифікації та розвитку креативних індустрій розглядали в своїх наукових працях такі вчені як Р. Флоріда, М.Харріс, Д. Хезмондалш, Ч. Лендрі, Д. Тросбі. Визначенню економічного значення культурних індустрій присвячені роботи П. Інкей, Х. ван дер Поля, Д. Паувера, Т. Ніелсена та ін. Очевидним є значний інтерес до ролі культурних та креативних індустрій в дослідженнях економістів зі всього світу і від нещодавна у вітчизняній науці. Так окремі питання, пов'язані з розвитком креативної економіки, функціонуванням креативних індустрій висвітлені в роботах Антошкіної Л., Базилевича В., Бубенко П., Буркинським Б., Зайцева Ю., Мельника О., Радіонової І., Рудь Н. та ін. Розвиток креативної економіки досліджує Киризюк С., Галахова Т. Окреме ґрунтовне дослідження креативних індустрій проведено Вахович І. та Чуль О. Індустріалізації культури та дозвілля присвячені роботи Копієвської О., Петрової І., Цимбалюк Н., Крот О. та ін [56, 57]. Варто зазначити, що для вітчизняної науки питання культурних індустрій є новим, проте має значний потен-

ціал для дослідження. Як середовище підприємницької діяльності сфера культури для досліджень є дуже перспективною. Ми не можемо не врахувати той факт, що сектор культурних та креативних індустрій демонструє стрімке зростання у всьому світі, а його роль у національних економіках розвинутих країн посилюється.

У 1987 р. Парламентською асамблеєю Ради Європи було прийнято Рекомендацію №1059 "Про економіку культури". Цим документом проголошувалася нерозривність економічної та культурної сфер життєдіяльності суспільства, а високий рівень розвитку культури було визначено як одну з ознак соціально-економічної стабільності країн, що входили до Європейського економічного співтовариства. Зважаючи на це, урядам країн-учасниць було запропоновано "взяти на себе відповідальність щодо забезпечення сприятливих умов для культурної діяльності... шляхом покращення системи її фінансування як основного національного капіталовкладення та/або шляхом прийняття законодавства і реалізації фінансових заходів чи ін. правил, покликаних сприяти спонсорству мистецтв" [39, с. 69]. Це був перший крок до напрацювання єдиної загальноєвропейської культурної політики та системи економічної підтримки культури. Основу було закладено в наступних документах:

1. Договір про заснування Європейського співтовариства (1957). У ст. 151 якого зазначено, що Співтовариство має сприяти розвитку культур держав-учасниць, поважати національну та регіональну специфіку та опікуватися спільною культурною спадщиною. Зазначена обов'язкова співпраця та взаємна підтримка за наступними напрямками: вдосконалення та поширення знань про культуру й історію європейських народів; збереження культурної спадщини європейського значення; некомерційних культурних обмінів; розвитку мистецтва, літератури, аудіовізуального сектору (11).

2. Договір про Європейський Союз (1992).

У 2000 р. було розроблено цілісну програму "Культура-2000", на основі якої було напрацьовано підходи до економічної підтримки культурної політики країн ЄС. У документі було сформовано стратегічну ціль загальноєвропейської культурної політики: "шляхом заохочення контактів між діячами культури та відповідальними особами й організаціями держав-членів ЄС створити спільний європейський простір". Ця програма діяла до 2006 р. та мала бюджет у 236,4 млн. євро, спрямована на формування спільного культурного простору, який характеризувався культурним різноманіттям та збереження загального культурного спадку. Наступним кроком були 2 програми на 2007-2013 рр., які стали передумовою для останнього широкомасштабного загальноєвропейського проекту "Креативна Європа", який розпочався в 2013 р. та до якого на початку 2016 р. долучилася й Україна:

- Культурна програма (2007-2013), спрямована на багаторічні ініціативні проекти щодо посилення транскордонної мобільності та поглиблення міжкультурного діалогу. Бюджет мав 400 млн.євро [53].

- Медіа програма (2007-2013) з бюджетом 755 млн. євро спрямована на створення та розповсюдження фільмів, навчальних матеріалів, проведення фестивалів та ін. промоційних проектів. Метою даної програми було посилення аудіовізуального сектору, збільшення циркуляції аудіовізуальних продуктів у межах ЄС та посилення конкурентоспроможності за рахунок полегшення доступу до фінансування та поширення цифрових технологій [62].

Програма "Креативна Європа" об'єднала сектори культури та медіа – інакше кажучи, сфери культури, культурних та креативних індустрій. Її бюджет становить 1, 46 млрд. євро. Метою даної програми є створення умов для розвитку культурного та креативного секторів в умовах глобалізації та всебічного поширення цифрових технологій, а також реалізації їх потенціалу як сектору національних господарств. Тобто, визнання економічного значення культурних та креативних індустрій.

Однією з найгостріших проблем глобальної економіки є нерівність економічного та техніко-технологічного розвитку країн світу, яка полягає в необхідності подолання технологічної та економічної відсталості країн, що розвиваються, а також створення сприятливих умов для соціального прогресу всіх країн світу. Другою групою глобальних проблем є проблема освіти та нерівномірного культурного зростання. Нерівномірність та асиметричність – є основними факторами, що гальмують розвиток національних та регіональних соціально-економічних систем. Міжнародні програми з розвитку культурних та креативних індустрій спрямовані на поступове подолання цих диспропорцій.

Одними з основних інструментів регулювання ринку культурних індустрій та підтримки культури в переважній більшості європейських країн є створення сприятливих фінансових умов розвитку культурних індустрій та впровадження дієвих механізмів фінансової підтримки. Бюджетне фінансування сфери культури європейських держав є однією з головних форм підтримки галузі. Проте, ці видатки в бюджетах країн мають порівняно невелику частку: від 0,5 до 4,8%. Модель державного фінансування культури складається в кожній країні на основі вибору методів, форм і механізмів фінансової політики. На її формування значний вплив мають традиційні, національні, культурні переваги, а також розвиток доброчинності, спонсорства та меценатства. Центральні бюджети європейських країн підтримують сферу культури і мистецтва через наступні канали [1, с. 139]:

- пряме фінансування;
- система міжбюджетних загальних і цільових трансфертів;

- спільна участь у фінансуванні органів влади різного рівня;
- фінансування через незалежні посередницькі структури;
- партнерство на основі змішаного державно-приватного фінансування.

Пряме фінансування організацій культури має місце в усіх країнах, але найбільше воно поширене в європейських унітарних державах у наступних формах [1, с. 139]:

- повне фінансування поточних витрат і капіталовкладень (застосовується в небагатьох країнах і тільки щодо окремих організацій культури (наприклад, національних музеїв, архівів, бібліотек, ефірного мовлення);
- спеціальні цільові трансферти (зазвичай, використовуються в межах національних програм розвитку культури);
- гранти організаціям культури (широке розповсюдження отримали гранти на умовах зустрічного фінансування, спрямовані не тільки на поліпшення фінансового становища організацій культури, а й на сприяння їх адаптації до ринкових умов;
- індивідуальні гранти.

У межах моделі багатоканального фінансування культури і мистецтва велике значення в європейських країнах відводиться специфічним податковим та іншим парафіскальним джерелам фінансування. Поряд зі звичайними податками для сфери культури характерні також специфічні форми оподаткування, зумовлені особливостями формування прибутків у цій сфері. Одним з таких специфічних податків є ліцензійна плата за радіо й телевізійне мовлення. Надходження від збору такого податку, насамперед, спрямовуються на розвиток цих же організацій ефірного мовлення.

У багатьох країнах поряд з бюджетним фінансуванням набуло поширення державне фінансування з позабюджетних фондів, формування яких виправдовувалося "особливими потребами" галузей культури в фінансових коштах і "національними інтересами". В умовах фінансової кризи сфера культури субсидується також в межах соціально-економічних програм, що фінансуються спільно з центральних і територіальних бюджетів (програми регіонального розвитку, підвищення зайнятості, допомоги малому бізнесу, реконструкції міської господарської інфраструктури, професійного навчання та перепідготовки кадрів), а також на основі спільного фінансування окремих організацій культури і інвестиційних проєктів.

У переважній більшості європейських країн культурна продукція визнана особливим економічним товаром, який вимагає особливого ставлення. Це відображається в податковій політиці, наприклад, визначення ставки ПДВ на культурну продукцію. Культурні продукти є предметом домовленостей при співпраці з Всесвітньою організацією торгівлі. Економічна криза 2008 р. відчутно вплинула на традиційні індустрії. Проте, обсяг експорту креативних і культурних індустрій, який для країн Європейського союзу

становив 14%, демонстрував стійку динаміку до зростання. Очевидним є те, що даний сектор є більш стійким до економічних коливань та має потенціал для їх подолання.

4.4. МІСЦЕ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРИЙ В НАЦІОНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Сьогодні в Україні зацікавленість культурними та креативними індустріями стрімко зростає. Вони розглядаються як альтернативний ресурс розвитку соціально-економічного потенціалу країни та регіонів, чинник підвищення їх конкурентоспроможності, і модернізаційних змін національного господарства України. У структурі витрат домогосподарств, витрати на культуру та розваги за період 2002-2014 рр. коливалися в межах 1,5-2% від сукупних витрат. У 2014 р. витрати на культуру та розваги становили 100-110 грн. на місяць у великих та середніх містах та близько 30 грн./міс. у сільській місцевості, при середньомісячних загальних прибутках одного домогосподарства 4786 грн. [56, 61, 62].

Існуючі статистичні данні є недостатніми, оскільки не відображають повною мірою культурний та креативний сектори економіки. Приватні підприємці, які працюють у сфері культури не ідентифіковані. Електронна комерція, яка становить динамічно зростаючу частку економіки культури, не обчислюється в повній мірі. Все це суттєво ускладнює визначення економічного внеску від економічної діяльності в сфері культури в Україні. Хоча недосконалість статистичного інструментарію обрахування економічної діяльності в сфері культурних індустрій спостерігається і в країнах ЄС.

Сьогодні поступово формується новий підхід до культури в цілому. Культура починає розглядатися не лише як сектор нематеріального виробництва виключно суспільних (некомерційних) продуктів, проте поступово перетворюється в сферу господарювання та середовище інноваційних видів підприємництва. Відбувається поступове становлення економіки культури. Інші дослідники визначають таку систему як економіку знань, креативну економіку та ін.

Традиційно, економічне значення культури аналізується через три основні показники: внесок культурних заходів до валового внутрішнього продукту (ВВП); культурна зайнятість; витрати домогосподарств на культуру.

Проте, такий перелік індикаторів характеризує внутрішній ринок зазначеного сектору та його результати. Міжнародна торгівля та зовнішня економічна діяльність в умовах глобалізованих ринків відіграє не менш важливу роль. А в культурі та інформаційному середовищі як царині не лише економічних процесів, але й соціокультурних – міжнародні зв'язки та економічні

відносини перетворюються в інструменти впливу з елементами інформаційних війн на систему цінностей та орієнтирів.

До базових індикаторів значення національних культурних індустрій в міжнародній торгівлі належать:

- експорт й імпорт товарів та послуг культурних індустрій;
- економічні результати підприємств сфери культурних індустрій;
- кількість приватних підприємств сфери культурних індустрій;
- прямі та капітальні інвестиції в сферу культурних індустрій.

Використовуючи дані Державного комітету статистики, зобразимо динаміку експорту та імпорту послуг культурних та креативних індустрій (рис. 4.5).



Рис. 4.5. Динаміка показників зовнішньої торгівлі послуг культурних та креативних індустрій 2010-2016 рр.

З наведеного рисунку ми бачимо, що обидва показники демонструють зростання до 2013 р. Починаючи з 2014 р. імпорт суттєво скорочується. Насамперед, це зумовлено впровадженням квот на телебаченні й радіомовленні та обмеженням присутності російського культурного продукту в структурі імпорту. Значний зазначеного показника після введення квот опосередковано демонструє обсяги присутності продукту з однієї країни в порівнянні з іншими. Така ситуація не є несподіваною, а навпаки, є історично зумовленою. Позитивним є динаміка експорту культурних продуктів, яка демонструвала стійке зростання до 2014 р., а після її коливання є відносно не значними.

Показники було перераховано в доларовому еквіваленті через нестабільність курсу та з метою відображення більш реалістичної картини.

Використовуючи данні ДССУ в СНР із двозначним рівнем та лише за групами економічної діяльності, ми зіткнулися з такою проблемою, що діяльність, яка має належати до сектору культурних та креативних індустрій зосереджена в таких групах:

- інформація та телекомунікації;
- професійна, наукова та технічна діяльність;
- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок.

Окрім того, можемо додатково проаналізувати та співставити кількість підприємств сфери культурних і креативних індустрій приватних та державних (рис. 4.6):



Рис. 4.6. Динаміка кількості приватних і державних підприємств в сфері культури України

Наявність приватних підприємств культурного та креативного секторів є позитивною тенденцією, яка свідчить про зародження економіки культури в Україні. Проте, з вищезазначеного маємо зауважити, що даний показник обчислень досить умовний, оскільки охоплює не суто культурні та креативні індустрії, а цілі сектори, в яких присутні, зокрема і культурні індустрії. Кількість державних підприємств демонструє наявність потужного державного сектору в сфері господарювання в культурі та є безумовним підтвердженням ролі держави, а, відповідно, і необхідності в оновленні державної культурної політики за рахунок запровадження оптимального господарського механізму.

му. Це, насамперед, забезпечить передумови перетворення культури з невиробничого та дотаційного сектору в один з рушійних факторів розвитку національного господарства.

Рушійною силою економічного розвитку будь-якої національної господарської системи є приватне підприємництво [61, 62]. У даному випадку ми можемо констатувати, що в 2015 р. кількість приватних підприємств, які провадять свою економічну діяльність у царині культурних і креативних індустрій коливається в межах 6,5-7% від загальної кількості приватних підприємств.

