

Розділ II. ПРОБЛЕМИ І СУПЕРЕЧНОСТІ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОЦЕСУ

Part II. PROBLEMS AND CONTRADICTIONS OF MODERN CULTURAL PROCESS

УДК 03:330.111.4-026.15 «199/20»

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
(КІНЕЦЬ XX – ПОЧАТОК XXI СТ) : КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ВИМІР**

Плецан Христина Василівна – доцент, кандидат наук
з державного управління, доцент навчально-наукового інституту,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
<http://orcid.org/0000-0002-8179-7896>
DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi40.540>
k.pletsan@gmail.com

Розкрито теоретико-методологічні підходи дослідження формування і розвитку креативних індустрій. Наведено огляд наукових досліджень, у яких виокремлено культурологічний вимір розвитку креативних індустрій (кінець XX – початок XXI ст). Проаналізовано ключові визначення поняття «креативні індустрії». Систематизовано дослідження формування і розвитку креативних індустрій крізь призму історичного, філософського, економічного, мистецького, правового, соціального, державно-управлінського, інформаційного, психологічного і культурологічного підходів. Виявлено і акцентовано увагу саме на культурологічному підході дослідження формування й розвитку креативних індустрій як ефективного інструменту модернізації культурного середовища. Систематизовано класифікаційні підходи до креативних індустрій. Виокремлено концептуальні засади еволюції формування креативних індустрій в Україні. Доведено, що креативні індустрії сприяють сталому розвитку соціокультурного середовища України.

Ключові слова: культура, креативні індустрії, культурологічний підхід, трансляція культурних цінностей, сучасний культурний процес, сталий розвиток.

Постановка проблеми. Найбільш дискусійним питанням у контексті сучасної культурної глобалізації, проблематики збереження культурної самобутності та культурного потенціалу є питання інноваційно-креативного характеру виробництва, передавання та популяризації культури і збереження ідентичності. Водночас українське суспільство потребує переосмислення культурного середовища, зміни мислення, розвитку творчого потенціалу та синергії з просторово-часовими вимірами креативно-культурних викликів. У цьому контексті виникають питання потреби виявлення універсальних закономірностей функціонування культури та обґрунтування розробки нової парадигми культурного капіталу України. З урахуванням цих позицій концептуально важливим є розвиток та поширення креативних індустрій як рушійної складової сфери культури, що мають значний потенціал для формування і збереження культурного розмаїття України, впливаючи на людський розвиток, синергетично поєднуючи культуру, традиції, культурні цінності, культуру й особистість, культуру і суспільство, інноваційні ідеї та цифрові технології.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. дає можливість узагальнити, що науковці і практики формують концептуальний базис розуміння специфіки і характеристик феномену «креативні індустрії». Динаміка сучасних наукових пошуків відзначається широким спектром досліджуваної проблематики, наукові пошуки здійснювались із позиції різних підходів, зокрема: історичного, філософського, економічного, мистецького, правового, соціального, державно-управлінського, інформаційного, психологічного і педагогічного. Загалом, науково-теоретичну базу дослідження становлять праці таких науковців, як: Л. Антошкіної, О. Брюховецької, І. Вахович, Е. Зеленцової, Н. Карасьової, Дж. О'Конора, О. Копієвської, Х. Лошковської, І. Петрової, С. Прокопенко, М. Проскуріної, І. Скавронської, М. Скиби, К. Фаріні, Дж. Хокінса, А. Холодницької, О. Чуль, В. Шейка, Н. Ярошенко та інших дослідників. Позитивно оцінюючи проведену роботу, відзначимо, що з позиції культурологічного підходу дослідження не проводились, що й підтверджує актуальність статті.

Мета дослідження – виявити актуальні проблеми дослідження креативних індустрій (кінець XX – початок XXI ст). крізь призму культурологічного виміру.

Методологічною основою дослідження є сукупність методів наукового дослідження загального та спеціального характеру. Зокрема, методи аналізу і синтезу, діалектичний, соціокультурний, історико-культурний та системний підходи.

Виклад матеріалу дослідження. У сучасних дискусіях у процесі глобалізації та впливу трансформаційних процесів на соціокультурне середовище все частіше виникає потреба переосмислення функціональної ролі креативних індустрій. Не відкидаючи важливості економічного характеру діяльності секторів креативних індустрій, маємо за мету у акцентувати увагу на їх важливості і необхідності у контексті становлення нової парадигми культурного капіталу України. Так, розвиток креативних індустрій, з одного боку, забезпечує мобільність, вихід на глобальний ринок, формує проєктне мислення, використовує безліч різноманітних ресурсів, сприяє розвитку людської індивідуальності і довіри в суспільстві, проте, з іншого – стимулює розвиток і збереження культури, історії і традицій, формування культурно-креативного середовища на основі людиноцентризму.

У контексті культурологічної проблематики розгляду потребує саме поняття «креативні індустрії». Зауважимо, що у наукових дослідженнях разом із терміном «креативні індустрії» науковці і практики використовують у контексті синонімічного ряду такі поняття як «культурні індустрії» і «творчі індустрії». Враховуючи цю обставину, вважаємо за доцільне детальніше розглянути існуючі в науково-практичній літературі трактування та неузгодженості понятійно-категоріального апарату. У першу чергу зазначимо, що це не тотожні поняття, проте, часто науковцями вживаються в синонімічному аспекті.

Складність розмежування понять «культурні індустрії» і «креативні індустрії» виокремлює П. Коста, зазначаючи важливість формування чіткості розуміння поняття «креативні індустрії» через розмитість понять і синонімічність визначень, а також необхідність чіткого виокремлення відповідальності [45; 400-403].

Ретроспектива понять у науковій літературі дає можливість стверджувати, що найбільш широким за значенням є поняття «творчі індустрії», що потрібно розуміти як діяльність, в основі якої лежить індивідуальний творчий принцип, навичка або талант і яка несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва і експлуатації інтелектуальної власності [11, 21, 22, 48]. У свою чергу «культурні індустрії» (cultural industries), це види культурної діяльності, в основі якої лежить індивідуальне творче начало, навичка чи талант, і яка може створювати додану вартість і робочі місця шляхом створення та експлуатації інтелектуальної власності [11, 21, 22, 48]. А. Бокова зазначає, що відмінність двох понять полягає в різних рівнях існування творчого продукту. Мова йде про те, що «культурні індустрії» спрямовані на символічну цінність і просвітницький потенціал (наприклад, традиційні ремесла, музеї, художні галереї тощо). В основі поняття «креативні індустрії» лежить процес популяризації та отримання прибутку на основі тиражування (наприклад дозвілля, телебачення, радіо, реклама, кіновиробництво тощо) [5; 61-62]. Креативні індустрії (*Creative industries*) разом із культурними індустріями, за визначенням ЮНЕСКО, поєднують створення, продукування та комерціалізацію нематеріальних сенсів культурного характеру [11; 21-22; 48].

Аналізуючи трансформаційні та ретроспективні зміни досліджень проблематики розвитку креативних індустрій, вважаємо за доцільне виокремити систему наукових розвідок із позиції різних підходів, зокрема: історичного, філософського, економічного, мистецького, правового, соціального, державно-управлінського, інформаційного, психологічного і педагогічного.

Загалом, у науковому дискурсі поняття «креативні індустрії» знаходимо з другої пол. ХХ ст. Так, появу поняття «креативні індустрії» пов'язують із прем'єр-міністром Великобританії Тоні Блером, котрий обґрунтував своє бачення стратегічного розвитку постіндустріальних економік, зазначивши на виховання нації, в якій креативні, талановиті люди будуть основною ланкою у розбудові конкурентоспроможної країни [55]. Уже в 1998 р. створено Спеціальну комісію з креативних індустрій та опубліковано документ, що дав можливість легітимізувати креативні індустрії як пріоритетний сектор, двигун майбутнього в культурній політиці та виокремити стратегічні ресурси розвитку [53; 54]. Також важливим є й те, що саме в цьому документі вперше сформульовано поняття креативних індустрій, як синергетичного явища, комплексу галузей, в основі діяльності яких індивідуальне творче начало, а основним інструментом є використання творчих здібностей, кінцевим продуктом діяльності є інтелектуальна власність. Отже, в основі креативних індустрій завжди лежить ідея та творча здібність особистості.