Панівне становище на українському ринку культурних товарів і послуг посідають імпорتنі продукти масової культури – фільми, книги, музика. Досі не були сформовані сприятливі умови внутрішнього ринку культурних індустрій для вітчизняних виробників національного культурного продукту. Експорт послуг приватним особам, культурних та рекреаційних послуг, імпорт роялті та ін. послуг, пов'язаних з використанням інтелектуальної власності в 2014 р., за даними державної служби статистики України, становив близько 7,7 %, а в 2015 – 5,6% всього імпорту послуг, в той час, як експорт – 1,1% і 0,68% на 2015 р. відповідно. Спостерігається скорочення участі України в міжнародній торгівлі послугами в сфері культурних індустрій. Значне перевищення імпорту над експортом даного сектору є загрозою, оскільки при повній відсутності протекціоністських заходів щодо національного культурного продукту суттєво ускладнюються умови для розвитку вітчизняного культурного виробництва. Серед важливих кроків щодо стимулювання підприємницької діяльності в сфері культурних індустрій доцільно запровадити систему страхування даного виду підприємницької діяльності, а також створення лояльної системи кредитування.

У переважній більшості європейських країн сфера культури та мистецтва традиційно користувалася значними податковими преференціями, що обумовлено специфікою творчої праці та особливою суспільною значимістю культурного продукту. Податкові методи фінансування культури посилилися після кризи 2008 р. та різкого погіршення стану бюджетів у переважній більшості країн через переорієнтацію державних політик від прямих до непрямих інструментів регулювання економіки. Система податкових пільг, зазвичай, поширюється як на окремих працівників і виробників культурних товарів і послуг, так і на фінансових "донорів" культури. Вона спрямована на стимулювання росту виробництва і забезпечення різноманіття товарів і послуг культурного призначення, підтримку стабільних цін у сфері культури і сприяння збільшенню недержавних фінансових ресурсів до неї. У системі оподаткування митців польський уряд в 1991 р. запровадив 50% податкову базу, тобто 50% прибутків митців залишалися для забезпечення мистецької діяльності та не оподатковувалися. У 2012 р. податкову базу було перегля-

нуто і встановлено межу на рівні 85 528 злотих прибутку за вирахуванням премій, за перевищення якої митець позбавляється 50% утримання. Водночас за відсутності перегляду умов, всі, хто отримує дохід менший, також не зможуть повною мірою скористатися перевагами даної системи. Експерти стверджують, що подібні зміни матимуть негативні наслідки. Одночасно з цим 1% прибуткового податку фізичні особи мають право пожертвувати на користь будь-якої громадської організації на вибір, що забезпечує суспільну підтримку та проілюструвати суспільний вибір культурного продукту, наприклад суспільного мовлення.

З розвитком комерційної діяльності в культурі, становленням культурних індустрій помітну роль у їх фінансуванні став відігравати банківський кредит. Держава сприяє в отриманні банківських позик, надаючи організаціям культури гарантії щодо кредитів.

Незважаючи на кризу, державні витрати на культуру Польщі в 2009 р. і 2010 рр. продовжували зростати більше ніж на 20% в порівнянні з попереднім роком. Зниження загальних витрат було зафіксовано тільки в 2011 р. і становило 25%. Уряд відреагував на кризу шляхом заморожування більшої частини всіх поточних витрат. Частка капітальних видатків на культуру в цілому збільшилася до 28% (2011-2013 рр.), з 23% в 2008 р. і лише на 10% в 2011 р. [211, с. 3-6]. Муніципалітети в Польщі фінансують більшість державних інвестицій в культуру. У 2003-2013 рр. капітальні витрати муніципалітетів у розділі "Культура і збереження спадщини" становили в середньому майже на 73% місцевих державних капітальних видатків на культуру. За 10 років цей показник збільшився з 55% до 86 % [8, с. 3-6]. Витрати на культуру муніципальних бюджетів склали в середньому 4,15 млрд злотих на рік. Протягом 2001-2013 рр. загальні витрати на культуру зросли більше ніж вдвічі: від приблизно 2,5 до 5,5 млрд злотих (8, с. 3-6).

Внесок культурних індустрій Польщі у ВВП ЄС станом на 2006 р. мав 1,2%, в той час, як від машинобудування – 1,2%, хімічної промисловості – 1,4%, а нерухомості – 1,3%. Очевидним є розвиток даного сектору як економічного на прибуткового вже в 2006 р. після інтенсифікації співпраці з програмам європейським програмам. Прибутковість польського культурного сектору становила 6% [170]. Станом на 2014 р. внесок від креативного та культурного секторів Польщі до ВВП ЄС становив 4,1% та забезпечено приблизно 351,5 тис. робочих місць.

Вице-міністр культури і національної спадщини Польщі Я. Селліним анонсував збільшення державних витрат на культуру на 9,5% в 2016 р. в порівнянні з попереднім роком. Зокрема, на нову програму "Незалежна 2018", яка передбачає "різноманітні події, відкриття нових установ, художні та вуличні заходи, хеппенінги, пов'язані з 100-річчям польської незалежності". На 100% буде збільшено фінансування програми "Патріотизм завтра".

На основі програми "Культура 2000" урядом Польщі було напрацьовано наступні принципи фінансової підтримки культури з боку держави:

- державне фінансування сфери культури домінує над приватним;
- зростання ролі місцевого самоврядування та недержавних неприбуткових організацій;
- зростає кількість фірм-посередників у сфері фінансування;
- впровадження механізму стимулювання участі приватного капіталу в фінансуванні культури;
- пошук нових джерел фінансування;
- державна підтримка установ, заходів та індивідуальної діяльності;
- культурна політика держави охоплює як традиційні установи культури, так і комерційно орієнтовані галузі.
- фінансування як інфраструктури так і окремих культурних заходів, що відповідають загальній культурній стратегії держави.

Невід'ємним елементом управління культурою в Польщі є різноманітні громадські ради та інституції. Зростання ролі неурядового сектору створює передумови для посилення громадського контролю над використанням державних фінансів і досягнення вищого рівня компетентності в прийнятті рішень щодо проведення окремих заходів на місцевому рівні. Грошові вкладення в культуру сприймаються як довгострокові інвестиції. Значного поширення набуває змішане фінансування культурних заходів з приватних та громадських фондів. Традиційні заклади культури поступово вчаться заробляти самотужки, отримуючи премії за результати боротьби з піратством, через фандрейзинг та встановлення оптимальних цін на свої послуги.

Досвід Польщі в стимулюванні приватних інвестицій в культурний сектор є доволі актуальним для України. Визначення та чітке розмежування понять "спонсорство" та "меценатство" вже надано у вітчизняному законодавстві:

1. Спонсорство – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого "знака" для товарів і послуг (ЗУ "Про благодійну діяльність та благодійні організації" від 26.09.2014 №5073-17).

- меценатською діяльністю визнається підготовка чи підтримка благодійних заходів, пов'язаних із створенням, відтворенням чи використанням у встановленому законодавством порядку творів та ін. об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема благодійних гастрольних заходів, за умови забезпечення вільного доступу до таких заходів (ЗУ "Про рекламу" від 28.12.2015 №270/96-вр).

Спонсорство має опосередковане відношення до рекламної діяльності та є проявом комерційної сторони підтримки культури через формування відповідного іміджу та стимулювання впізнаваності торгівельної марки. Це

приваблива форма взаємодії культури та бізнесу через підтримку заходів, що забезпечують доступ до цільової аудиторії.

Цікавою практикою є застосування методів додаткового фінансування культури, що полягають у передачі громадським фондам підтримки та розвитку культури частини доходів від оподаткування прибуткових галузей культури, грального бізнесу та акцизів на алкоголь. Ефективно такі механізми працюють в Угорщині, Естонії, Литві та Латвії. У Польщі подібна форма фінансування також розвивається. Цей метод був би корисний для впровадження в Україні, оскільки головне його завдання – гарантія збереження культури в умовах криз.

Заходи спрямовані на підтримку творчості поділяються на наступні групи:

1. Індивідуальні субсидії працівникам культури (премії, пільги, дотації);
2. Підтримка митців на ринковому середовищі через створення сприятливого механізму кредитування та страхування ризиків, забезпечення захисту та підтримки виробників національного культурного продукту через обмеження імпорту та ін.;
3. Популяризація національної культури як в середині країни, так і за її межами;
4. Розвиток системи правового та соціального захисту, гармонізація законодавства з питань інтелектуальної власності.

Для України є корисним досвід Польщі щодо суспільного мовлення, ліцензування та штрафних санкцій за недотримання ліцензійних умов, оскільки дана система в нашій державі поки що не працює на повну потужність. Формування суспільного мовлення відбувається неоптимальним шляхом в умовах високої тінізації. Польське законодавче забезпечення медійної регуляторної політики характеризується детально опрацьованими поняттями в законах, що мінімізує подвійне трактування тих чи ін. норм законодавства.

У 2013 р. 26% зайнятості та 39% ВВП в ЄС вироблялося в галузях, що спираються на інтелектуальну власність, в межах яких авторські права відіграють важливу роль [250]. Для порівняння динаміки міжнародних економічних відносин в сфері культурних індустрій ми використовуємо показники експорту та імпорту інтелектуальних прав власності. Відповідно до визначення Світового банку плата за використання інтелектуальної власності – це платежі та надходження між резидентами і нерезидентами для дозволеного використання майнових прав (наприклад, патенти, товарні знаки, авторські права, промислові процеси і проекти, зокрема комерційної таємниці, а також франчайзингові) і для використання в межах ліцензійних угод, вироблених оригіналів або прототипів (наприклад, авторські права на книги та рукописи, комп'ютерне програмне забезпечення, кінематографічних творів і звукозаписів) та суміжних прав (наприклад, для "живих виступів" (концертна діяльність) і телебачення, кабельного або супутникового мовлення). Тобто,

плата за використання результатів інтелектуальної праці, яка є в основі культурних та креативних індустрій та є основним ресурсом та активом на даному ринку. Інакше кажучи – це експорт знань та інформації, які були матеріалізовані та отримали вартісний вираз.

З Рис. 4.7. ми бачимо, що обсяги експорту інтелектуальної власності в Польщі на багато вище, ніж в Україні, хоча динаміка демонструє значні коливання. Значне зниження 2008-2009 рр. було зумовлено, насамперед, світовою фінансовою кризою, на яку світовий ринок культурних індустрій досить гостро відреагував.

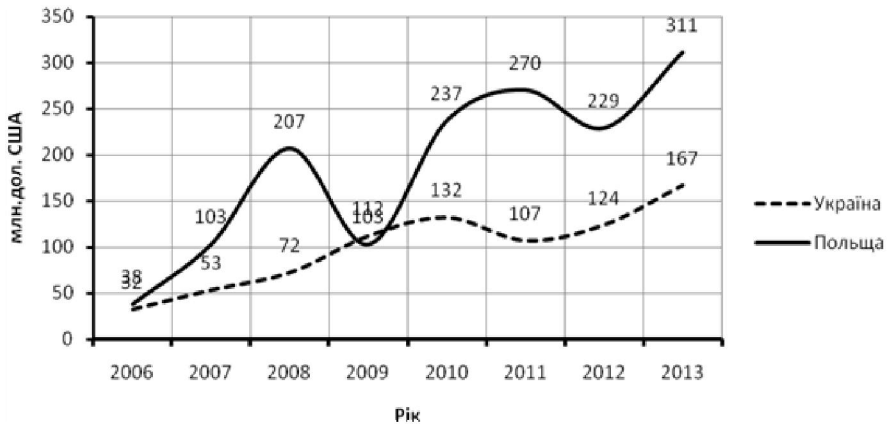


Рис. 4.7. Експорт інтелектуальних прав власності, складено за даними [252]

Проте, в порівнянні з ін. країнами ЄС, Польщі вдалося уникнути рецесії під час економічного спаду. Динаміка даного показника є гарною ілюстрацією зовнішньої культурної політики держави, спрямованої на популяризацію власного культурного продукту не лише в країні, але і за її межами. Культурна політика Польщі відрізняється активною підтримкою та захистом власного культурного простору.

З Рис 4.8. ми бачимо, що імпорт інтелектуальної власності як в Польщі, так і в Україні до 2013 р. мав позитивну динаміку. Проте, в сусідній державі обсяги імпорту більше ніж вдвічі перевищували вітчизняні. У сукупності з показниками експорту це ілюструє динаміку міжнародної торгівлі в сфері культурних індустрій та ступінь залучення держав до світових процесів. Перевищення експорту свідчить про вдалу державну стратегію в культурі. Очевидним є вищий рівень інтеграції Польщі до світового співтовариства, що, зокрема, зумовлено її членством в ЄС, рівнем розвитку демокра-

тичних інституцій та ринкових механізмів. Україна знаходиться ще на початку свого шляху.

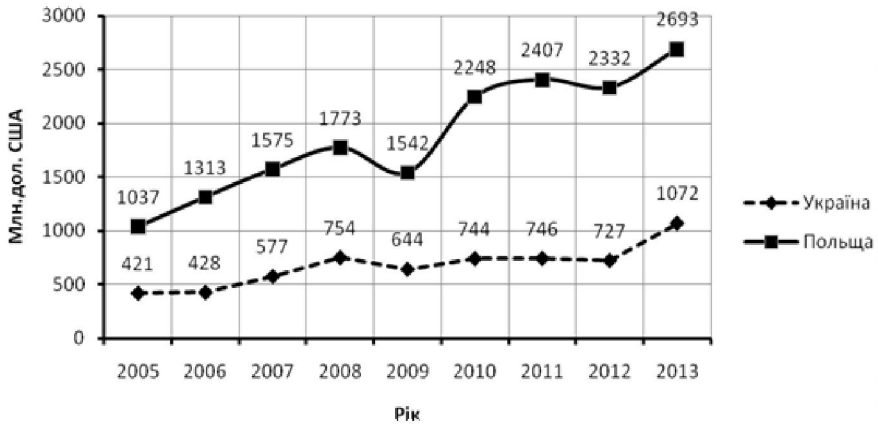


Рис. 4.8. Імпорт інтелектуальних прав власності, складено за даними [252]

Основні сфери впливу творчих галузей на соціально-економічний розвиток регіонів у Польщі та ін. країн Європи:

- вплив на ринок праці шляхом створення екологічно чистих місць зайнятості, заснованої на знаннях і високих технологіях – впровадженні інновацій, постійного виробництва нових товарів і послуг.

- виробництво товарів для ін. галузей економіки, що побічно сприяє збільшенню кількості робочих місць у секторах, комплементарних до сфери культурного туризму, відпочинку, освіти.

- зростання доходів місцевих бюджетів, безпосередньо за рахунок продажу товарів і послуг культури.