Розглядаючи проблематику кризь призму *історичного підходу*, важливо згадати дослідження науковців, які у контексті основних етапів розвитку світової спільноти, виокремлюють особливості становлення і розвитку креативних індустрій. Зокрема, до 1750 років – доіндустріальний період (основні характеристики: пріоритетна роль відводиться індивідуальній творчості; розвиток, розподіл, поширення і просування і дистрибуція креативності в Європі; вільний доступ до закладів, що сприяли творчому самовираженню, а саме освіти, загальних дискурсів і бібліотек; зародження дистрибуції креативності); 1750-1950 рр. – індустріальний період (основні характеристики: розвиток технологій, що сприяли популяризації культурних товарів; створення нових засобів комунікації, що стимулювали розвиток креативних індустрій і процесів творчості; впровадження інновацій, що розширили доступ до культури; лібералізація практичної

людської креативності); з 1960 років до сьогодні – постіндустріальний період (основні характеристики: цифрова революція; посилена залежність креативних індустрій від новітніх технологій (інформація і цифрові технології сприяли популяризації культурних товарів і послуг); збільшення уваги до навчальних закладів і модернізація підготовки конкурентоздатних культурних менеджерів; перехід до нових форм креативних індустрій; творчий підхід до вирішення завдань; конкурентоспроможність креативних секторів на державному та міжнародному рівні) [9; 33; 52]. Вищезазначені етапи характеризують вплив на зміну рівня і якості розвитку культурно-креативного середовища.

Зауважимо, що становлення та розвиток креативних індустрій в Україні має свою історичну та культурну та специфіку. Проведений нами аналіз дає підстави вважати, що поняття креативних індустрій в українському науковому ракурсі досліджується не так давно. Загалом в історично-культурологічному вимірі розвиток креативних індустрій в Україні слід розглядати крізь призму п'яти основних періодів, як це зазначено на рисунку 1.



Рис.1. Ретроспектива основних періодів становлення креативних індустрій в Україні, крізь призму культурологічного виміру [Сформовано на основі джерел: 3, 5, 8, 17, 19, 22, 30, 33, 48].

Доповнюючи вищезазначене, у контексті історичного підходу розгляду проблематики, виокремимо події, що, на нашу думку, стали вагомою підтримкою культурного сектору та розвитку креативних індустрій в Україні, зокрема (див. Рис. 2).

Концептуально важливим для розвитку креативних індустрій України є подальша ефективна співпраця України з європейськими партнерами у сфері культури, зорієнтована на сприяння міжкультурному діалогу, культурному обміну, нарощуванню мобільності об'єктів мистецтва тощо. У контексті розгляду особливої уваги заслуговує участь України у міжнародних програмах, зокрема: «Культура і креативність» – ініціатива «Креативні міста та регіони», програма ЄС і Східного партнерства, «Креативна Європа», «House of Europe», «COMUS», Рада Європи, «Culture Bridges», «Creative Spark», «Creative Business Cup», фестивалі. Саме підтримка європейських партнерів реалізує можливість експертної підтримки креативних проєктів отримання грантів, мобільність, технічну допомогу та розвиток креативної індустрії України загалом.



Рис. 2. Хронологія основних подій, що вплинули на формування і розвиток креативних індустрій в Україні [Сформовано на основі джерел: 21-32].

При цьому, важливим напрямом для розвитку креативної індустрії є максимальне сприяння залученню громадськості та створення платформи ефективної культурно-креативної взаємодії, реалізація кластерних ініціатив, діяльності креативних хабів, фестивалів, медіа, туризму, кіно, дизайну і моди тощо.

Розглядаючи становлення і розвиток креативних індустрій крізь призму філософського підходу, вважаємо за доцільне згадати праці таких авторів як Т. Адорно, В. Андрущенко, В. Беніяміна, Г. Гегеля, Л. Губерського, М. Дяченко, М. Кагана, І. Канта, К. Кириленко, В. Леонтьєвої, К. Маркса, В. Межуєва, Г. Рікєрта, Д. Сміта, В. Табачковського, В. Федя, М. Хоркхаймера і ін., в яких філософи розглядають креативні індустрії крізь призму творчої діяльності, культурних цінностей і творчого замислу людини-творця у створенні культурного продукту.

У розвитку науки культурні, креативні, творчі індустрії розкриваються у теоретичних концепціях філософської течії, зокрема, праці представників франкфуртської критичної школи Т. Адорно і М. Хоркхаймера [2; 164-170]. У своїй науковій праці «Діалектика просвітництва», автори демонструють критичне бачення концепцій культурних індустрій, стверджуючи, що корпорації формують процес розвитку культури і владно все контролюють, нівелюючи теорію розвитку культури в середині народних мас. Загалом підхід авторів франкфуртської школи ґрунтується на критиці прагматизму в культурному виробництві.

У свою чергу аналізуючи працю «Феноменологія духа» Г. Гегеля [10; 170-174], зазначимо, що автор розкривав свідомість сприйняття і розуміння особистості себе крізь творчу діяльність. В. Федь аналізує світоглядні парадигми формування, становлення і розвитку культуротворчого буття як стимуляторів соціокультурної діяльності, нерозривно пов'язаних у культуротворчому бутті [36]. Водночас М. Каган [16] відтворення суспільством культури розкриває через вираження людської

діяльності у виробництві матеріальних благ і суспільних відношень. Тоді як Л. Губерський [13] у своїх напрацюваннях виявляє духовно-практичне ставлення людини до світу. Узагальнюючи філософські підходи, можемо стверджувати, що особливістю культурно-креативної діяльності є її ціннісна складова, що лежить в основі формуванні індивідуальних і суспільних благ.

Із точки зору *економічного підходу* креативні індустрії науковці і практики розкривають як креативний простір, особливу сферу культури, де культурний потенціал та творчу діяльність обґрунтовано через економічні показники. До таких досліджень віднесемо праці Х. Анхайера, У. Баумоля, Д. Белла, М. Блауга, Й. Ісара, Н. Карасьової, С. Киризяка, Ч. Лендрі, Х. Лошковської, П. Луїджі Сакко, М. Меттьюса, М. Портера, А. Пратта, М. Проскуріної, Л. Роббінса, Дж. Скотта, Д. Тросбі Л. Федулової, Т. Флемінга, Р. Флориди, Дж. Хокінса, П. Холла, А. Холодницької та ін. Загалом дослідники цього підходу креативні індустрії розглядають у контексті функціонування креативної економіки, економіки знань, розвитку креативного класу. У своїх наукових працях дослідники аналізують процес перетворення ідеї у новий продукт, творчого супроводу та реалізації, в основі яких використання креативного потенціалу особистості, історичній, культурній ідентичності та культурних ресурсах. Дослідники у своїх наукових розвідках саме культуру розкривали як рушійний фактор соціально-економічного середовища, наголошуючи на необхідності аналізу впливу культури на невизначеність і ризик, важливості людської активності в креативних індустріях. До прикладу, М. Меттьюс культуру визначає основним фактором у креативних індустріях. Дослідник аналізує взаємодію і взаємозв'язок культури і креативності, розглядаючи наскільки культура і креативність сприяють переходу від категорії неврахування до категорії невизначеності і ризику за допомогою моделей, що враховують культурну складову [38].

Ч. Лендрі пропонує розглядати специфіку креативних індустрій у фокусі тенденцій розвитку міст, а креативні кластери розглядати як культурний капітал, що забезпечує економічний розвиток [25; 95-125]. У свою чергу Н. Карасова зазначає, що у реалізації креативних індустрій культурні ресурси і використання креативного потенціалу слід розглядати як ресурс економічного зростання. У своєму дослідженні автор виокремлює відповідні складові креативних індустрій. Зокрема: попит, рівень доходу споживачів, рівень освіти і компетентності, наявність відповідних навичок, здатність створювати інфраструктуру, рівень розвитку громадського сектору, контакти громадських і державних інституцій, інтелектуальний капітал, наявність великих комерційних структур і вищих навчальних закладів [19]. Важливим для нашого дослідження є напрацювання американського економіста Р. Флориди, що виокремив основні показники рівня креативності, так званої концепції трьох «Т», а саме: технологій, таланту і толерантності [37; 35-37]. Автор розглядає креативність як передумову для інноваційного розвитку, зміною соціальних цінностей, культурного самовираження і самореалізації.

До культурологічного виміру дослідження проблематики віднесемо також і такі характеристики креативного суспільства як систематичне інвестування в інновації в різних сферах (економіка, наука, техніка, соціальна сфера, політика, культура тощо); зростання практичної віддачі від витрат на інновації; зростання кількості професіоналів, зайятих креативною роботою в різних галузях; розвиток венчурного капіталу; інноваційних інфраструктур (технопарки, інноваційно-технологічні центри і комплекси, інноваційні венчурні фірми, бізнес-інкубатори) [14; 74-76]. У свою чергу зазначимо, що становлення і розвиток креативних секторів є основою креативного майбутнього.

Розкриваючи *суспільствознавчий (правовий, соціологічний, інформаційний, педагогічний, психологічний, державно-управлінський) підхід* серед значної кількості досліджень слід виокремити в першу чергу тенденції соціодинаміки, соціальної реальності та специфіки соціокультурних процесів в соціокультурному середовищі, що формують концептуальні основи досліджень креативних індустрій і досліджені у працях Л. Антошкіної, Г. Зімеля, Дж. Ло, Б. Латура, С. Ларі, С. Леш, П. Сорокіна, Д. Харві та ін. Зокрема, у своїх наукових розвідках соціологи креативні індустрії аналізують крізь призму соціальної взаємодії та формування соціокультурного середовища.

Своє бачення у системі соціологічного підходу пропонує Л. Антошкіна, розкриваючи креативні індустрії як особливий тип соціально-культурних практик, інтегруючою домінантою яких є творча компонента, що часто граничить з експериментом, новаторством і тому не завжди переслідує комерційні цілі [3; 2-5]. Автор акцентує увагу на дослідженні і створенні умов для розвитку і реалізації творчого потенціалу населення, і перш за все, креативної молоді. Звернемо увагу на позицію І. Мацевича, який креативні індустрії аналізує крізь творчість і сталий розвиток [27]. Автор виокремлює особливий тип формування креативних індустрій на основі творчої складової та крізь взаємодію суб'єктів, об'єктів і засобів їх діяльності, для виробництва, популяризації й споживання нових творчих послуг та продуктів, в основі яких лежить задоволення суспільного попиту на духовні, моральні та екологічні цінності.

Слушним також у контексті суспільствознавчого підходу є виокремлення дослідження І. Вахович та О. Чуль. Автори акцентують увагу на теоретичних засадах розвитку креативних індустрій крізь призму

регіонального виміру. Зокрема, у роботі пропонують практичні рекомендації для забезпечення регіонального розвитку креативних індустрій, орієнтованих на забезпечення динамічного розвитку регіонів і підвищення їх конкурентоспроможності. Дослідники обґрунтовують позицію динамічного розвитку креативних індустрій та прибутковість, яку вони генерують, що змінюють підходи до формування стратегічних напрямів розвитку регіонів та надають цьому процесу інноваційно-креативного характеру [8; 5-11]. Так, визначення культури як рушія структурних змін пов'язано з її всеохоплюючим характером та всепроникаючим впливом на соціальні відносини у суспільстві, що стають не тільки джерелом організації суспільного життя, а й основою формування і розвитку креативних індустрій.

Проведений аналіз науково-практичної літератури дає можливість стверджувати, що проблематика креативних індустрій впевнено «входить» до наукового дискурсу культурології через наукові розвідки.

Вважаємо за необхідне впершу чергу зазначити, що саме розуміємо у дослідженні під дефініцією «культурологічний підхід». Загалом, у словнику культурологічний підхід визначається як конкретно-наукова методологія пізнання, основою якої є цінності, поведінка і особливості прийняття особистістю культурного процесу [11; 176]. У свою чергу, науковці культурологічний підхід виокремлюють через активність і динамічність «накопичення» культурологічного знання, аналіз та систематизацію дослідницького простору культурології з акцентом на наріжних проблемах [34; 41-45]; як визначення культурних змістів як найбільш вагомих у числі інших, що забезпечують існування соціальних явищ [30; 33-34]. Разом із тим культурологічний підхід у дослідженні формування і розвитку креативних індустрій розглядатимемо як науково-методологічну платформу пізнання культурно-креативного простору, в основі якої людиноцентризм у сприйнятті творчого середовища, успішність культурної активності, саморозвитку і самовизначення в світі культурно-творчих цінностей.

Розглядаючи становлення та формування креативних індустрій крізь призму культурологічного підходу, потрібно в першу чергу згадати мислителів Стародавньої Греції Платона і Аристотеля, що, на нашу думку, заклали теоретичне підґрунтя розуміння креативних індустрій загалом. Мислителі розкривають креативні індустрії через змістовність поняття дозвілля, творчості і розвитку творчого потенціалу. Концептуальну базу аналізу становлення і розвитку креативних індустрій сьогодення становлять праці таких дослідників як С. Безклубенко, Є. Більченко, Ю. Богуцького, М. Бровко, О. Брюховецької, В. Вашкевича, І. Вернудіної, С. Виткалова, П. Герчанівської, О. Гончарової, І. Дзюби, Т. Ємельянової, І. Живоглядкової, Н. Жукової, Н. Корнієнко, О. Копієвської, Н. Луценко, О. Оніщенко, І. Петрової, Ю. Сабадаш, К. Станіславської, Н. Хамітова, В. Шейко, Н. Ярошенко та ін.

Підґрунтя культурологічного підходу дослідження креативних індустрій в Україні формує дослідження С. Безклубенка. На думку автора, однією з важливих особливостей культури є те, що вона поєднує у собі не лише набуті історичні матеріальні й духовні цінності, а й знання та уміння людей, які живуть у певний історичний період як своєрідний творчий потенціал, що реалізується ними у діяльності. Оскільки особливістю культури є наявність постійного взаємообміну знань сучасних людей з тими надбаннями, що були здійснені їхніми предками, важливість збагачення знань й умінь сучасних поколінь, опанування досвідом творчої діяльності в процесі реалізації культурно-креативного продукту [4]. Враховуючи це, можемо стверджувати про важливість креативного підходу у процесі реалізації культурного продукту в креативних індустріях.

Розкриваючи культурологічний підхід, не можна ігнорувати багатогранність культурних ідентичностей, домівкою для яких стала Україна: міста, села, унікальні зразки культурної спадщини, творчість різних національностей. Як зазначає В. Шейко, процес створення і передавання всього найкращого, формування культурної традиції є своєрідною потребою кожної нації. Протягом усього часу свого снування український народ творив культуру, яка постійно збагачувалась, незважаючи на постійну загрозу знищення етносу та його асиміляції [41; 5-7].

Розвиток культури і креативних індустрій продиктовані викликами часу та необхідністю сьогодення. Популяризація культури української нації, культурно-історичних цінностей, сучасних феноменальних творінь є пріоритетним напрямом розвитку держави і розширює взаємодію на міжнародному рівні. Цінності, якими мислять сьогодні, сягають корінням у далеке минуле. Слушно зазначає О. Копієвська, що багатоаспектність феномену культури характеризується спільною думкою про її головне призначення, в основі якого формування єдиного розуміння суті людського життя. Так, взаємодія культури і людини формує засади спільного існування, самовизначення особою власних життєвих орієнтирів на основі безпосередньої інтеріоризації культурних цінностей, що набувають характеру виміру індивідуального та соціального життя [20; 153-154]. Наукове дослідження концептуальних засад креативних індустрій через дозвілля здійснює М. Ярошенко. Автор аналізує організаційні процеси, новації та інноваційні технології крізь призму соціокультурної діяльності [42].