- чинники інвестиційної привабливості регіону (Більбао ефект).

- сприяє поліпшенню якості життя та посилення соціальних зв'язків та способів боротьби проти муніципальних "хвороб" – ослаблення соціальних зв'язків або соціальних патологій.

- сприяння створенню позитивного іміджу регіону;

Досвід Польщі проілюстрував, що основну роль у процесі швидкого переходу країн від периферії до центру світової економічної системи відіграють не техніко-технологічні фактори, інновації та навіть не інвестиції в людські ресурси та соціальний капітал, а загальний рівень розвитку культури.

Державна політика в сфері культури має мати комплексний характер та узгоджувати роботу фіскальної служби України, міністерств економіки,

фінансів та культури. Фінансування культури та культурних індустрій має розглядатися як стратегічне інвестування.

З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Культурні індустрії є перспективною сферою економічної підприємницької діяльності. Внесок культурних індустрій не обмежується лише внеском, який можна кількісно обрахувати. Вони є ідеальною ланкою між економікою та політикою. Культурні індустрії створюють не лише матеріальне багатство, проте сприяють соціальній інтеграції, консолідації населення, підвищенню рівня освіти, гордості від приналежності до певного співтовариства та спільному усвідомленню приналежності до певного історичного етапу. Культура є інструментом творення суспільних цінностей та сприяє їх досягненню, що має набагато більше значення, ніж створення матеріальних потреб. Дана сфера опосередковано сприяє підвищенню ефективності економічної діяльності в суміжних галузях через створення єдиного інформаційно-комунікаційного середовища.

Креативна економіка змінює традиційні моделі економічного зростання, джерела отримання доданої вартості, розуміння факторів розміщення бізнесу. Вона висуває нові вимоги до робочої сили, виробничої інфраструктури та інституційного оточення, в порівнянні з індустріальною економікою. Цей сектор перетворюється у важливий стратегічний інструмент ревіталізації та трансформації регіонів.

Культура та інновації відіграють важливу роль у процесі залучення інвестицій, креативної робочої сили та туристів. Парадокс полягає в тому, що ми живемо в епоху, коли інформаційні технології дозволили обмежити вплив таких показників як час та відстань. Проте фізичне місцеперебування та соціалізація – залишаються вирішальними факторами. Ринок – як місце – залишається реальним. Міста та цілі регіони конкурують між собою щодо залучення прямих іноземних інвестицій та творчих особистостей. Для успіху вони мають запропонувати різноманітні культурні продукти, якість та стиль життя. Культура – є важливим та вирішальним фактором підвищення місцевої та регіональної привабливості.

Культурні індустрії продовжують розглядатися виключно як дотаційні, в той самий час як переорієнтація їх на ринкові механізми, дозволила б вирішити такі важливі питання, що зумовлені фінансуванням. На даний момент вони залишаються неадаптованими до ринкових умов. Система фінансування з боку держави не є прозорою. Протягом всього періоду незалежності України культурні індустрії, зокрема телебачення та музична індустрія, бурхливо розвиваються як тіньовий ринок. Навіть, з боку держави не створено сприятливих умов для легалізації даного виду підприємницької діяльності.

4.5. РОЛЬ КУЛЬТУРИ В СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Стратегія сталого розвитку є однією із ключових та пріоритетних у всіх галузях промисловості, народного господарства та економіки. Її принципи та основні положення спрямовані на досягнення гармонії між зростанням економічних показників, стабільністю в соціальній сфері та охороною довкілля. Очевидним є те, що культура відіграє важливу роль для сталого розвитку. Проте включення культури, як важливого елемента, до дискусій щодо сталого розвитку, залишається спірним питанням як з наукової, так і з політичної точки зору.

Багато економістів, серед яких лауреати премії імені А. Нобеля в галузі економіки А. Сен, М. Спенс та Дж. Стігліц, стверджують, що забезпечення добробуту, як основної мети державної політики та пріоритету державних інвестицій, вимагає впливу на фактори, які існують поза межами економіки. Проте, спроби поєднання культури та стійкості поки що відбуваються в розріз з пануючим традиційним дискурсом стосовно екології та економіки.

Економічне зростання, за своєю суттю, не є метою, а лише засобом підвищення добробуту нації. Проте, зростання ВВП надто часто вважається ключовим показником ефективності. Відстеження економічного зростання має сенс виключно в контексті добробуту. Звичайно, країни, що розвиваються високими темпами, збільшують свій ресурсний потенціал чим і забезпечують собі передумови для подальшої розбудови. Проте, трансформація здобутого багатства та економічного зростання в добробут не відбувається автоматично. Механізм такого перетворення має свої індивідуальні особливості в кожній країні. Насамперед, це зумовлюється історичними та культурологічними передумовами існування соціуму.

Визначення додаткових індикаторів економічного розвитку, окрім ВВП, є важливим для розуміння того, як країна перетворює своє багатство на добробут, а її економічне зростання на потенціал та покращення умов життя населення. Такий підхід має бути покладено в основу державних стратегій соціально-економічного розвитку.

Модель оцінювання сталого економічного розвитку SEDA (Sustainable Economic Development Assessment) запропонована Бостонською Консалтинговою Групою (Boston Consulting Group (BCG)) – це потужний інструмент діагностики перетворення багатства, що вимірюється рівнем доходу, у добробут. Окрім того, зазначена модель може бути використана при визначенні суб-секторів, в яких окрема країна може бути економічно відсталою, навіть після врахування її рівня доходів та темпів зростання. Оцінка сталого економічного розвитку BCG (SEDA) була розроблена для оцінки добробуту та відстеження відносних показників країн у перетворенні їх багатства на потреби людей.

Запропонований аналітичний інструмент дозволив зробити такі висновки. Зокрема, було виявлено той факт, що швидкість, з якою країни перетворюють багатство на добробут, з часом практично не змінюється. А отже, хоча рівень доходу та темпів зростання може підвищуватися або зменшуватися, ефективність країни при застосуванні багатства для забезпечення благополуччя змінюється лише поступово незалежно від зусиль. Цей висновок стосується всіх країн, які були обрані для дослідження.

З метою виявлення міждисциплінарних зв'язків факторів, що зумовлюють соціально-економічне зростання та розробки критеріїв для відстеження прогресу в 2012 р. BCG і запропонувала SEDA як новий засіб вимірювання добробуту.

SEDA спирається на міждисциплінарний підхід та об'єднує об'єктивні дані про результати в переважній більшості сфер людської активності, з іншими матеріалами, такими, як експертні оцінки. Це відносна величина міри, що оцінює як країна функціонує в порівнянні з усім світом. SEDA пропонує поточний зріз, а також можливість виявлення виміру прогресу в часі. Вона призначена для того, щоб доповнювати суто економічні показники, такі як ВВП. SEDA визначає добробут на основі десяти показників, згрупованих за трьома групами: економіка, інвестиції та фактори стійкості (рис. 4.9)

Сектор "Економіка" охоплює матеріальний вимір існування суспільства. До зазначеної групи належить вимірювання доходів, рівень економічної стабільності та зайнятість.

Сектор "Інвестиції" – охоплюють сфери, діяльність яких розглядається як інвестиція в майбутнє суспільства. У короткостроковій перспективі ці галузі є досить затратними, а результат буде отримано згодом. Разом з тим, за умови недофінансування ці галузі загрожують руйнуванням та занепадом державі. Дана група охоплює:

- освіту – як сектор формування інтелектуального потенціалу людини;
- охорону здоров'я – сектор, який відповідає за фізичний стан населення та здатність його до виживання та функціонування;
- інфраструктуру – сектор, який забезпечує умови життя та роботи всіх верств населення.

Зазначені сектори відображають результати політики та програм, які є основною частиною будь-яких урядових витрат.

До сектору "Стійкість" належать наступні елементи: рівень доходів різних груп населення, сформованість громадянського суспільства, ефективне державне управління, як чинники соціальної інтеграції, а також сприятливе оточуюче середовище. Тобто, дана група охоплює фактори зовнішнього середовища, яке опосередковано впливає на всі види господарської діяльності суспільства.

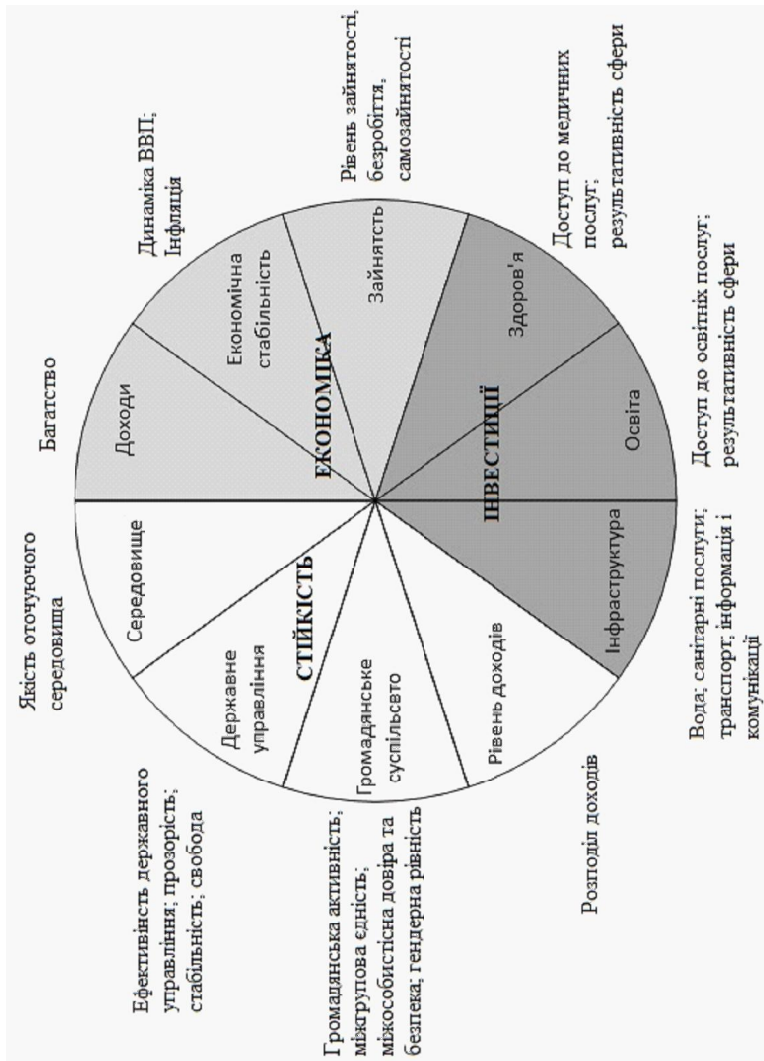


Рис. 4.9. Десятифакторна модель аналізу добробуту SEDA Resource BCG analysis [123]

Проаналізувавши запропоновані фактори, можемо побачити, що культура та культурні індустрії опосередковано присутні в усіх трьох секторах. Культура в сучасному суспільстві розглядається як:

- середовище зайнятості та отримання прибутку;
- інфраструктурний сектор;
- середовище, яке визначає зміст та сутність освіти;
- один з факторів розподілу доходів;
- передумова становлення та розвитку громадянського суспільства;
- основа філософії державного управління;
- фактор зовнішнього опосередкованого впливу.

Імпульсом до становлення та розвитку концепції сталого розвитку послугували поглиблення суперечностей, які виникли в результаті краху ринкової економіки та призвели до загострення екологічних проблем. Саме екологічні проблеми та прагнення світової спільноти зберегти та підтримати існуючі умови життя для майбутніх поколінь були покладені в основу філософії зазначеної концепції. Якщо досягнення стійкості, насамперед, полягає в тому, щоб належним чином використовувати ресурси планети, то культура повинна бути центром даних стратегій розвитку, оскільки культура змінює ставлення людей до інших членів свого суспільства та навколишнього світу, разом з природним середовищем, та умови їх існування.

Ініціативи та підходи до стратегій розвитку, які враховують місцеві умови, традиції та культуру, можуть призвести до посилення позицій контекстно-чутливих продуктів, а також підвищити вартість власності цільових бенефіціарів. Інтеграція культури в політику та цільові програми розвитку сприяють їх ефективності та сталості.

Діяльність у сфері нематеріальної культурної спадщини та інших креативних і культурних індустрій можуть сприяти досягненню таких цілей:

- створення екологічних робочих місць;
- запровадження стійких моделей споживання та виробництва; формування стійких спільнот, які здатні боротися з наслідками стихійних лих;
- забезпечення вільного доступу до води та продуктів харчування.

Власне, розроблені стратегії на основі принципів сталого розвитку мають сприяти зменшенню рівня диспропорції та бідності між регіонами, посилюючи їх стійкість.

Як констатує група експертів Світового економічного форуму в Давосі, впродовж останніх років креативна економіка, розглядається як нова модель зростання, що передбачає відносно невеликі початкові інвестиції в "М'яку" інфраструктуру [153]. М'яка інфраструктура – це, передусім, інфраструктура знань або людський капітал: включаючи інституції, ідеї, культурні норми, концепти і рішення. Те, що дозволяє не лише підтримувати роботу складних логістичних систем та виготовляти будь-який продукт, а й

зробити ці речі найбільш дієвими та найменш витратними. Саме в цьому полягає сенс роботи архітектора, дизайнера, винахідника, робота яких належать до креативних індустрій.

Нині найпотужнішим елементом інфраструктури знань стали Google, Apple, Facebook та ін. інноваційні розробники. Вони ж є прикладами компаній з найвищою ринковою капіталізацією. Кардинальні зміни щодо капіталу знань демонструє дослідження Ocean Tomo LLC [286]. Вони дійшли висновку про те, що частка нематеріальних активів у ринковій вартості компаній зросла з 17 % у 1975 р. до 84 % у 2015 р. [286] (рис. 4.10).