Пріоритетне значення у розвитку креативних індустрій відводимо до загальнолюдських цінностей із збереженням самобутніх традицій та культурно-історичних цінностей. У цьому контексті М. Бровко виокремлює предметом гуманітарних наук різні сфери людської життєдіяльності, такі як наука, мораль, мистецтво, право, політика, мова, техніка тощо. Автор розкриває взаємозв'язок гуманітарних наук із культурно-історичним розвитком людини, суспільства [6]. На регіональному культурному просторі акцентують свою увагу С. Виткалов та В. Марченко. Автори зазначають, що саме регіональний культурний простір є пріоритетним середовищем, що найбільш активно розвивається у сучасній країні. Дослідники акцентують увагу, що саме в регіонах зосереджені оригінальні культурні ініціативи, яскраві пам'ятки національної архітектури чи скульптури, а також творчі особистості, які активно здійснюють культурно-креативну діяльність [26; 44].

Нині, креативність – це необхідність сучасного культурного процесу; це можливість самореалізації, вивільнення творчого потенціалу особистості в культурі професійних сфер діяльності. Зокрема, дослідник і практик Дж. О'Коннор розкриває сутність креативних індустрій через взаємозв'язок культурного споживання, освіти, стилю життя, дозвілля, ідентичності та культурним виробництвом і культурними товарами. Водночас зазначає, що культурне виробництво сприяє формуванню культурних цінностей у суспільства [51]. Автор підкреслює, що володіння креативністю забезпечує особистості можливість успішно співпрацювати у процесі професійної діяльності, на високому рівні здійснювати комунікативну взаємодію у процесі креативної діяльності та генерувати креативні ідеї [51]. Загалом, це інструмент для пошуку інноваційних рішень, культурних цінностей, ефективного використання культурного розмаїття надбань та ресурсів нації, виявлення універсальних культурних закономірностей, омасовлення культури загалом.

Значну роль у становленні і розвитку креативних індустрій відводимо творчому потенціалу. Цю думку підтверджує значна кількість науковців. До прикладу, Є. Зеленцова, креативні індустрії розглядає як тандем соціокультурних практик, фундаментальною основою яких є творча, культурна компонента [17]. У свою чергу Н. Луценко формально-логічну структуру творчої особистості трансформує у процес формування культурних цінностей. Характеризуючи творчість як діяльність, у процесі якої народжується принципово нові естетико-художні чи науково-технічні прояви людської активності, позначені унікальністю, неповторністю авторського бачення та суспільно-історичною значущістю [24].

Сила креативної сфери, яка дає можливість через потенціал культурних продуктів формувати бренд України та забезпечувати популяризацію її у світі, реалізується через інноваційні технології. Цікавим є бачення О. Брюховецької, яка аналізує візуальний поворот культури і культурології. У монографії авторка зазначає, що «візуальний поворот передбачає повернення до «природи», але тепер тілесний базис візуального укорінюється не стільки у сенсорних характеристиках людського ока, властивостях його перцептивної функції, оскільки у психоаналітичній концепції потягів та їх перетворень, найбільш яких є жага ока» [7; 155-157]. У культурно-креативному середовищі «проект візуальної культури наснажується не стільки зачаруванням образами, скільки бажанням його зрозуміти, залишаючись у невизначеності стосовно того, чи ця зачарованість є універсальною характеристикою людської природи, чи вона походить із тенденцій певної культурної епохи» [7; 159].

На законодавчому рівні креативним індустріям чітко відведено пріоритетну роль державної підтримки культурного розвитку, вдосконалення інструментів доступності і відкритості, забезпечення на рівні держави підтримки створення і просування національного культурного продукту [16; 26; 56]. При цьому важливо, як зазначає І. Петрова, запровадження екосистеми для креативних індустрій, у якій б було передбачено відповідні правила дій, принципи і підходи для усіх учасників креативних секторів. Саме це сприяло б зростанню підтримки креативних індустрій державними інституціями, зміцненню зацікавленості місцевих громад до різноманітних форматів креативних індустрій та їхньої популяризації. Як результат, запровадження системних заходів, спрямованих на розвиток креативних індустрій в Україні [28]. Зауважимо також, що дослідниця значну роль відводить у своїх дослідженнях формуванню і розвитку дозвілля як рушія культурних індустрій, що лежить в основі розвитку креативних індустрій.

У контексті розгляду культурологічного підходу зауважимо, що значна кількість науковців та державних інституцій виокремлюють відповідні моделі види креативних секторів. Також варто зауважити, що у науковій літературі немає сталого розуміння класифікаційних форм креативних індустрій. До прикладу, у своєму дослідженні Дж. Хокінс [15; 104-139] креативні індустрії розглядає як основу креативної економіки. Автор акцентує увагу на тому, що креативні індустрії охоплюють сферу створення і продажу креативних ідей та витворів. У дослідженні виокремлює такі сектори креативних індустрій, а саме: реклама, архітектура, образотворче мистецтво, ремесла, дизайн, мода, кіно, музика, виконавські види мистецтва, видавнича справа, програмне забезпечення, ігри, телебачення, радіо, відеоігри.

У свою чергу А. Гончарик систематизує наукові доробки і виокремлює такі сектори креативних індустрій: аудіовізуальний (радіо, телебачення, кіно, нові медіа, музика), видавничий (книгопродукція, преса), спадщина (архіви, музеї, бібліотеки, історичне середовище), перформенс (театр, мистецтво, танці), спорт, туризм, візуальні мистецтва і галереї, архітектура, дизайн, ремесла [12].

Г. Аванесова у своєму дослідженні «Культурно-дозвілєва діяльність» до пріоритетних секторів креативних індустрій відносить такі, як туризм, дозвілля, аудіо- та відеопродукцію, види культурної продукції (газети, журнали, книги), кіновиробництво та відеопродукцію, мережу кінопрокату, телеканали і радіостанції, музичну промисловість, артбізнес, шоу бізнес, театри, концертні організації, цирки, центри відпочинку, клуби, модельний бізнес, парки, мережу комунального харчування (кафе і ресторани) [1]. Водночас, Е. Зеленцова до креативних індустрій в сучасному культурному середовищі пропонує відносити музику, літературу, кіно та інші галузі художньої творчості [17].

Аналізуючи креативні індустрії, О. Чуль виокремлює 12 креативних секторів, об'єднаних у 3 функціональні блоки, а саме: основні креативні індустрії (реклама, кіноіндустрія, інтернет, музика, видавничий справа, телерадіомовлення, відео та комп'ютерні ігри), периферійні креативні індустрії (креативне мистецтво), граничні креативні індустрії (мода, спорт, програмне забезпечення, побутова електроніка) [40].

Враховуючи світовий досвід в українських реаліях у контексті аналізу культурологічного виміру креативних індустрій, вважаємо доречним виокремити основні світові класифікаційні підходи до системного розуміння видів складових креативних індустрій та їх базових структурних характеристик як це зазначено у таблиці.

Таблиця

Основні моделі класифікації креативних індустрій

Назва	Ік	Види секторів	Концептуальні засади
1		3	4
Модель DCMS (Великобританія)	998	Реклама; ринок сучасного мистецтва та антикваріату; ремесла; дизайн; мода; кіно та відео; інтерактивне дозвілля та програмне забезпечення; музика; перформативні мистецтва; видавничий справа; програмне забезпечення та комп'ютерні послуги; ТБ та радіомовлення.	Креативні індустрії Департаментом культури, медіа та спорту Великобританії визначаються як такі, що мають своє походження в індивідуальній творчості, вмінні та таланті, з потенціалом для багатства й створення робочих місць через генерування ідей та використання інтелектуальної власності.
Концентрично-кругова модель (Тросбі)	001	<i>Основні творчі галузі (центральне коло):</i> література, музика, виконавські види мистецтва, образотворче мистецтво; <i>інші основні культурні індустрії (друге коло):</i> індустрія фільмів, музеї і бібліотеки; <i>культурні індустрії (третє коло):</i> послуги щодо предметів культурної спадщини, видавничий справа, звукозапис, радіо і телебачення, відео- та комп'ютерні ігри; <i>суміжні галузі (останнє коло):</i> реклама, архітектура, дизайн, мода.	Креативні індустрії розглядаються крізь призму культурної цінності культурних благ. Творчі ідеї зароджуються в основних творчих мистецтвах у вигляді звуку, тексту та зображення, і ці ідеї та впливи розсіюються назовні через серію «концентричних кіл».
Символіко-текстова модель (Хезмон)	002	<i>Основні</i> (реклама, кіно, інтернет, музика, видавничий справа, радіо і телебачення, відео та комп'ютерні ігри), <i>периферійні</i> (креативне мистецтво), <i>прикордонні</i> (побутова електроніка, мода, комп'ютерні програми, спорт).	Креативні індустрії визначаються як процеси, за допомогою яких формується і передається культура суспільства і реалізується через поширення та споживання символічних текстів або повідомлень.
Авторсько-правова модель (Всесвітня організація інтелектуальної власності)	003	<i>Основні сектори авторського права</i> (реклама, організація колективного управління майновими правами, кіно та відео, музика, виконавські види мистецтва, видавничий справа, програмне забезпечення, радіо і телебачення, візуальне та графічне мистецтво), <i>взаємозалежні сектори авторського права</i> (записуючі матеріали, побутова електроніка, фотографічне обладнання, музичні інструменти, паперова індустрія) й проміжні сектори авторського права (архітектура, одяг, взуття, дизайн, мода, предмети домашнього вжитку, іграшки).	Креативні індустрії розглядаються крізь призму інтелектуальної власності. Зокрема, через створення, виробництво, трансляцію і розповсюдження авторських прав.

Моделі «Американці»	005	Реклама, архітектура, художні училища та художні послуги, дизайн, фільми, музеї, зоопарки, музика, виконавські види мистецтва, видавництво, телебачення і радіо, образотворче мистецтво.	Креативні індустрії у некомерційній організації США визначають як такі, що забезпечують мистецько-орієнтований бізнес на основі творчого потенціалу.
Торговельно-орієнтована модель ЮНЕСКО	005	Музеї, галереї, бібліотеки, виконавські види мистецтва, фестивалі, образотворче мистецтво і ремесла, дизайн, видавництво, телебачення і радіо, фільми і відео, фотографія, інтерактивні медіа, музичні інструменти, звукове обладнання, архітектура, реклама, поліграфічне обладнання, програмне забезпечення, аудіо-візуальне забезпечення.	Креативні індустрії розглядаються як такі, що забезпечують і популяризують виробництво культурних товарів, поєднують в собі створення, виробництво і комерціалізацію товарів і послуг нематеріального і культурного характеру.
Моделі Конгресу США	007	Підприємства, що безпосередньо пов'язані з виробництвом і розподілом мистецтва як основного культурного товару. Музеї, театри, сферу архітектури, реклами тощо.	Креативні індустрії розглядаються як «arts-centric businesses», що здатні виробляти і поширювати культуру і мистецтво.
Моделі (UNCTAD)	008	Традиційна культура (ремесла, народне мистецтво, фестивалі), культурні пам'ятки (музеї, виставки, бібліотеки, археологічні локації), аудіовізуальні медіа (кіно, ТБ, радіо), цифрові медіа (відеоігри, програмне забезпечення тощо), сценічне та образотворче мистецтва.	Креативні індустрії конференцією ООН з торгівлі та розвитку розглядаються як креативні промисловості, в основі діяльності яких колоборація культури, креативності, інтелектуального капіталу, бізнесу та технологій.
Сінгапурська школа	008	Мистецтво і культура, світлина, образотворче мистецтво, виконавське мистецтво, мистецтво і торгівля антикваріатом, ремесла, дизайн, програмне забезпечення, реклама, архітектура, дизайн інтер'єра, графічний дизайн, ЗМІ, видавництво, ТБ і радіо, цифрові ЗМІ, кіно та відео	Креативні індустрії розглядаються як креативні промисловості, в основі діяльності яких колоборація мистецтва і культури, креативності, інтелектуального капіталу, мистецтва, ЗМІ і реклами, бізнесу та технологій.

Систематизовано на основі джерел: [9; 23; 27; 37; 31; 35; 39; 43; 44; 46-50; 53; 55-56].

Таким чином, зробимо попередні висновки, що єдиного бачення щодо системи складових (видів креативних секторів) креативних індустрій серед науковців і практиків немає. Питання є доволі дискусійним. Щодо України, то в 2019 р. на законодавчому рівні, а саме Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 265-р затверджено відповідний перелік креативних індустрій. Зокрема, до таких віднесли: *народні художні промисли, візуальне мистецтво* (живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо); *сценічне мистецтво* (жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо); *література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації; аудіальне мистецтво; аудіовізуальне мистецтво* (кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо); *дизайн, мода, нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології* (програмне забезпечення, відеоігри); *цифрові технології в мистецтві* (3D-друк, віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо); *архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги; бібліотеки, архіви та музеї* [29].

Ретроспектива культурологічного виміру аналізу наукової, нормативної і публіцистичної літератури дає можливість зазначити, що в Україні вже сьогодні активно розвиваються інституційні можливості, крізь призму діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України, Українського фонду культури, Українського інституту при МЗС України, Державного агентства України з питань кіно, Українського інституту книги, Національного центру Олександра Довженко. Доцільно підкреслити позитивну діяльність вищезазначених інституцій з просування і популяризації України та української самобутності на міжнародному рівні, сприяння розвитку креативних індустрій шляхом співпраці з міжнародними організаціями, створення і просування впізнаваних брендів, участь у культурних проєктах міжнародного рівня, створення і розвиток культурної інфраструктури, підтримки ініціатив, проведення семінарів, круглих столів, тренінгів, майстер класів, стимулювання транскордонного співробітництва, способів створення культурного продукту та шляхів його поширення. У фокусі підтримки креативні хаби усіх сфер креативних індустрій України. Розуміння та поширення креативного способу життя, сприяння самореалізації українців – це основа сталого розвитку і конкурентоспроможності країни, підвищення її позицій в глобальних рейтингах та отримання конкретного економічного ефекту.

Переконані, що цінність креативних індустрій в Україні зростає високими темпами серед громадськості та державному рівні. Адже нові реалії сьогодення – нові виклики для креативних секторів в Україні. Зауважимо, що з кожним днем сектори креативних індустрій все більше розвиваються,

забезпечуючи сталий розвиток суспільства. Зокрема: розвивається видавнича діяльність, урізноманітнюючи види сучасності видавничої індустрії та впроваджуючи інновації з використанням діджиталізації; розширюється географія реалізації самобутньої, оригінальної, конкурентоспроможної, якісної продукції українських дизайнерів; розширюється спроможність культурних і цифрових послуг; розвивається інноваційна реклама та зв'язки з громадкістю; нематеріальна культурна спадщина виступає основним джерелом ідентифікації України у світі через її бренди, зокрема косівську кераміку, петриківський розпис, борщівську вишиванку тощо; широке застосування нових технологій та техніки, що сприяє виникненню нових тенденцій в реалізації та промоції культурного музичного продукту; популяризація української кухні, що розширює взаємодію на міжнародному рівні; реалізують потужні проекти, що збільшують потік туристів, приваблюють інвесторів та забезпечують міжнародні партнерські зв'язки; розвивається ефективна та креативна робота з ньюмейкерами через засоби культурної і мистецької аналітики та представлення української культури у світі як самодостатньої й оригінальної.

Таким чином, проведений аналіз наукової, публіцистичної і нормативної літератури засвідчив, що у культурологічному вимірі креативні індустрії забезпечують колоборацію досліджень. Синергетичний ефект культурних трансформацій креативних практик, ідей і підходів сприятиме реалізації цінності екосистем креативних підприємств, впровадженню інноваційних програм модернізації креативних індустрій, розвитку і популяризації культурного продукту креативних індустрій для культурно-креативного розвитку суспільства.