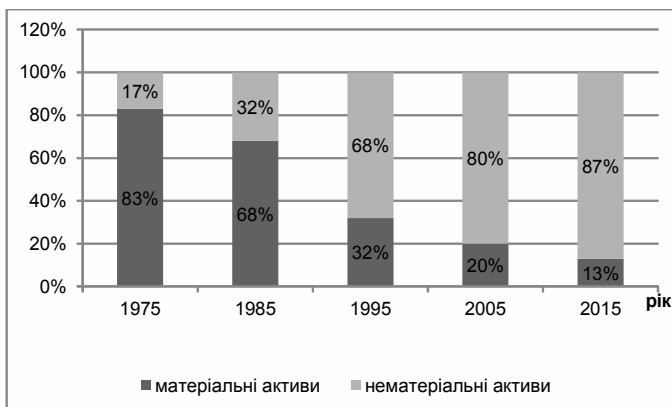


Рис. 4.10. Співвідношення матеріальних та нематеріальних активів, складено за даними Global Future Councils [286]

Така зміна пропорцій вказує на масштаби трансформації принципів господарювання підприємств. Власне частка нематеріальних активів демонструє нам зростаючу роль креативного сектору в економіці.

Культура може розглядатися як ключовий елемент стратегії сталого розвитку. Сьогодні в умовах реалізації реформи децентралізації та процесу становлення місцевих громад, які мають спиратися на активне громадянське суспільство та мають функціонувати на принципах залучення кожного громадянина у процес управління регіоном, роль культури зростає.

Таким чином, культура як фактор розвитку реалізує наступні функції:

- 1) створює можливості для розвитку, підвищення ефективності, проникнення в інші системи;
- 2) здійснює промоцію для забезпечення стабільності, різноманіття, інклюзивності та ідентичності;
- 3) дає результат у вигляді економічних та неекономічних здобутків [245].

Виокремлюють три основні напрями визначення ролі культури в системі сталого розвитку [137] (рис. 4.11):

1. Культура в умовах сталого розвитку. Це означає, що культура виконує сприятливу і розвиваючу роль. Цей підхід доповнює традиційний дискурс про сталий розвиток, додавши культуру як самостійну складову на рівні з екологічними, соціальними та економічними факторами.

2. Культура для сталого розвитку. Вплив культури розглядається як один з визначальних чинників та може діяти за межами зазначеної соціально-економічної системи. Це переміщує культуру в захисну сферу системи, та реалізується в функції створення контекстів та посередництва. За таких умов вона забезпечує баланс між економічним, соціальним та екологічним тиском та потребами.

3. Культура – є стійкість. Такий підхід надає культурі підґрунтя та передумову для досягнення цілей сталого розвитку. У цій ролі вона об'єднує, координує та керує всіма аспектами сталого розвитку.

Якщо культура розглядається як елемент стратегії сталого розвитку, то політика зміцнюватиме ключові внутрішні цінності культури, акцентуватиме увагу на творчості та збереженні різноманіття культурних виразів та проявів художньої та культурної активності, а також буде простежуватися в активних позиціях спрямованих безпосередньо на людину.

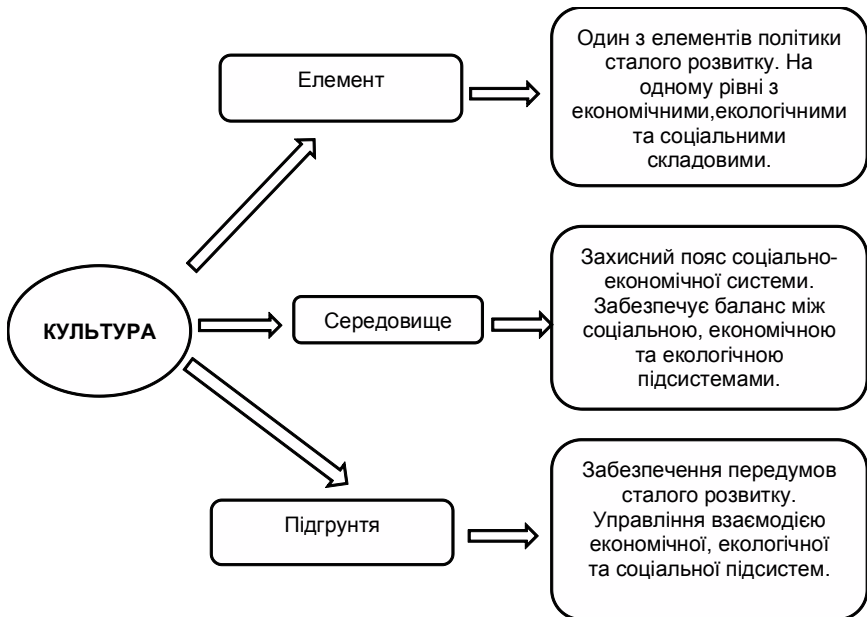


Рис. 4.11 Місце культури в системі стратегій сталого розвитку, авторська розробка

Коли культура виконує посередницьку роль, то це проявлятиметься в поширенні її впливу на визначення та формування цілей інших державних політик, які спрямовані на створення засобів існування – промисловість, і забезпечення соціального та екологічного добробуту.

За третьою моделлю позиціонування культури, політика сталого розвитку сприятиме поглибленому перетворенню соціуму в цілеспрямоване суспільство, зокрема через посилення усвідомлення та зміни поведінки. Це може створити засоби для здійснення колективних дій на місцях, а також через розвиток можливостей окремих людей та громад сприятиме адаптації та реалізації найбільш стабільних моделей життя.

Стратегія розвитку культурного середовища є одним з елементів Стратегії сталого розвитку, яка сьогодні розглядається як базова філософія державних політик, покликана забезпечити гідне існування прийдешнім поколінням за рахунок збереження та примноження всіх видів ресурсів, зокрема й культуру. Культура, розглядається через призму нематеріальної культурної спадщини, яка є основним фактором культурної самобутності держави та підґрунтя творчого середовища. Креативне середовище, насамперед, є основним джерелом потенційної конкурентоспроможності країни в системі світової торгівлі.

Підприємства культурного сектору, зазвичай, концентруються в містах та утворюють спеціалізовані кластери [207]. Схильність до просторової концентрації зумовлена урбанізацією, яка створює передумови для взаємодії між різними секторами, і забезпечує мінімізацію транспортних та експлуатаційних витрат, у порівнянні з периферійними зонами.

Серед істотних переваг урбанізації визначають наступні: наближеність до безпосередніх споживачів; близькість постачальників; доступ до інформації; творче середовище.

Отримані висновки є необхідною передумовою для реалізації пакету реформ України, в якому культурі має бути відведена визначальна роль. Впровадження реформ у сфері державного регулювання культури в Україні відбувається за наступними умовами:

1. Широке впровадження нових технологій в процес державного управління (е-уряд, використання новітніх підходів до менеджменту та адміністрування, проектний підхід до управління та ін.).

2. Становлення креативної економіки, яка притаманна суспільствам постіндустріального типу та спирається на широке застосування міждисциплінарного, системного та синергетичного підходів.

3. Активізація громадянського суспільства та всебічне застосування принципів інклюзивності.

4. Розвиток новітніх культурних практик, які засновані на гібридних (утворених на перетині різних національних культур та видів культурно-мистецької діяльності) формах творчості;

5. Урбанізація культури, в основі якої покладено принцип концентрації та розбудови культурних індустрій в містах, інфраструктура яких найбільше придатна для цього, а також принцип децентралізації.

Ці тенденції розвиваються на тлі специфічних умов, які ускладнюють процес реалізації реформ державного управління в Україні. Зокрема, наявність на території держави військових дій, що позначається на структурі витрат державного бюджету, інформаційній та культурній політиці, стратегії соціально-економічного розвитку. Загострення політичного протистояння, яке вилилось у військовий конфлікт розкрило іншу більш глибоку соціально-культурну проблему незалежної України – питання національної ідентичності. Невирішеність цього питання протягом років незалежності призвела до затяжної кризи самоідентифікації громадян та створило передумови для політичної та економічної дестабілізації.

Основним інструментом вирішення зазначеної проблеми є запровадження культурної та інформаційної політики, заснованої на принципах мультикультуралізму, демократії та забезпеченні прав людини та громадянина.

Ще одним з джерел ризиків є потужний спадок радянської системи управління – громістка й нединамічна система менеджменту та адміністрування, яка не здатна до швидкої адаптації до нових викликів сучасності та характеризується значною ресомісткістю.

Шляхи вирішення зазначених проблем:

- Модернізація системи державного управління культурою та реструктуризація Міністерства культури України. Модернізація адміністративних процесів та методів.

- Формування та затвердження стратегії культурного розвитку. Визначення системи тактичних та стратегічних цілей і завдань із зазначенням вимірюваних проміжних результатів.

- Адаптація до нових культурних практик та запровадження світового досвіду управління культурою.

- Поєднання соціальних функцій культури з принципами її комерціалізації. Створення оптимальних умов та підтримка розвитку культурних індустрій.

- Реформування системи соціальних комунікацій в культурі. Орієнтація на споживача з метою максимізації аудиторії.

Таким чином, основні тенденції сучасного суспільства та напрями реформування культури можна згрупувати наступним чином:

Структуризація етапів реформування державного управління сферою культури

№	Тенденція	Напрям реформування
1	Широке впровадження нових технологій в процесі державного управління.	Модернізація системи державного управління.
		Реструктуризація Міністерства культури України.
		Модернізація системи фінансування культури.
2	Становлення креативної економіки.	Формування та затвердження стратегії культурного розвитку.
		Визнання культури сферою економічної діяльності.
		Поєднання соціальних функцій культури з принципами її комерціалізації.
		Підтримка розвитку культурних індустрій.
3	Побудова громадянського суспільства.	Реформування системи соціальних комунікацій в культурі.
		Людиноцентризм та інклюзивність.
4	Розвиток новітніх культурних практик.	Адаптація до нових культурних практик та запровадження світового досвіду управління культурою.
		Підтримка сучасного мистецтва та гібридних форм творчості.
5	Урбанізація культури.	Реалізація реформи децентралізації
		Розбудова інфраструктури сектору культурних та креативних індустрій.
		Створення передумов для розвитку креативного класу.

Реалізація системної культурної політики в державі має здійснюватися за трьома вимірами (табл. 4.4):

1. Реформування механізму державного управління з метою запровадження та підтримка стійких систем управління культурою. У результаті має бути розроблена система заходів, спрямованих на сприяння створенню, виробництву, розподілу та забезпеченню доступу до різноманітних культурних товарів та послуг, а також на забезпечення доступу до інформаційних потоків управлінських процесів. Таким чином, цей вимір має реалізовуватися в таких сферах як: культурна політика, суспільні ЗМІ, цифрове середовище та суспільне партнерство.

2. Реформування інституційної структури інформаційно-культурного середовища, спрямоване на створення збалансованих потоків культурних товарів та послуг, забезпечення оптимальних умов для мобільності митців та фахівців у галузі культури. Сферами реалізації реформ мають бути мобільність митців та фахівців культури й потоки культурних товарів та послуг.

3. Розбудова економіки культури з метою інтеграції сфери культури в програми забезпечення сталого розвитку суспільства може бути реалізована, насамперед, у сфері національної політики та стратегічних планів сталого розвитку.

Системний підхід до реалізації культурної політики

Напрями реалізації культурної політики	Механізм управління культурою	Середовище культурного розвитку	Економіка культури
1	2	3	4
Цілі	Запровадження та підтримка стійких систем управління культурою	Створення збалансованих потоків культурних товарів та послуг Забезпечення оптимальних умов для мобільності митців та фахівців у галузі культури	Інтеграція сфери культури в програми забезпечення сталого розвитку суспільства
Очікуваний результат	Національна політика вільного доступу до створення та споживання культурних потреб Відкритість інформації.	Сприятливі умови та пільгові режими для забезпечення вільних потоків культурних товарів, послуг та трудових ресурсів культури	Культуру як стратегічний елемент політики сталого розвитку та програм міжнародного співробітництва
Сфери реалізації політики	Культурна політика Суспільні ЗМІ Цифрове середовище Суспільне партнерство	Мобільність креативного класу Потоки культурних товарів та послуг	Національна політика та стратегічні плани сталого розвитку
Способи реалізації політики	Інформування громадськості щодо процесів формування політики Робота ЗМІ в інтересах усіх груп населення Підтримка ринків цифрової культурної індустрії Участь громадянського суспільства в ратифікації та реалізації культурної політики	Неурядові ініціативи Міжнародна торгівля Міжнародна політика	Політика та заходи забезпечують справедливість доступу до культурних ресурсів незахищених верств населення Фінансова допомога творчості в депресивних регіонах

Насамперед, на що варто звернути увагу при визначенні ролі просторових факторів на розвиток культурних індустрій, так це те, що поширення культурного продукту будь-якої з зазначених індустрій, його популяризація відбувається не лінійно та досить часто імпульсами. Базовою передумовою є формування соціальних мереж та відповідної інфраструктури, які забезпечать можливість ознайомлення з продуктом, його сприйняття й інтерпретацію та подальше його споживання. Принцип виробництва товарів відповідно до максимальних потреб споживачів і постачальників – незмінний, оскільки

дозволяє мінімізувати ризики неоптимальних витрат і завищених цін. Запропонована модель критеріїв розміщення може бути використана під час розробки стратегій регіонального розвитку. Діапазон ринків і територіальне розміщення в секторі культурних індустрій відіграють досить важливу роль. Культурна цінність місця розташування створює додану вартість послуг та товарів. Як показує світовий досвід, галузі з високою доданою вартістю в основному створюються в економічно розвинутих регіонах, тоді як індустрії з низькою доданою вартістю базуються в країнах, що розвиваються.

При формуванні державної політики в сфері культури доцільно дотримуватися принципів системності та міждисциплінарності. Врахування просторових факторів та картографування як базового елементу їх дослідження, дозволяє розробити оптимальний план реформ. І хоча, інституційне середовище культурних індустрій розвивається в реальному географічному просторі та віртуальному цифровому вимірі одночасно, воно підпорядковується законам логістики.

ВИСНОВКИ

Світ змінюється. Ціна речей все менше визначається універсальною цінністю, а залежить від ситуаційної та індивідуальної. Суспільні комунікації перетворились на таку ж силу ринку, як співвідношення "попиту і пропозиції" і сьогодні ринок має дві, так би мовити, невидимі руки. Концепція людиноцентризму реалізується не лише в гуманістичних ідеях, проте знаходить своє відображення і в комерційних підходах. Сьогодні ми відштовхуємося від цільової аудиторії, її смаків та вподобань, її стилю життя та світогляду. Культура і освіта – формують ці характеристики, забезпечуючи суспільство життєвонеобхідними, проте, досить часто, комерційно не вигідними послугами. Культурні індустрії – є частиною культури, проте вони сформувалися на перетині культури, економіки та технологій. Успадкувавши від культури здатність впливати на свідомість людей, формувати їх систему цінностей, культурна індустрія перетворилася на надзвичайно потужний та привабливий комерційний сектор. Проте, несе в собі і значні ризики і загрози. Культурна індустрія має потенціал виховання цільової аудиторії та формування її смаків та вподобань. Це зумовлює важливу роль державного регулювання та громадянського контролю за новою сферою.

Дослідження та розвитку нової сфери вимагає переосмислення основних існуючих моделей, теоретичних концепцій та їх адаптацію до нових реалій. Невартот недооцінювати роль теорії та методології, оскільки вони містять роз'яснення причинно-наслідкових зв'язків в складних і динамічних системах.

Культурні індустрії є продуктом та фактором урбанізації, виступаючи символами міста, забезпечуючи роль культурного центру регіону, виступаючи як економічний ресурс та інструмент забезпечення соціальної ідентичності громадян. Реформа децентралізації відкриває значні можливості для використання креативного потенціалу регіонів. Як потужний інструмент ревіталізації, культурні індустрії можуть перетворитись на локомотив регіональної економіки. Проте, не зважаючи на весь потенціал, що має культура, як сектор підприємницької діяльності, він може бути використаний лише в країнах з відповідним рівнем розвитку господарської системи, оскільки спирається на широке застосування високих технологій та інтелектуального потенціалу. Це інвестиційний бізнес з високими ризиками.

Культурна індустрія не є результатом старої системи відтворення. Вона стоїть на передньому краї нової системи товарного виробництва та форму-

ють основу "економіки символів та простору". Кожна з підгалузей культурної індустрії має власних креативний ланцюг створення та реалізації культурного продукту та доданої вартості. Єднає їх значення маркетингових комунікаці, технологічного базису та спільна площина діяльності. Вони створюють пецифіічний потукт – культурний та формують цілісне інформаційно-культурне середовище.

Культурний продукт є об'єктом авторського права і може містити інші об'єкти авторського права. Саме ця категорія є основним активом митця. Поте, вимагає розбудови відповідного правового поля.

Питання повної трансформації суспільства потребує ґрунтового аналізу, який має спиратися на недогматичне та не ригористичне виявлення каузальних та функціональних зв'язків в межах суспільно-економічних систем та врахуванні впливу різноманітних зовнішніх та "випадкових" сил. Слід пам'ятати, що Україна має значний інтелектуальний потенціал для розвитку культурної індустрії, проте потребує термінової побудови необхідної інфраструктури. Дуже важко комерціалізувати інтелектуальний потенціал в умовах економічної нестабільності та технологічного відставання.

Розвиток соціокультурного сектору – є основною запорукою існування та розвитку держави, тому в державних стратегіях культура та освіта не можуть залишатись на узбіччі. Саме вони задають вектор розвитку соціуму. В складних геополітичних та економічних умовах Україна робить перші кроки у напрямі нового постіндустріального суспільства, намагаючись зберегти та примножити своє культурне надбання.

ГЛОСАРІЙ

Автономія (зр. *autonomia* – незалежність) право самостійного управління. Певна ступінь децентралізації. Незалежність від зовнішнього контролю і впливу. В контексті культурної індустрії означає відносну незалежність митців або творчих організацій від контролю та впливу (наприклад зі сторони власника).

Авторське право (*copyright*) – пакет виняткових прав пов'язаних з культурними продуктами та витворами мистецтва зокрема. "Якщо твір є об'єктом авторського права, то власникам авторського права дозволено здійснювати з твором певні дії, які не дозволен здійснювати тим, хто цього права не має (якщо тільки вони не отримали ліцензію від тримача прв)" [87, с. 421]. До подібних дій відносять копіювання творів, створення адаптацій та похідних творів, використання частин твору, випуск копій для ринку, виконання творів на публіці, використання творів у піблучному представленні. Див. Інтелектуальне право власності.

Видавнича логіка/модель – логіка притаманна видавництву книг, записів та фільмів. Характеризується продажем текстів на індивідуальній основі (мається на увазі володіння примірниками). Модель організації виробництва при наявності значної кількості середніх та дрібних компаній, сконцентрованих навколо кількох олігополістичних фірм. Притаманна індустрій комп'ютерних та відеоігор.

Геокультурні ринки – ринки культурних товарів та послуг, які охоплюють більше однієї національної держави та об'єднані спільними характерними рисами культурного середовища (мова, релігія, стиль життя, традиції).

Глобалізація (*англ. globalization*) – перетворення певного явища на світове, планетарне; посилення взаємодії різних частин світу. Глобалізація – явище у своїй основі об'єктивне, носить системний характер, оскільки охоплює усі сфери життя суспільства. Це процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Несе загрозу в першу чергу для самобутніх культур, оскільки зумовлює посилення ринкових принципів в культурному середовищі. Умовою успішної конкуренції є активне впровадження технологічних інструментів, програмного забезпечення та економічних механізмів у процесі створення культурного продукту.

Глокалізація (англ. *Glocalisation*) – це процес соціально-економічного, культурного розвитку, який характеризується збереженням і посиленням регіональних відмінностей в умовах. Замість уніфікації виникають і набирають силу наступні явища: загострення інтересу до локальних та регіональних особливостей, зростання інтересу до традицій, відродження діалектів. Серед потенційних загроз – сепаратизм.

Глокальний – комбінація локального та глобального. При веденні підприємницької діяльності глокальний означає глобальний розвиток за умови підлаштування місцевих умов. Для культурних організацій – це означає необхідність слідування міжнародним вимогам та дотримання стандартів, включення до міжнародних мереж. Створюються умови для доступу місцевих культурних продуктів до світового ринку.

Демонстративне споживання – споживання благ з метою полегшення комунікаційного процесу, зменшення трансакційних витрат та демонстрації приналежності до певної групи.

Деутилізація споживання – зміна мети споживання на користь нематеріальних цінностей, яке не веде до збільшення очевидної матеріальної користості.

Дигіталізація – залучення цифрового способу зберігання та передачі інформації в культурному виробництві, використання цифрових систем передачі сигналу.

Дистрибуційні індустрії або індустрії розповсюдження – галузі, які пов'язані з розподілом і продажем культурних продуктів (товарів та послуг): кінопрокат, концертно-гастрольна діяльність, виставкова діяльність та ін.

Дистрибуція – розповсюдження; комплекс взаємопов'язаних функцій, які реалізуються в процесі розподілення матеріального потоку між різними, як правило, гуртовими покупцями. Дистрибутори виступають активними гравцями кіноіндустрії.

Естетичні потреби – потреби людини у отриманні вражень від споглядання прекрасного та гармонійного.

Інтелектуальний капітал – один з основних ресурсів культурних та креативних індустрій. Інтелектуальний капітал компаній складається з рівня освіти, професіоналізму, самоорганізації і творчих здібностей персоналу, а також включає інтелектуальну власність та інфраструктурні активи.

Інтернаціоналізація – процес посилення взаємозв'язків та взаємозалежностей між різними державами, в результаті чого виникають міжнародні об'єднання в різних сферах (економіка, культура, політика та ін.); процес купівлі компанією, яка базується в одній державі підприємств в іншій або створення мережі партнерських зв'язків з ними. Дозволяє спростити адаптацію продукту виробленого в регіоні до мовних та культурних особливостей іншого регіону.

Інформаційне суспільство – термін, який використовується для сучасних або майбутніх суспільств, в яких інформація та знання визнані як основний фактор функціонування суспільства.

Картування або меппінг територій – технологія складання карти історико-культурно-географічних, інституційних, організаційних і людських ресурсів території для оцінки потенціалу творчого сектора, визначення його можливостей і потреб. На основі отриманої карти мають формуватися стратегії розвитку творчих індустрій і регіональна культурна політика. Картування може здійснюватися як для творчих індустрій в цілому, так і для окремих секторів (наприклад, тільки музика і музичне продюсування та ін.). Картування було спрямоване на вирішення таких завдань:

- збір і аналіз даних про фінансовий внесок творчих індустрій в економіку, наочну демонстрацію їх економічну значимість;
- збір і аналіз даних про кількість зайнятих людей, що продемонструє соціальну значимість творчих індустрій;
- визначення основних проблем розвитку та виявлення перспектив і можливостей зростання, що є базою для формування конкретних програм і проектів підтримки творчих індустрій.

Колаборативна фільтрація – відбір комунікаційних каналів відповідно до приналежності до окремих об'єднань – колаборацій.

Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності – це процес перетворення результатів інтелектуальної праці на ринковий товар. Майнові права інтелектуальної власності мають економічну цінність. В умовах ринкової економіки можуть бути товаром, що реалізується на договірних засадах. Метою комерціалізації є отримання прибутку за рахунок використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві або продажу чи передачі прав на їх використання іншими юридичним або фізичним особам.

Коммодифікація культури – історичний процес завдяки якому культурні об'єкти та послуги набувають якостей товару та виробляються для купівлі-продажу на ринках.

Конвергенція – процес зближення 1) культурних форм – розміщення різних компонентів культурних виразів на одному носії або інформаційному порталі; 2) медіа – процес дублювання контенту або створення альтернативних медіа платформ через об'єднання послуг в сфері телекомунікацій, комп'ютерних мереж та медіа в єдину динамічну цілісну систему.

Креативне місто – 1) теоретична концепція побудована навколо ідеї міської креативності; 2) місто в якому серед населення переважає креативний клас та створена вся необхідна інфраструктура для його існування та розвитку; 3) місто з підвищеною концентрацією культурних та креативних індустрій.

Креативний хаб (*англ. hub – центр, вузол*) – це творчий центр, який надає простір та забезпечує умови для творчої роботи; спосіб організації роботи в основі якого лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін та навичок для посилення інноваційного потенціалу проекту. До основних видів таких центрів належать: коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери.

Креативні індустрії – "діяльність, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, та має потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної власності" [128, 127]. Креативні індустрії охоплюють сферу творення та продажу креативних ідей та художніх витворів, разом з комерційною професійною та аматорською (Хокінс 2011, с. 104-139). Поняття було введено як визначення специфічного об'єкту державної культурної політики Великобританії в 1998 р. з метою його відмежування від загальної культурної політики [214, 128, 127]. Це прагматичне рішення було обумовлене відмовою від використання в державних документах поняття "культура", яке традиційно асоціюється виключно з класичним мистецтвом, але не з підприємництвом та економікою. Відповідно до моделі Д. Тросбі, до креативних індустрій відносяться реклама, архітектура, дизайн та фен-індустрії – тобто ті, сектори вартість продукції яких визначається в першу чергу утилітарною цінністю, а не культурною.

Креативні кластери – це бізнес структури або групи пов'язаних компаній та інших інституцій сконцентрованих в одному місці, успіх яких обумовлений їх тісною взаємодією, а основним середовищем діяльності є культурні та креативні індустрії.

Креативність – здатність до творчого (дивергентного) мислення, передумова створення чогось нового і оригінального. Як властивість особистості виявляється в тенденції до вирішення проблем по-новому, новими засобами, методами.

Культурна цінність – тобто символічні, духовні, естетичні, автентичні, соціальні, історичні цінності, пов'язані з цінностями, специфічними для галузі мистецтва, які не можуть бути виражені в грошовому еквіваленті.

Культурне підприємство – підприємство, яке здійснює діяльність спрямовану на поширення художнього та культурного змісту, для досягнення мети соціального замовлення – культурного зростання громади. Культурне підприємство, як і будь-яке інше підприємство, потребує адекватних матеріальних і нематеріальних активів, тобто відповідний оборотний капітал для досягнення своєї інституційної місії.

Культурні індустрії (або *індустрії культури*) – (англ. *cultural industries*) – 1) галузь виробництва; 2) виробництво товарів, як особливої форми виробництва культурних продуктів; 3) сектор творчих (креативних) індустрій, який продукує та розповсюджує товари та послуги в сфері культури (література, книговидання, видовищні мистецтва, музика та ін.); 4) галузь національного господарства та частина сфери культури, в межах якої відбувається масове виробництво, розподіл та перерозподіл культурних благ шляхом відтворення та тиражування унікальних мистецьких творів, прототипів та інформаційного змісту за допомогою техніки та технологій; 5) галузь національного господарства та частина сфери культури, в межах якої відбувається масове виробництво, розподіл та споживання об'єктів авторського права за допомогою техніки та технологій, створених з метою задоволення естетичних потреб. Під індустріями культури розуміються галузі, які "поєднують в собі створення, виробництво і комерціалізацію інформаційного змісту, який має нематеріальний і культурний характер. Цей зміст, як правило, захищений авторським правом, і може приймати форму товарів або послуг". Важливий аспект культурних індустрій, полягає в тому, що вони сприяють "заохоченню та збереженню культурного розмаїття, а також забезпеченню демократичного доступу до культури". У Франції, "індустрії культури" були визначені як сукупність видів економічної діяльності, які поєднують в собі функції концепції, створення і виробництва культурних благ з застосуванням промислових методів у процесі виробництва і масштабної комерціалізації культурної продукції. Відповідно до концепції Д. Тросбі до культурних індустрій належать кіноіндустрія, преса та друковані ЗМІ, музична індустрія, телебачення і радіомовлення, відео-та комп'ютерні ігри. Це індустрії вартість товарів в якій формує культурна цінність, а їх споживання і є кінцевою метою.

Культурний продукт – товари та послуги, що включають в себе мистецтво (виконавське мистецтво, образотворче мистецтво, архітектура), збереження спадщини (музеї, галереї, бібліотеки), галузі культури (письмові медіа, трансляція, фільм, запис) та фестивалі.

Маркетизація – процес поширення ринкових процесів обміну в середовищі культури, культурних індустрій та пов'язаних з ними секторах.

Меценатська діяльність – підготовка чи підтримка благодійних заходів, пов'язаних із створенням, відтворенням чи використанням у встановленому законодавством порядку творів та ін. об'єктів права інтелектуальної власності, зокрема благодійних гастрольних заходів, за умови забезпечення вільного доступу до таких заходів.

Мультисекторальна і мультимедійна інтеграція – різнових конгломератції в культурі з метою посилення перехресного просування культурних товарів та послуг.

Не утилітарна цінність – культурна цінність – цінність зумовлена не матеріальною корисністю блага, а його естетичним наповненням.