Наукова новизна дослідження полягає в теоретико-методологічній систематизації особливостей дослідження формування і розвитку креативних індустрій в Україні крізь призму культурологічного виміру. Розкрито культурологічний підхід дослідження формування і розвитку креативних індустрій як ефективного інструменту модернізації соціокультурного середовища. Систематизовано основні класифікаційні підходи до системного розуміння формування креативних індустрій.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, можемо стверджувати, що динаміка наукових пошуків формування і розвитку креативних індустрій здійснюється дослідниками у широкому науковому спектрі. А саме крізь призму історичного, філософського, економічного, мистецького, правового, соціального, державно-управлінського, інформаційного, психологічного і культурологічного підходів. Акцентуючи увагу у дослідженні на культурологічному підході, підкреслимо, що мультиплікаційний характер креативних індустрій сприяє розвитку культури, економічному зростанню, формуванню позитивного іміджу країни і залученню міжнародних партнерів. При цьому, забезпечує модернізацію та інноваційну діяльність креативних секторів, вміння адаптуватись до викликів часу і шукати нові джерела ретрансляції культури. Цим самим сприяючи сталому розвитку соціокультурного середовища України.

Перспективами подальших досліджень є розробка та реалізація інноваційних програм модернізації креативних індустрій, що сприяють сталому розвитку культурно-креативного середовища.

Список використаної літератури

1. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность. Москва : Аспект-пресс, 2006. С. 114-115.
2. Адорно Т. В., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. СПб. : Медиум. 1997. 312 с.
3. Антошкіна Л. І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку. *Регіональний розвиток України: проблеми і перспективи.*: у 2 ч / відп. ред. С. Фіялка. Ч. 2. С. 8-13. URL: [https:// ir.kneu.edu.ua/443/handle/2010/1783](https://ir.kneu.edu.ua/443/handle/2010/1783) (дата звернення 1.11.2021).
4. Безклубенко С. Д. Про поняття культура та культуру визначення понять. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2013. Вип. 14. С. 6-13.
5. Бокова А. В. Индустриализация культуры, от критики к построению сети. *Международ. журн. исследований культуры*. 2017. № 1 (26). С. 58-64.
6. Бровко М. М. Культурология в системе гуманитарного знания. *Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: альм.* Київ : Вид. центр КНЛУ, 2007. Вип. 20. С. 96-102.
7. Брюховецька О. В. Візуальний поворот у культурі і культурології. *Культурологія: Могилянська школа: колективна монографія / наук. ред. та упоряд. М. А. Собуцький, Д. О. Король, Ю. В. Джулай.* Київ : О. Філюк, 2018. С. 130-165.
8. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 288 с.
9. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту*. 2014. Вип. 9, ч. 4. С. 9-13. URL: http://ej.kherson.ua/journal/economic_09/162.pdf. (дата звернення 1.11.2021).
10. Гегель Г. В. Соч. *Феноменология духа* / пер. Г. Шпета; под ред. М. Иткина. Москва, 1959. Т. 4. 437 с.
11. Гіптерс З. В. Культурологічний словник-довідник. Київ : ВД «Професіонал». 2006. 328 с.
12. Гончарик А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт. 2005. URL: [http:// www.strana-oz.ru/2005/politica-v-oblastitvorcheskich-industriy](http://www.strana-oz.ru/2005/politica-v-oblastitvorcheskich-industriy). (дата звернення 1.11.2021).

13. Губерський Л. В. Вибрані філософські праці. Книга перша. Культура. Ідеологія. Особистість. Київ : Центр учбової літ., 2016. 400 с.
14. Давимука С. А., Федуллова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія / ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2017. 528 с.
15. Джон Хокинс. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. Москва : Изд. дом «Классика – XXI», 2011. 256 с.
16. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (дата звернення 1.11.2021).
17. Зеленцова Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта: дис....канд. культурологии. Москва, 2008. 153 с. URL: <http://www.dissercat.com/content/stanovlenie-i-razvitie-kreativnykh-industrii-v-sovremennoi-kulture-analiz-zarubezhnogo-opyta>
18. Каган М. С. Диалектика бытия и небытия в жизни человеческого общества. *Личность. Культура. Общество*, 2003. Т. 5. Вып. 1-2 (15-16). С. 33-56.
19. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. Вип. 3. С. 110-120.
20. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ : НАККіМ, 2014. 296 с.
21. Креативні індустрії. *Офіційний сайт УЦКД*. URL: <https://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/kreatyvni-industrii/> (дата звернення 1.11.2021).
22. Культурні та творчі індустрії: українська модель. URL: <https://uaculture.org/texts/kulturni-ta-kreatyvni-industriyi-zapidtrumkyukf-u-2018-goczi> (дата звернення 1.11.2021).
23. Лошковська Х. С. Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 119 (2). С. 153-158.
24. Луценко Н. А. Творчість особистості як основа культури: автореф. дис....канд. культурології: спец. 26.00.01. Сімферополь, 2012. 21 с.
25. Лэндри Ч. Креативный город. Москва : Классика-XXI, 2011. 399 с.
26. Марченко В. В., Виткалов С. В. Регіональний культурний простір України як фактор активізації мистецької ініціативи. *Вісник Маріуполь. держ. ун-ту. Серія: філософія, культурологія, соціологія*. 2014. Вип. 8. С. 44-49.
27. Мацевич И. Я. Формирование и развитие концепции креативной индустрии в современной социальной теории. *Социология*. 2012. № 3. С. 80-93.
28. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: від концепцій до інструментів. *Феномен культури постглобалізму: зб. матеріалів. II Міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Маріуполь, 26 листоп., 2021 р.: у 2 ч. Маріуполь : МДУ, 2021. Ч. I. С. 5-8.
29. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: *Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 року № 265* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80> (дата звернення 1.11.2021).
30. Прокопенко С. Креативні індустрії – радикальні зміни. URL: <https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shhoda-de-yak> (дата звернення 2.11.2021).
31. Проскуріна М. О., Пархоменко І. І. Моделювання державної політики економічного розвитку культурних і креативних індустрій (ККІ). *Економічний простір*, 2021. Вип. 167. С. 38-44.
32. Розвиток креативних індустрій. *Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики*. URL: <https://mkip.gov.ua/content/rozvitok-kreativnih-industriy.html> (дата звернення 1.11.2021).
33. Скиба М. Креативні індустрії в Україні: вистояти, просвітити (ся). *Тиждень. ua*. 27.02.2016. URL: <http://tyzhden.ua/Society/158758> (дата звернення 1.11.2021).
34. Сучасна культурологія: постмодернізм у логіці розвитку української гуманістики: колективна монографія / Ю. С. Сабадаш, О. М. Гончарова, Л. Г. Дабло та ін. ; за заг. ред. Ю. С. Сабадаш ; ред.-уклад. Ю. С. Сабадаш, І. В. Петрова. Київ : Ліра-К, 2021. 432 с.
35. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. URL <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/ResearchUA.pdf> (дата звернення 1.11.2021).
36. Федь В. Парадигма у світоглядно-культуротворчому аспекті. *Схід*. 2011. № 5 (112). С. 132-135.
37. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Пер. с. англ. Москва : Классика-XXI, 2007. 430 с.
38. Хакимова Е. Р. Современные теории креативной экономики. *Экономика креативности* Марка Меттьюса. *Вектор науки ТГУ. Серия «Экономика и управление»*. 2011. № 4. С. 52-55.
39. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 151-157. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf. (дата звернення 1.11.2021).
40. Чуль О. М. Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні. *Зб. наук. пр. «Економічні науки»*. Серія: «Облік та фінанси». Вип. 10 (37). Ч. 5. Луцьк : ЛНТУ, 2013. С. 166–173.
41. Шейко В. М., Александрова М. Культура та цивілізація в історико-культурній думці України в добу глобалізації: монографія. Київ : Ін-т культурології Академії мистецтв України. 2009. 312 с.
42. Ярошенко Н. Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве. *Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств*. 2016. 3 (71). С. 122-132.

43. Albert R. and Runco M. A History of Research on Creativity In Sternberg, R. J. *Handbook of Creativity*. New York : Cambridge University Press. 1999. 56 p.
44. Americans for the Arts. 2005. URL: <http://www.americansforthearts.org>. (дата звернення 1.11.2021).
45. Costa P., Magalhaes M., Vasconcelos B., Sugahara G. On «Creative cities» governance models: A comparative approach. *Service Industries Journal*. 2008. № 28 (3). P. 393-413. DOI:10.1080/02642060701856282 (дата звернення 1.11.2021).
46. David Hesmondhalgh. *The Cultural Industries*. London : Sage Publications. 2002.
47. David Throsby. *Economics and Culture*. Cambridge : Cambridge University Press. 2001. P. 110-133.
48. Garnham N. From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the «creative industries» approach to arts and media policy making in the United Kingdom. URL: <http://nknu.pbworks.com/f/FROM+ CULTURAL+ TO+CREATIVE+Industries.pdf> (дата звернення 1.11.2021).
49. Kathrin Müller, Christian Rammer, and Johannes Trüby. *The Role of Creative Industries in Industrial Innovation*. URL: <ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp08109.pdf>. (дата звернення: 2.11.2021).
50. Mapping the creative industries: a toolkit. *Creative and cultural economy series*. British Council. 2010. P. 61.
51. O'Connor J. Creative Industries: A new direction? *International journal of cultural policy*. Vol. 15.4. 2009. P. 387-404.
52. Skavronska I. The evolution of creative industries, *Skhid*, 2016, № 1 (141),. P. 32-34.
53. UK Creative Industries Taskforce, *Creative Industries Mapping Document*. November 1998.
54. UN Creative economy report «Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries». 2019. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (дата звернення 1.11.2021).
55. UN Creative economy report «Creative economy: a feasible development opinion». 2010. URL: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf. (дата звернення 1.11.2021).
56. UNESCO Institute for Statistics. *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*, Montreal: UIS. P. 13-17.

References

1. Avanesova G. A. *Kulturno-dosugovaya deyatel'nost' [Cultural and leisure activities]*. Moskva : Aspekt-press, 2006. С. 114-115 [in Russian].
2. Adorno T. V., Khorkkhymer M. *Dialektika prosveshcheniya. [Dialectics of Enlightenment]*. *Filosofskie fragmenty*. SPb. : Medium. 1997. 312 c. [in Russian].
3. Antoshkina L. I. *Kreatyvni industrii: problemy i perspektivy rozvytku. [Creative industries: problems and prospects]*. *Rehionalnyi rozvytok Ukrainy: problemy i perspektivy: u 2 ch / vidp. red. S. Fiialka*. Ch. 2. S. 8-13. Retrieved from <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/1783> [in Ukrainian].
4. Bezklubenko S. D. *Pro poniattia kultura ta kulturu vyznachennia poniat. [On the concept of culture and the culture of defining concepts]*. *Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti*. 2013. Vyp. 14. S. 6-13 [in Ukrainian].
5. Bokova A. V. *Industrializatsiya kultury, ot kritiki k postroyeniyu seti. [Industrialization of culture, from criticism to network building]*. *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kultury*. 2017. № 1 (26). S. 58-64 [in Russian].
6. Brovko M. M. *Kulturologiia v systemi humanitarnoho znannia. [Culturology in the system of humanitarian knowledge]*. *Aktualni filosofski ta kulturolohichni problemy suchasnosti: almanakh*. Kyiv : Vyd. tsentr KNLU, 2007. Vyp. 20. S. 96-102.
7. Briukhovetska O. V. *Vizualnyi povорот u kulturi i kulturolohii. Kulturolohii: Mohylianska shkola: kolektyvna monohrafiia / nauk. red. ta uporiad. M. A. Sobutskyi, D. O. Korol, Yu. V. Dzhalai*. Kyiv : Oleh Filiuk, 2018. S. 130-165.
8. Vakhovych I. M., Chul O. M. *Rozvytok kreatyvnykh industrii: rehionalnyi vymir: monohrafiia. [Development of creative industries: regional dimension: monograph]*. Luts'k : Vezha-Druk, 2014. 288 s. [in Ukrainian]
9. Halakhova T. O. *Kreatyvni industrii: teoretychno-metodolohichni pidkhody vyvchennia. [Creative industries: theoretical and methodological approaches to study]*. *Naukovyy visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. 2014. Vyp. 9, ch. 4. S. 9-13. Retrieved from http://ej.kherson.ua/journal/economic_09/162.pdf. [in Ukrainian].
10. Gegel G. V. *Sochineniya. Fenomenologiya dukha [Works. Phenomenology of Spirit] / per. G. Shpeta; pod red. M. Itkina*. Moskva, 1959. T. 4. 437 s. [in Russian].
11. Hipters Z. V. *Kulturolohichni slovnyk-dovidnyk. [Culturological dictionary-reference book]*. VD «Profesional». 2006. 328 s. [in Ukrainian].
12. Goncharik A. *Politika v oblasti tvorcheskikh industrii: zarubezhnyi opyt. [Policy in the field of creative industries: foreign experience]*. 2005. Retrieved from <http://www.strana-oz.ru/2005/politica-v-oblastitvorcheskikh-industriy> [in Russian].
13. Huberskyi L. V. *Vybrani filosofski pratsi. [Selected philosophical works]*. Knyha persha. Kultura. Ideolohiia. Osobystist. Kyiv : «Tsentr uchbovoi literatury», 2016. 400 s. [in Ukrainian].
14. Davymuka S. A., Fedulova L. I. *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy: monohrafiia [Creative sector of economy: experience and directions of development: monograph] / DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy»* Lviv, 2017. 528 s. [in Ukrainian].
15. Dzhon Khokins. *Kreativnaya ekonomika. Kak prevratit idei v dengi. [Creative economy. How to turn ideas into money]*. Moskva: Izdatelskii dom «Klassika – XXI», 2011. 256 s. [in Russian].
16. *Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro kulturu» shchodo vyznachennia poniattia «kreatyvni industrii»*. [«On Amendments to the Law of Ukraine «On Culture» to Define the Concept of Creative Industries»]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> [in Ukrainian].
17. Zelentsova Ye. V. *Stanovlenie i razvitie kreativnykh industrii v sovremennoi kulture: analiz zarubezhnogo opyta [Formation and development of creative industries in modern culture: analysis of foreign experience] : dis. ... kand. kulturologii*.