Потокова логіка або модель – забезпечення безперервного потоку контенту. Притаманно для радіомовлення, телебачення та навинних медіа.

Права інтелектуальної власності – пакет виняткових прав, прив'язаних до різних форм знань та інформації, ідей або художніх витворів.

Продюсування – (*від англ. produce – виробляти, продукувати*) – це вид підприємницької діяльності в сфері створення, виробництва та просування культурного продукту. Здебільшого поняття "продюсування" використовується в музичній сфері, у сфері аудіовізуального виробництва (кіновиробництво, телебачення, радіо, комп'ютерні та відео ігри), а також у сфері театрального мистецтва.

Символічна креативність – процес створення символів, які реалізуються в текстах, зображеннях, звуках та образах. Д. Хезмондалш використовує цей термін замість мистецтва.

Спонсорство – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого "знака" для товарів і послуг.

Суспільне мовлення – мовлення спрямоване на надання інформаційних послуг країнам, регіонам та громадам, зазвичай носить некомерційний характер і здійснюється урядами або урядовими агентствами. Характеризується публічною звітністю, громадське фінансування, загальна доступність та звернення до аудиторії як до громадян. Єрезультатом та інструментом розвитку громадянського суспільства.

Утилітарна цінність – категорія пов'язана з ринковими вимірами культури в основі якої покладено корисність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Абанкина Т.В.* Многоканальное финансирование культуры и искусства: зарубежный опыт // Журнал НЭА № 2(14). – 2012. – С. 138-141// www.hse.ru/pubs/share/direct/document/58503166
2. *Базилевич В.Д.* Економічна теорія: Політекономія: Підручник/за ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 719 с.
3. *Бекетов Н.В.* Мировой кризис и проблемы глобализации // Проблемы современной экономики / Н. В. Бекетов. – № 2 (30). – 2009 // www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2530
4. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования/ Пер. с англ. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
5. *Бердяев Н.А.* Самопознание: сборник / Н. А. Бердяев. – Ленинград: Лениздат, 1994. – 395 с.
6. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., пос- лезл. и примеч. Е.А. Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с. – (Мыслители XX века).
7. *Бурдые П.* Формы капитала / Перевод М.С. Добряковой, научное редактирование В.В. Радаев // Экономическая социология №3(5). – 2002. – С. 60-74 // ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205039/ecsoc_t3_n5.pdf
8. *Буренко Е. В., Черкашина Е. Ю., Шубский М. П., Бедова Н. С., Кудашов В. И., Ноздренко Е. А.* Формирование креативности и креативной среды // Креативная лаборатория: диалог творческих практик: Монография / Ред.-сост. О. А Карлова. – М.: Академический проект, 2009. – 476 с.
9. *Бурмистров П., Жутаев Д., Великовский Д., Хестанов Р., Григорий Тарасевич.* 1968: год великого перелома / Эксперт On line. – 2008. // expert.ru/russian_reporter/2008/16/god_velikogo_pereloma/
10. *Ваганова О.* Кино как новый инвестор в Украину. Что будет, если государство научится по-настоящему поддерживать киноиндустрию / Forbes Україна. – 09.12.2015. // forbes.net.ua/opinions/1407202-kino-kak-novyy-investor-v-ukrainu
11. *Вебер Макс.* Протестантська етика і дух капіталізму. – К.: Основи, 1994. – 261 с.
12. *Волкова Н. П.* Теоретичні та методичні засади підготовки майбутніх учителів до професійно-педагогічної комунікації: дис. д-ра пед. наук: 13.00.04 / Волкова Наталія Павлівна. – Д., 2006. – 432 с.

13. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2015-2019 гг. Ключевые тенденции мирового и российского рынков. – 2015. – 54 с. // www.pwc.ru/ru/entertainment-media/publications/assets/outlook_2015_rus_print.pdf
14. *Гальчинський А.С.* Кризи і цикли світового розвитку. – К.: "АДЕФ-Україна", 2009. – 392 с
15. *Гін Гагоорт.* Менеджмент мистецтв. Підприємницький стиль / Переклад англійською Богдан Шумилович. – Львів: Літопис, 2008. – 360 с.
16. *Гольдентрихт С.С.* Творчество как философская проблема / С. С. Гольдентрихт // Творчество и социальное познание. – Москва: МГУ, 2000. – Т.3. – С. 39-61.
17. Державна служба статистики України // www.ukrstat.gov.ua.
18. Державне агентство з питань кіно. Інформація про фільми, вироблені за державні кошти. Офіційний сайт. // dergkino.gov.ua/ua/text/info_movies_public_funds.html
19. *Долгин А.* Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка / Александр Долгин. – М.: АСТ, 2010. – 234 с.
20. *Друкер П.* Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 336 с.
21. *Дьяченко М. И.* Краткий психологический словарь: Личность, образование, самообразование, профессия / (Дьяченко М.И., Кандыбович Л. А.). – Мюнхен : Хэлтон, 1998. – 399 с.
22. *Дяченко М. Д.* Творчість і креативність як педагогічні категорії: історичний аспект / "Науковий огляд", № 5 (26). – 2016. – С. 64-75.
23. *Єрохін С. А.* Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічний аспект) / Наукова монографія. – Київ: Видавництво "Світ Знань", 2002 р. – 528 с.
24. *Зеленцова Е., Гладких Н.* Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Издательский дом "Классика XXI", 2009. – 240 с.
25. ЗУ "Про державну підтримку кінематографії в Україні". (№ 1977-19, від 23.03.2017. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 20, ст.240)
26. ЗУ "Про Суспільне телебачення і радіомовлення України". Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 27, ст.904.
27. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
28. Кино: энциклопедический словарь / гл. ред. С. И. Юткевич. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 640 с.
29. *Князева Е.Н., Курдюмов С.П.* Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. – М.: Наука, 1994. – 238 с.
30. *Кузнецова М. А.* Творчество как атрибут человеческого бытия: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.13 / Волгоградский государственный ун-т / М. А. Кузнецова. -Волгоград, 2012. – 43 с.

31. *Ландри Ч.* Искусство создавать города: Качество жизни и городская среда / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2008. – 326 с.
32. *Ландри Ч.* Креативный город / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005. – 399 с.
33. *Ландри Ч., Грин Л., Матороссо Ф., Бьянчини Ф.* Возрождение городов через культуру / Пер. с англ. – СПб.: Нотабене, 1999. – 85 с.
34. *Мак-Илрой Э.* Культура и бизнес: Путеводитель по фандрейзингу / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005. – 156 с.
35. *Маклюэн М.* Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего / Пер. с англ. – М.: Фонд "Мир"; Академический проект, 2005. – 496 с.
36. *Маклюэн М.* Понимание медиа / Пер. с англ. – М.: Гиперборея: Кучково поле, 2007. – 464 с.
37. *Маршалл А.* Принципы политической экономии. Том 1. Пер. с англ. Р.И. Столпера. – Общ. ред. С.М. Никитина. – М.: Прогресс, 1983. – 416 с.
38. *Маркс К.* Капита. Критика политической экономии. Т.1. Кн. 1. Процесс производства капитала. – М.: Политиздат, 1983. – VI. – 905 с.
39. *Медведчук Н.* Підходи до фінансування культури у Польщі на тлі загальноєвропейської культурної політики / Н. Медведчук // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. – Історичні науки. – 2007. – № 1. – С. 69-74.
40. Наглядова рада затвердила місію суспільного мовлення в Україні. // stv.detector.media/kontent/movlennya.
41. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / (науч. ред. М.С.Ковалева и др.). – Москва: Мысль, 2001. – Т.3. – 692с.
42. *Нордстрем К. А., Риддерстрале Й.* Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта. / Пер. с англ. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002. – 280 с.
43. *Осинов Ю.М.* Опыт философии хозяйства. Хозяйство как феномен культуры и самоорганизующаяся система. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 382 с.
44. *Павленко Ю.* Історія світової цивілізації: Соціокультурний розвиток людства: Навч. посібник. Вид. 3-тє, стереотип. / Відп. ред. та автор вст. слова С. Кримський. – К.: Либідь, 2001. – 360 с.
45. *Пайм Дж. Б., Гилмор Дж. Х.* Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.
46. *Пахтер М., Лэндри Ч.* Культура на перепутье / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI. 2003. – 98 с.
47. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б. М. Бим-Бад; редкол.: М. М. Безруких, В. А. Болотов, Л. С. Глебова и др. – Москва: Большая Российская энциклопедия, 2003. – 528 с.
48. Постанова Верховної ради України. Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України. Верховна Рада України; Постанова, Програма

від 14.04.2016 № 1099-VIII. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 18, ст. 208

49. Постанова Верховної ради України. Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України. Верховна Рада України; Постанова, Програма від 14.04.2016 № 1099-VIII. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 18, ст.208

50. *Проскуріна М.О.* Методологічні особливості дослідження економіки культурних індустрії // Глобальные проблемы экономики и финансов: тезисы докладов Международной научно-практической конференции (Киев-Москва-Вена, 27 февраля 2015 г.). – Киев, 2015. Режим доступа: <http://www.inter-nauka.com/issues/conf-2015/february/94>.

51. *Проскуріна М.О.* Аналіз індексу креативності як економічного показника // Причорноморські економічні студії. Випуск 15. – 2017. – С. 58-62.

52. *Проскуріна М.О.* До питання вимірювання економічного значення культурних індустрій в національній економіці України // Бізнес-Навігатор. Випуск 4 -1 (43). – 2017. – С. 104-107.

53. *Проскуріна М.О.* Економічний інструментарій державного регулювання культури: Європейський досвід Польщі //National economic reform: experience of Poland and prospects for Ukraine – Collective Monograph. – Vol 2. Poland "Izdevnieciba "Baltija Publishing", 2016. – P. 47-65.

54. *Проскуріна М.О.* Економічний механізм культурних індустрій // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2016 – С. 29-39.

55. *Проскуріна М.О.* Значення просторових факторів в розвитку культурних індустрій // Інтелект ХХІ. Випуск 6. – 2017. – С. 84-89

56. *Проскуріна М.О.* Креативні індустрії, як середовище економічної діяльності //Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 8. – Листопад 2015 //global-national.in.ua/issue-8-2015

57. *Проскуріна М.О.* Креативні індустрії, як фактор економічної безпеки країни /М.О. Проскуріна// Вісник Одеського національного університету. Том 22. Випуск 6 – 2015. Серія "Економіка". – С. 56-60.

58. *Проскуріна М.О.* Культура – інструмент перетворення багатства у добробут // Проблеми системного підходу в економіці. Випуск 6 (62) – 2017. – С. 98-103.

59. *Проскуріна М.О.* Культурні індустрії, як сфера зайнятості в економіках ХХІ ст. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки", Випуск 25, Частина 1. – 2017. – С. 90-94

60. *Проскуріна М.О.* Культурологічні та економічні аспекти фестивального руху Угорщини та України.// Science and Education a New Dimension. Economics1(72). – 2015. – С.41-44;

61. *Проскуріна М.О.* Місце культурних індустрій в системі національного господарства // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". Випуску 16. – 2016. – С. 29-32.

62. *Проскуріна М.О.* Місце культурних та креативних індустрій в соціально-економічних системах Литви та України // International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. – Klaipeda: Baltija Publishing. – P. 70 – 73.

63. *Проскуріна М.О.* Структура індустрії комп'ютерних та цифрових ігор, як частини національної економіки // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: "Економіка і менеджмент", Випуску 22. – 2017. – С. 58-62.

64. *Проскуріна М.О.* Структура музичної індустрії // "Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії". Випуску 6 (12). – 2017. – С. 45-50.

65. *Проскуріна М.О.* Циклическая динамика экономических индикаторов сферы культуры Украины // Ежемесячный международный научный журнал "United-Journal", № 6. – 2017. – С. 45-50

66. *Рибалка В. В.* Психологія розвитку творчої особистості: навчальний посібник / В. В. Рибалка. – Київ: ІЗМН, 1996. – 236 с.

67. *Розванлон П.* Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку / Пер. з фр. Є. Марічева. – Київ: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2006. – 246 с.

68. Словарь-справочник по педагогике / авт.-сост. В. А. Межериков; под общ. ред. П. И. Пидкасистого. – Москва: Сфера, 2009. – 448 с.

69. *Сорокин Б. Ф.* Философия и психология творчества: научно-методическое пособие для аспирантов и молодых преподавателей / Б. В. Сорокин. – Орел: Орловский государственный университет, 2000. – 104 с.

70. *Спиркин А. Г.* О творческой силе человеческого разума. Послесловие / А. Г. Спиркин; под. ред. Г.Гиргинова. – Москва: Прогресс, 1979. – 588 с.

71. *Степаненко С. В., Антонюк С. Н., Феценко В. М., Тимочко Н. О.* Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. / за ред. проф. С. В. Степаненка. – К.: КНЕУ, 2010. – 743 с.

72. *Степаненко С.В.* Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології): Монографія. – К.: КНЕУ, 2008. – 213 с.

73. *Степин В.С.* Саморазвивающиеся системы и постнеклассическая рациональность. // filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000249/index.shtml

74. *Тоффлер Э.* Третья волна / Пер. с англ. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.

75. *Тарасевич В. М.* Тема 2. Методологія макроекономіки // Економічна теорія, № 4. – 2006. – С. 89-99.

76. *Тетчер. М.* Я вірю // Консерватизм: антологія. 2-ге видання. / Упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. – Київ: ВД "Простір". "Смолоскип" 2008. – xviii – 778 с.

77. *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века. Пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2003. – 669 с.

78. *Тросби Д.* Экономика и культура (Текст)/пер. с англ. И. Кушнаревой; Нац. исслед. Ун-т "Высшая школа экономики". – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.

79. *Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л.* Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие. 4_е изд., испр. и доп. – СПб.: Издательство "Лань"; "Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ", 2012. – 528 с.

80. *Тульчинский Г. Л.* Маркетинг в сфере культуры / Учебное пособие. – С.-Петербург. – 2011. – 182 с.

81. *Уильямс Р.* Базис и надстройка в марксистской теории культуры. / / ЛОГОС, № 1 [85]. – 2012. – С. 136-156.

82. Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку "Україна – 2020" від 12.01.2015 № 5/2015. Офіційний вісник Президента України. від 20.01.2015 2015 р., № 2, стор. 14, стаття 15

83. *Фещенко В. М.* Сучасні економічні теорії: навч. посіб. / В.М. Фещенко. – Київ : КНЕУ, 2012. – 474 с.

84. *Фещенко В. М.* Динамічний аналіз проблем циклічності у розробках українських економістів кінця ХІХ – початку ХХ ст. // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2004. – Т.4. – С. 189-195.

85. *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005. – 430 с.

86. *Хезмондали Д.* Культурные индустрии/ пер. с англ. И. Кушнаревой, под ред. А. Михалевой; Нац. исслед ун-т "Высшая школа экономики". – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.

87. *Хокинс Дж.* Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – Москва: Издательский дом "Классика-XXI", 2011. – 256 с.

88. *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика Просвещения: Философские фрагменты / Пер. с нем. – М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – 312 с

89. *Хрусталева М. А.* Всемирная конверсия: О судьбе арсеналов в мире и у нас // АртХроника. №4. – 2003. – С. 110-116.

90. *Хрусталева М. А.* Интерпретация промышленного наследия в свете индустрии развлечений. 2002. // www.maps-moscow.com/index.php?chapter_id=143&data_id=109&do=view_single

91. *Шейко В.* Як працює одна з найуспішніших музичних індустрій: досвід Великої Британії / LB. ua. – 16.06.2017 14:30. // lb.ua/culture/2017/06/16/369272_yak_pratsyuie_z_nayuspishnishih.html

92. *Щербакова Е.* В 2008 году число горожан сравняется с числом сельских жителей, а к 2030 году достигнет 60% населения мира // Население и общество. № 273 – 274. – 2007. <http://www.demoscope.ru/weekly/2007/0273/barom02.php>

93. *Эдвинсон Л.* Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях / Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2005. – 248 с.

94. Ярошевский. М. Г. Творчество // философский энциклопедический словарь. – Москва: Сов. Энциклопедия, 1989. – С. 642-643.

95. Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. – М.: Политиздат, 1991. – 527 с.

96. Adorno T. W., Horkheimer M. (2002). Dialectic of enlightenment : philosophical fragments / Max Horkheimer and Theodor W. Adorno ; edited by Gunzelin Schmid Noerr ; translated by Edmund Jephcott. – Stanford University Press, 2002. – p. 303.

97. Akerlof G. A. and Kranton R. (2000). Economics and Identity// The Quarterly Journal of Economics Vol. CXV. – Issue 3. – pp. 715-753. // public.econ.duke.edu/~rek8/economicsandidentity.pdf

98. Arrow K.J. (2000) Observation on social Capital // Social Capital: A Multifaceted Perspective / P. Dasgupta, I. Serageldin (eds), Washington: World Bank. – 440 p. // documents.worldbank.org/curated/en/663341468174869302/pdf/multi-page.pdf

99. Banfield, E. (1958). The Moral Basis of a Backward Society, Free Press, New York. – 204 p.

100. Baseline study on Hong Kong's creative industries : for the Central Policy Unit, Hong Kong Special Administrative Region Government / [chief editor, Desmond Hui] (2003). – Hong Kong: University of Hon Kong, Center for Cultural Policy Research.- 225 p. // www.info.gov.hk/gia/general/200309/16/0916249.htm

101. Bell D. (1999). The Coming of Post-Industrial Society: A venture in Social Forecasting. – London, Heinemann, (1974). – Paperback, Special Anniversary Edition. Perseus Books Group – p. 507

102. Benabou R., Tirole J. (2006). Incentives and Prosocial Behavior// The American Economic Review. – Vol. 96 No. 5. – pp. 1652-1678.

103. Benjamin, W. (1970), Illuminations: Essays and Reflections. Trans. Harry Zohn. London: Fontana. – 288 p.

104. Berardi F. (2001). La fabbrica dell'infelicità: new economy e movimento del cognitariato. – Roma: Derive e Approdi, 2001. – 214. p.

105. Berzano L., Genova C. (2015). Lifestyles and subcultures: history and new perspective / Luigi Berzano, Carlo Genova. 1st Edition. – Routledge. – 218 p.

106. Bianchini F. and Parkinson M. (1994). Cultural Policy and Urban Regeneration, ed. by F. Bianchini and M. Parkinson. – Manchester: Manchester University Press. – 220 p.

107. Bianchini F. (1993). Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies // Cultural Policy and Urban Regeneration, ed. by F. Bianchini and M. Parkinson. – Manchester: Manchester University Press, 1993. – pp. 1-20.

108. Boix R., Lazeretti L., Hervas-Oliver J. L., De Miguel-Molina B., (2011). Creative clusters in Europe: A microdata approach. European Regional

Science Association, Barcelona. – 33 p. // www.sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa11/e110830aFinal00471.pdf

109. *Bondurien P.* (1986). Forms of Capital // Handbook of Theory Research for Sociology of Education. – N.Y. Westport, CT: Greenwood. – pp. 241-258.

110. *Boulding, K.E.* (1972). Toward the Development of a Cultural Economics, "Social Science Quarterly" Vol. 53, No. 2. – pp. 267-284.

111. *Bourdieu P.* (2001). Forms of Capital // The Sociology of Economic Life. – Boulder, 2001. – 19 p.

112. *Bourdieu P.* (1979), La Distinction. Critique social e du jugement. – P.: Minuit. – 672 p.

113. *Bourdieu P.* (1969) L'Amour de l'art. Les musees de l'art europeens et leur public. – P.: Minuit (avec A. Darbel, D. Schnapper). – 161

114. *Carlino G., Mills L.* (1993), Are US regional p. incomes converging // Journal of Monetary Economics. – № 32. – pp. 335-346

115. *Castells M.* (1942). The Rise of the Network Society. 2nd ed., with a new pref. // The nformation Age.- Oxford: Blackwell, 2010. – 625 p.

116. *Caves R. E.* (2000), Creative Industries: Contracts between Art and Commerce. – Cambridge. MA: Harvard University Press. – 464. p.

117. *Caves R. E.* (1998), Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms. Journal of economic literature. Discussion Paper No. 1808. Harvard Institute of Economic Research – 69 p.

118. *Chartrand H. H.* (2000). Towards an american arts industry, Public Life of the Arts in America Joni Cherbo and M. Wyszomirski (eds), Rutgers University Press, April 2000 // www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Towards%202000.htm

119. *Chartrand, H.H.* (1990). The Hard Facts: Perspectives of Cultural Economics(in:) Transactions of the Royal Society of Canada 1989, Fifth Series, Vol. IV, University of Toronto Press, Toronto. // www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Hard%20Facts%201990.htm

120. *Chin V., Heng S. L, Khanna D., Rueda-Sabater E.* (2017). The Challenge of Converting Wealth into Well-Being. The 2017 Sustainable Economic Development Assessment. // www.bcg.com/en-us/publications/2017/economic-development-public-sector-challenge-of-converting-wealth-into-well-being.aspx

121. *Chiu, R.* (2004). Socio-cultural sustainability of housing: A conceptual exploration. Housing, Theory and Society 21 (2). – pp. 65-76

122. *Clark T. N.* (2003), Urban Amenities: Lakes, Opera, and Juice Bar: Do They Drive Development? // The City as an Entertainment Machine. – V. 9. – pp. 103-140.

123. Council of Europe's Intercultural Cities. Web-site // www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Cities/Default_en.asp.

124. Creative Britain – New Talents for the new economy. (2008). // webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf
125. Creative industries of UK. Infographics & assets (2017) // www.thecreativeindustries.co.uk/resources/infographics
126. *Copic, V. and Srakar A.* (2012). Cultural Governance: A Literature Review, EENC Paper, January 2012. -61 p.
127. *Cunningham S.* (2004). The Creative Industries After Cultural Policy: A Genealogy and Some Possible Proffered Futures // *International Journal of Cultural Studies*. – 2004. – No 7 (1). – P. 105-115.
128. DCMS, (2014). Creative industries economic estimates. Department for Culture, Media and Sport, London. – 35 p.
129. DCMS, (1998). Creative Industries Mapping Documents. // www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx
130. DCMS (2001). Creative Industries Mapping Documents. // www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001
131. *Dermoddy S. and Jacka L.* (1988), *Screening of Australia: Anatomy of a National Cinema*, vols 1 and 2, Currency Press, Sydney. – 282 p.
132. *Dessein, J., Battaglini, E. and Horlings, L. eds.* (2015). *Cultural sustainability and regional development: Theories and practices of territorialisation*, Routledge. – 268 p.
133. *Dessein, J., Soini, K., Fairclough, G. and Horlings, L.* (eds) (2015). *Culture in, for and as Sustainable Development. Conclusions from the COST Action IS1007 Investigating Cultural Sustainability*. University of Jyväskylä, Finland. – 72 p.
134. *Drucker P.* (1968), *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. – New Jersey: Transaction Publishers. – p. 420.
135. *Dumazedier J.* (1962), *Vers une civilisation du loisir?* – Paris: Seuil. – 320. p.
136. Ernst & Young (2014). *Creative growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*. Accessed March 05, 2015, from [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf)
137. European Commission (2010). *Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries*. Brussels // www.saksala.org/pdf-files/GreenPaper_creative_industries_en.pdf
138. *Evans S.* (2017). It's the creative economy, stupid! https://www.huffingtonpost.com/entry/its-the-creative-economy-stupid_us_59f217d0e4b05f0ade1b5591
139. *Faure, G., and G. Sjostedt.* (1993). *The handbook of negotiation and culture*, Stanford Business Books. Stanford, California. – 477 p.

140. *Fellner A.* (2008). Role of culture in economic development: Case study of China and Latin America, University of South Florida Scholar Commons, Graduate Theses and Dissertations. – p. 130 //scholarcommons.usf.edu/etd/
141. *Flew T.* (2012). Origins of creative industries policy. In: *Flew T.* (ed.), *The creative industries: Culture and policy.* SAGE Publications Ltd, Los Angeles. – pp. 9-32.
142. *Flew, T.* (2010): *Toward a Cultural Economic Geography of Creative Industries and Urban Development: Introduction to the Special Issue on Creative Industries and Urban Development.* The Information Society, 26 (2). – pp. 85-91.
143. *Florida R.* (2002), *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life.* – New York: Basic Books, 2002. – 416 p.
144. *Fukuyama, F.* (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity,* Free Press, New York. – 457 p.
145. *Garnham N.* (1990), *Capitalism and Communication: Global Culture and Economics of Information.* – London: Sage. – 219. p.
146. *Garnham N.* (1987), *Concepts of Culture: public policy and the culture industries // Cultural Studies. Volume 1, Issue 1.* – pp. 23-38. *Gasher M.* (2002), *Hollywood North: The Feature Film Industry in British Columbia,* UBC Press, Vancouver. – 176 p.
147. *Gilroy, P.* (1992). *The Empire Strikes Back: Race and Racism in 1970s Britain.* London: Routledge. – 219 p.
148. Global Future Councils. Web-site //www.weforum.org/communities/global-future-councils
149. *Gouldner A. W.* (1979). *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class: A Frame of Reference, Theses, Conjectures, Arguments, and an Historical Perspective on the Role of Intellectuals and Intelligentsia in the International Class Contest of the Modern Era.* New York: Seabury Press. – 121 p.
150. *Gramsci, A.* (1949). *Il materialismo storico e la filosofia di Benedetto Croce,* Einaudi, Torino. – 299 p.
151. *Grassby R.* (1970). *English Merchant Capitalism in the Late Seventeenth Century: The Composition of Business Fortunes, Past and Present,* Vol. 46. – pp. 87-107.
152. *Greif, A.* (1994). *Cultural beliefs and the organization of society: A historical and theoretical reflection on collectivist and individualistic societies.* *Journal of Political Economy;* Vol. 102, No. 5. – pp. 912-950
153. *Grodach, C. & Seman, M.* (2012). *The cultural economy in recession: Examining the US experience.* *Cities,* 33, – pp. 15-28
154. Global Future Councils. *World economic forum* (2015). // <https://www.weforum.org/communities/global-future-councils>

155. *Guehenno J.-M.* (1995). *The End of the Nation-State*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995. – 145 p.
156. *Guevremont V., Otasevic I.* (2005). *Culture in Treaties and Agreements. POLICY & RESEARCH. Implementing the 2005 Convention in Bilateral and Regional Trade Agreements*. Quebec, Canada), Published in 2017 by the United Nations Educational, UNESCO, 2017. – 122 p.
157. *Guilford J. P.* (1967), *Measurement of Creativity, Exploration in Creativity*. – NY, 1967. – pp. 281-287.
158. *Habermas J.* (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press. – 301 p.
159. *Hall, S.* (2000). *Creative Cities and Economic Development'*, *Urban Studies*, 37 (4). – pp. 639-649.
160. *Hall, S. and Jefferson, T.* (1976) (eds.), *Resistance Through Rituals: Youth Sub Cultures in Post-War Britain*. London: Hutchinson in association with the Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham. – 288 p.
161. *Harrison, L., and Huntington S.* (2000). *Culture Matters: How Values Shape Human Progress*, New York, NY: Basic Books. – 383 p.
162. *Hartley, John* (2009). *From the consciousness industry to the creative industries: Consumer-created content, social network markets, & the growth of knowledge*. In Holt, Jennifer & Perren, Alisa (Eds.) *Media Industries : History, Theory & Method*. Wiley-Blackwell, Malden MA & Oxford. – pp. 231-244.
163. *Harvey D.* (1989). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwells. – 392 p.
164. *Hawkins J.* (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. New York: Penguin Books. – 352 p.
165. *Hendrik P.* (2007). *Key role of cultural and creative industries in the economy*. – 12 p. // www.oecd.org/site/worldforum06/38703999.pdf
166. *Hesmondhalgh D., Pratt A. C.* (2005). *Cultural industries and cultural policy*. *International Journal of Cultural Policy* 11(1). – pp. 1-13.
167. *Higson, Andrew* (1989). *'The Concept of National Cinema'*, *Screen*, vol. 30, №. 4. -pp. 36-46.
168. *Hofstede, G.* (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw-Hill, London. – 561 p.
169. *KEA*, (2006). *The economy of culture in Europe*. KEA European Affairs, European Commission, Brussels. – 355 p.
170. *Keane, Michael* (2007). *Created in China: the Great New Leap Forward*. London: Routledge Curzon. // <http://www.lindenwood.edu/files/resources/144-146-2.pdf>
171. *Landes, D.* (1998). *The Wealth and Poverty of Nations. Why Some Are So Rich and Some So Poor*, Norton & Company Inc., New York.- 650 p.
172. *Landry C., Morley D., Southwood R., Wright P.* (1985), *What a way to run a railroad: an analysis on radical failure*. – London: Comedia Pub. Group, 1985. – 101 p.

173. *Lash S. M., Urry J.* (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage Publications Ltd, 1994. – 368 p.
174. *Lindqvist, K.* (2012). *Effects of Public Sector Reforms on Management of Cultural Organizations in Europe*", *International Studies of Management & Organization*, 42 (2). – pp.10-29.
175. *Lichfield N.* (1988). *Economics in Urban Conservation*. Cambridge: Cambridge University Press – 361 p.
176. *Loewendahl H.* (2008). *Creative industries set for record year, FDI Intelligence: A service from The Financial Times Ltd*.<http://www.fdiintelligence.com/Archive/Creative-industries-set-for-record-year>
177. *Madden, C.* (2009). *The Independence of Government Arts Funding: A Review*, *D'Art Topics in Arts Policy*, № 9. – 46 p.
178. *Measuring Music (2016)*, UK Music. Report 2016. – 18 p. // www.ukmusic.org/assets/general/measuring-music-2016.pdf
179. *Media Business Reports (2015)*, № 13 (451) 23. – 36 p.
180. *Mercer, C.* (2012). *From Data to Wisdom: building the knowledge base for cultural policy*, 11th Annual Experts Assembly of the Council of Europe, ERICarts, Helsinki. – 13 p.
181. *Miege B.* (1989). *The capitalization of Cultural production*. – New York: International General, 1989. – 165 (3) p.
182. *Miege B.* (1987). *The logics in work in the new cultural industries, Media, Culture and Society*. № 9. – pp. 273-89.
183. *Music consumption in Great Britain from 1st quarter 2011 to 3rd quarter 2017*, by format, Statistic portal, Statista //www.statista.com/statistics/289089/music-consumption-in-great-britain-by-format/
184. *Negus K, Pickering M.* (2004). *Creativity, Communication and Cultural Value*. – London: Thousand Oaks; New Deli: Sage. – 240 p.
185. *O'Connor J.* (2010.). *Creativity, Culture and Education (CCE) Literature Reviews* //old.creativitycultureeducation.org/wp-content/uploads/CCE-lit-review-creative-cultural-industries-257.pdf/
186. *Ocean Tomo Releases (2015)*. *Annual Study of Intangible Asset Market Value*. //www.oceantomo.com.
187. *O'Connor J.* (2006). *A new modernity? The arrival of "creative industries" in China* // *International Journal of cultural policy*. No 9 (3). – pp.271-283.
188. *O'Connor J.* (2009), *Cultural Industries and the City*, Sage. – 240 p.
189. *Ostrom E.* (2000), *Social Capital: a Fad or a Fundamental Concept? / Social Capital: A Multifaceted Perspective / P. Dasgupta, I. Serageldin (eds)*, Washington: World Bank. – pp. 172-214 //documents.worldbank.org/curated/en/663341468174869302/pdf/multi-page.pdf
190. *Peterson, R.* (1982), *Five Constraints on the Production of Culture: Law, Technology, Market, Organisational Structure and Occupational Careers*', *Journal of Popular Culture*, 16(2) – pp.143-53

191. *Polanyi, K.* (1957). The Economy as Instituted Process[in:] Trade and Market in the Early Empires. *Economies in History and Theory*, K. Polanyi, C.M. Arensberg and H.W. Pearson (eds.). New York: Free Press, – pp. 243-270.
192. *Postrel V.* (2003). The Substance of Style: How the Rise of Aesthetic Value Is Remaking Commerce, Culture, and Consciousness. New York: HarperCollins Publisher. – 272 p.
193. *Power D.* (2003). The Nordic "Cultural Industries": a cross-national assessment of the place of the cultural industries in Denmark, Finland, Norway and Sweden // *Geografiska Annaler B*. Vol. 85B, number 3. – pp. 167-180.
194. *Power D.*, (2011). Priority sector report: Creative and cultural industries. European Commission, Luxembourg. – 148 p.
195. *Pratt, A. C.* (2010). Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development: A critical reading of the UK experience *City, Culture and Society* Volume 1, Issue 1. – pp. 13-20
196. *Pratt, A. C.* (2005). Cultural industries and public policy. *International journal of cultural policy*, 11 (1). – pp. 31-44.
197. *Pratt, A. C. & Hutton, T.* (2013). Reconceptualising the relationship between the creative economy and the recession: learning from the financial crisis. *Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer. – p. 86-95.
198. *Pratt, A. C.* (2009). Policy transfer and the field of cultural and creative industries: learning from Europe? In L. Kong & J. O'Connor (Eds.), *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer. 9-23 – 15 p.
199. *Proskurina M.O.* (2016). The Market of Video and Computer Games in the Structure of Cultural Industries of Ukraine, Economics, management, law: realities and perspectives: Collection of scientific articles. Les Edition L'Originale, Paris, France. – pp. 61-64.
200. *Putnam, R.* (1993). *Making Democracy Work*, Princeton University Press, Princeton, N.J. – 280 p.
201. PWC (2017). *Global entertainment and media outlook 2017-2021*. – 42 p. // www.pwc.com/outlook
202. *Reid, B., Albert, A. & Hopkins, L.* (2010). *A Creative Block? The Future of the UK Creative Industries. A Knowledge Economy & Creative Industries report*. – 43 p. // www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/277_a%20creative%20block.pdf
203. Revenue from the sale of computer games in Ukraine in 2015 will reach \$ 143.6 million. <http://news.finance.ua/ua/news/-/364340/dohid-vid-prodazhu-kompyuternyh-igor-v-ukrayini-za-pidsumkamy-2015-dosyagne-143-6-mln>
204. *Ross A.* (2002). *No-Collar: The Humane Workplace and Its Hidden Costs*. – New York: Basic Books. – 288 p.
205. *Rumpel P., Slach O., Koutska J.* (2010). Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian Region. *Ekonomie a Management*(4). – pp. 30-46.

206. *Ryan, B.* (1992). *Making Capital From Culture: the corporate form of capitalist cultural production*, Berlin and New York: Walter de Gruyter. – 290 p.
207. *Schmitt, T.* (2011). *Cultural Governance as a Conceptual Framework*, MMG Working Paper 11-02, Max Planck Institute for the Study of Religious and Ethnic Diversity. – 53 p.
208. *Scott A. J.* (1988). *Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Western Europe // International Journal of Urban and Regional Research.* – М 12. – pp. 171-186.
209. *Scott A. J.* (2000). *The cultural economy of cities: Essays on the geography of image-producing industries*. London: Sage Publications Ltd. – 256 p.
210. *Siechowicz P., Wisniewska A., Kurek P.* (2001), *Inwestycje w kulturze a biezaca dzialalnosc kulturalna Finansowanie kultury w gminach: relacja miedzy wydatkami biezacyimi i majatkowymi w latach 2001-2013.* – 20 p.
211. *Sen, K.* (1997). *Internal Migration, Centre-State Grants, and Economic Growth in States of India*, IMF. Staff Paper, 44. – pp. 283-289.
212. *Smith C.* (1998). *Creative Britain*. London: Faber and Faber. – 170 p.
213. *Sobel J.* (2002). *Can We Trust Social Capital?* *Journal of Economic Literature* Vol. XL. – pp. 139-154
214. *Soja E. W.* (1989). *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. London: Verso. – 266 p.
215. *Solow R.* (2000). *Notes on Social Capital and Economic Performance // Social Capital: A Multifaceted Perspective / P. Dasgupta, I. Serageldin (eds), Washington: World Bank.* – pp. 144-149 // documents.worldbank.org/curated/en/663341468174869302/pdf/multi-page.pdf
216. *The Creative Economy an introductory Guide* (2010). *Creative and Cultural Economy series № 1*, British Council's Creative And Cultural, Economy Series. – 78 p.
217. *The Economy of Culture in Europe* (2006). *Study on the Economy of Culture in Europe.* – 353 p. // ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
218. *Throsby D.* (2004). *Assessing the Impacts of the Cultural Industry.* – Chicago: Cultural Policy Center. –16 p.
219. *Throsby D.* (2007). *Modelling Creative/cultural industries // New Directions and research: Substance, Method and Critique. ESCRC/AHRB Cultural Industries Seminar Network. Royal Society of Edinburgh, Scotland, 11-12.* – 8 p.
220. *Throsby D.* (2008). *Modelling the cultural industries. International Journal of Cultural Policy* 14(3). – pp. 217-232.
221. *Tomczak P., Stachowiak K.* (2015). *Location patterns and location factors in the cultural and creative industries. Quaestiones Geographicae* 34(2), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań. – pp. 7-27

222. Top 100 countries by game revenues (2016) //newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/
223. *Torrance E. P.* (1988). The nature of creativity as manifest in the testing / E. P. Torrance, The nature of creativity / R. Sternberg, T. Tardif (eds.). Cambridge: Cambr. Press. – pp.43-75.
224. *Trompenaars, F. and Hampden-Turner C.* (1998). Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business, Nicholas Brealey Publishing, London. – 265 p.
225. UK (2017). Music. Report. Music 2017. //www.ukmusic.org/research/measuring-music-2017/
226. UN (2010), Creative economy report, Creative economy: a feasible development opinion. – 182 p. //unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf.
227. UN (2013), Creative economy report, Widening local development pathways. – 184 p. //www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf.
228. UNCTAD/UNDP (2013), Creative Economy Report, Special Edition/ UNCTAD and the UNDP Special Unit for South-South Cooperation. – 27 p. //unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224660M.pdf
229. UNCTAD (2008), Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards in formed policy-making (UNCTAD/DITC/2008/2) – 332 p. //unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf
230. UNCTAD (2017), Statement at the Second Meeting of the Ministers of Culture of the African, Caribbean and Pacific (ACP). <http://www.acp.int/content/statement-secretary-general-4th-meeting-acp-ministers-culture-9th-november-2017-brussels>
231. UNCTAD/DITC (2011), C UN Creative Community Outreach Initiative Iberoamerican Creative Summit. Creative Economy Programme. E-Newsletter, No. 16. – 4 p. // http://unctad.org/en/Docs/webditctab2011d2_en.pdf
232. UNDP, UNESCO, (2013). Creative economy report 2013 – special edition: Widening local development pathways. United Nations Development Programme, New York.
233. UNESCO (2015) Culture: a driver and an enabler of sustainable development Thematic Think Piece UNESCO, – 8 p.
234. UNESCO (1982), Guard A. Cultural Industries: a handicap or a new opportunity for cultural development? // Cultural Industries: A challenge for the Future of Culture. Paris: UNESCO. – pp. 24-39.
235. UNESCO (2005) Institute for Statistics, International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade, Montreal: UIS. – 96 p.
236. UNESCO (2015), Culture for Sustainable Development // www.unesco.org/new/en/culture/themes/culture-and-development/the-future-we-want-the-role-of-culture/

237. UNESCO (2012), Culture: a Bridge to Development. UNESCO office in venice. //www.unesco.org/new/en/venice/culture/culture-a-bridge-to-development/
238. UNIDO and UNESCO (2009). WORKING PAPERS Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development, A Contribution to Poverty Alleviation. – 118 p. //www.unido.org/sites/default/files/2009-03/69264_creative_industries_0.pdf
239. *Vakarinaite M.* (2013). Creative Economy in Global Economic Crisis: A Study on Creative Industries in Amsterdam. Master thesis Cultural Economics and Entrepreneurship. – Erasmus University Rotterdam. – 90 p.
240. *Varian Hal R.* (1989), What Use is Economic Theory? University of California at Berkeley. – 10 p. //people.ischool.berkeley.edu/~hal/Papers/theory.pdf
241. *Ward S.* (2000). Peripheral Vision: Understanding Australian Cinema from a Queensland Perspective, unpublished PhD Thesis, Griffith University, Brisbane.
242. *Ward S.* (2004). National Cinema or Creative Industries? Film Policy in Transition. Media International Australia incorporating Culture and Policy. No. 112. – pp.115-130.
243. *Weber, M.,* (1930). The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism, Routledge, London, 2005. – 271 p.
244. *Wilkin J.* (1995). Jaki kapitalizm, jaka Polska, PWN, Warszawa. – 165 p.
245. *Williams R. H.* (1958) Culture and Society. London: Chatto and Windus, 1958 – 363 p.
246. *Williams R. H.* (1973). The Country and the City. Oxford University Press. – 352 p.
247. *Williams, R. H.* (1989, 2007) The Politics of Modernism: Against the New Conformists (Radical Thinkers). – 208 p.
248. WCED (1987). Report Our Common Future. Oxford: Oxford University Press. – 300 p. //www.un-documents.net/our-common-future.pdf
249. WIPO (2003), Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries, Geneva: WIPO. – 193 p.
250. *Xuewen D.* (1997). The Coordinated Development of the Relationship between Culture and Economics and Politics, Beijing: People's Daily.
251. *Zan L., Bonini Baraldi S. and Gordon C.* (2007), Cultural Heritage Between Centralisation and Decentralisation: Insights from the Italian. International Journal of Cultural Policy . Volume 13 – Issue 1.– pp. 49-70
252. *Zukin S.* (1982). Loft Living: Culture and Capital in Urban Change. – Piscataway, New Jersey. Rutgers University Press. – 252 p.

Наукове видання

Проскуріна М.О.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КУЛЬТУРНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Монографія

Відповідальний технічний редактор
та комп'ютерна верстка
Цаплюк І.В.

Підп.до друку 26.02.2018. Формат вид. 60x84^{1/16}
Папір офсет. № 1. Офс. друк. Гарн. "Times New Roman Cyr"
Ум. друк. арк. 15,56. Обл.-вид. арк. 16,23.
Наклад 300 прим. Зам. 86.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 1824 від 02.06.2004.

ВНЗ «Національна академія управління»
03151, Україна, м. Київ, вул. Ушинського, 15, км. 312.
тел. 242-24-46, 242-24-64, 242-10-95,
www.nam.kiev.ua, eco@nam.kiev.ua, NAU-kniga@ukr.net