- Moskva, 2008. 153 s. Retrieved from <http://www.dissercat.com/content/stanovlenie-i-razvitie-kreativnykh-industrii-v-sovremennoi-kulture-analiz-zarubezhnogo-opyta> [in Russian].
18. Kagan M. S. Dialektika bytiya i nebytiya v zhizni chelovecheskogo obshchestva. [Dialectics of being and non-being in the life of human society]. *Lichnost. Kultura. Obshchestvo*, 2003. T. 5. Vyp. 1-2 (15-16). S. 33-56 [in Russian].
 19. Karasova N. A. Kreatyvni industrii yak element stratehii postindustrialnogo rozvytku. [Creative industries as an element of post-industrial development strategy]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*. 2019. Vyp. 3. S. 110-120.
 20. Kopiiivska O. R. Transformatsiini protsesy v kulturi suchasnoi Ukrainy: monohrafiia. [Transformational processes in the culture of modern Ukraine: monograph]. Kyiv : NAKKKiM, 2014. 296 s. [in Ukrainian].
 21. Kreatyvni industrii [Creative industries]. Ofitsiyni sait UTsKD. Retrieved from <https://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/kreatyvni-industrii/> [in Ukrainian].
 22. Kulturni ta tvorchii industrii: ukrainska model. [Cultural and creative industries: Ukrainian model]. Retrieved from <https://uaculture.org/texts/kulturni-ta-kreatyvni-industriyi-zapidtrymkyukf-u-2018-rocz> [in Ukrainian].
 23. Loshkovska Kh. S. Kreatyvni industrii yak suchasnyi sehment stratehichnogo rozvytku krain svitu. [Creative industries as a modern segment of strategic development of the world]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. 2014. Vyp. 119 (2). S. 153-158 [in Ukrainian].
 24. Lutsenko N. A. Tvorchist osobystosti yak osnova kultury [Creativity of the individual as the basis of culture]: avtoref. dys. ... kand. kulturolohi: spets. 26.00.01. Simferopol, 2021. 21 s. [in Ukrainian].
 25. Lendri Ch. Kreativnyi gorod. [Creative city]. Moskva: Klassika-KhKhI, 2011. 399 s. [in Russian].
 26. Marchenko V. V., Vytalov S. V. Rehionalnyi kulturnyi prostir Ukrainy yak faktor aktyvizatsii mystetskoï initsiatyvy. [Regional cultural space of Ukraine as a factor of activation of artistic initiative.]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Seriya: filosofii, kulturolohiia, sotsiologhiia*. 2014. Vyp. 8. S. 44-49 [in Ukrainian].
 27. Matsevich I. Ya. Formirovanie i razvitie kontseptsii kreativnoy industrii v sovremennoy sotsialnoy teorii. [Formation and development of the concept of creative industry in modern social theory]. *Sotsiologiya*. 2012. № 3. S. 80-93 [in Russian].
 28. Petrova I. V. Kulturni ta kreatyvni industrii: vid kontseptsii do instrumentiv. [Cultural and creative industries: from concepts to tools]. *Fenomen kultury posthlobalizmu: zb. mat. II Mizhnar. Nauk.-prakt. konf. M.Mariupol, 26 lystopada 2021 r.: u 2 ch.* Mariupol : MDU, 2021. Ch. I. S. 5-8 [in Ukrainian].
 29. Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii [About the statement of kinds of economic activity which belong to creative industries] : *Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24 kvitnia 2019 roku № 265*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80> [in Ukrainian].
 30. Prokopenko S. Kreatyvni industrii – radykalni zminy. [Creative industries – radical change]. URL: <https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shho-de-yak> [in Ukrainian].
 31. Proskurina M. O., Parkhomenko I. I. Modeliuvannia derzhavnoi polityky ekonomichnogo rozvytku kulturnykh i kreatyvnykh industrii (KKI). [Modeling of the state policy of economic development of cultural and creative industries (CCI)]. *Ekonomichnyi prostir*, 2021. Vyp. 167, S. 38-44 [in Ukrainian].
 32. Rozvytok kreatyvnykh industrii. [Development of creative industries]. Ofitsiyni sait Ministerstva kultury ta informatsiinoi polityky. Retrieved from <https://mkp.gov.ua/content/rozvitok-kreativnih-industrii.html> [in Ukrainian].
 33. Skyba M. Kreatyvni industrii v Ukraini: vystoiaty, prosvityty(sia). [Creative industries in Ukraine: to survive, to be enlightened]. *Tyzhden.ua*. 27.02.2016. Retrieved from <http://tyzhden.ua/Society/158758> [in Ukrainian].
 34. Suchasna kulturolohiia: postmodernizm u lohitsi rozvytku ukrainskoi humanistyky: kolektyvna monohrafiia [Contemporary culturology: postmodernism in the logic of the development of Ukrainian humanities: a collective monograph] / Yu. S. Sabadash, O. M. Honcharova, L. H. Dabla ta in. ; za zah. red. Yu. S. Sabadash; red.-uklad. Yu. S. Sabadash, I. V. Petrova. Kyiv : Lira-K, 2021. 432 s. [in Ukrainian]
 35. Farinia K. Rozvytok kulturnykh ta kreatyvnykh industrii v Ukraini. [Development of cultural and creative industries in Ukraine]. Retrieved from <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/ResearchUA.pdf> [in Ukrainian].
 36. Fed V. Paradyhma u svitohliadno-kulturotvorchomu aspekti. [Paradigm in the worldview and cultural aspect]. *Skhid*. 2011. № 5 (112). S. 132-135 [in Ukrainian].
 37. Florida R. Kreativnyy klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee. [Creative class: people who change the future]. Per. s. angl. Moskva : Klassika-XXI, 2007. 430 s. [in Russian].
 38. Khakimova Ye. R. Sovremennye teorii kreativnoï ekonomiki. Ekonomika kreativnosti Marka Mettysa. [Modern theories of creative economy. The Economics of Creativity by Mark Matthews]. *Vektor nauki TGU. Seriya «Ekonomika i upravlenie»*. 2011. № 4. S. 52-55 [in Russian].
 39. Kholodnytska A. V. Aktualni tendentsii rozvytku kreatyvnykh industrii v Ukraini v umovakh hlobalizatsii. [Current trends in the development of creative industries in Ukraine in the context of globalization]. *Ekonomika i suspilstvo*. 2018. № 14. S. 151-157. Retrieved from http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf [in Ukrainian].
 40. Chul O. M. Systema kreatyvnykh industrii yak osnova formuvannia kreatyvnoï ekonomiky v rehioni. [The system of creative industries as a basis for the formation of the creative economy in the region]. *Zb. nauk. pr. «Ekonomichni nauky»*. Seriya: «Oblik ta finansy». Vypusk 10 (37). Ch.5. Luts: LNTU, 2013. S. 166-173 [in Ukrainian].
 41. Sheiko V. M., Aleksandrova M. Kultura ta tsyvilizatsiia v istoryko-kulturnii dumtsi Ukrainy v dobu hlobalizatsii: monohrafiia. [Culture and civilization in the historical and cultural thought of Ukraine in the era of globalization: a monograph]. Instytut kulturolohi Akademii Mystetstv Ukrainy. 2009. 312 s. [in Ukrainian].
 42. Yaroshenko N. N. Industriya razvlechenii v sovremennom kulturnom prostranstve. [Entertainment industry in modern cultural space]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*. 2016. 3 (71). S. 122-132 [in Russian].

43. Albert R. and Runco M. A History of Research on Creativity In Sternberg, R. J. *Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press. 1999. 56 p. [in English].
44. Americans for the Arts. 2005. URL: <http://www.americansforthearts.org>. [in English].
45. Costa P., Magalhaes M., Vasconcelos B., Sugahara G. On «Creative cities» governance models: A comparative approach. *Service Industries Journal*. 2008. № 28 (3). C. 393-413 Retrieved from DOI:10.1080/02642060701856282
46. David Hesmondhalgh. *The Cultural Industries*, London: Sage Publications. 2002 [in English].
47. David Throsby. *Economics and Culture*. Cambridge : Cambridge University Press. 2001. P. 110-133 [in English].
48. Garnham N. From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the «creative industries» approach to arts and media policy making in the United Kingdom. Retrieved from <http://nknu.pbworks.com/f/FROM+ CULTURAL+ TO+ CREATIVE+ Industries.pdf> [in English].
49. Kathrin Müller, Christian Rammer, and Johannes Trüby. The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. Retrieved from <ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp08109.pdf>. [in English].
50. Mapping the creative industries: a toolkit. *Creative and cultural economy series*. British Council. 2010. P. 61 [in English].
51. O'Connor J. Creative Industries: A new direction? *International journal of cultural policy*. Vol.15.4. 2009. P.387-404.
52. Skavronska I. The evolution of creative industries, *Skhid*, 2016, № 1 (141), P. 32-34 [in English].
53. UK Creative Industries Taskforce, Creative Industries Mapping Document. November 1998 [in English].
54. UN Creative economy report «Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries». 2019. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf. [in English].
55. UN Creative economy report «Creative economy: a feasible development opinion». 2010. Retrieved from http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf. [in English].
56. UNESCO Institute for Statistics. *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*, Montreal: UIS. P. 13-17 [in English].

**CURRENT PROBLEMS OF DEVELOPMENT RESEARCH CREATIVE INDUSTRIES
(END OF XX – BEGINNING OF XXI CENTURY): CULTURAL DIMENSION**

Pletsan Khrystyna – Associate Professor, PhD in Public Administration,
Associate Professor of the Research Institute,
Kyiv National University of Culture and Arts of Kyiv, Ukraine

The article reveals the theoretical and methodological approaches to the study of the formation and development of creative industries. An overview of scientific research is presented, in which the culturological dimension of the development of creative industries is singled out (end of the XX – beginning of the XXI century). The key definitions of the concept of «creative industries» are analyzed. The study of the formation and development of creative industries through the prism of historical, philosophical, economic, artistic, legal, social, public administration, information, psychological and cultural approaches is systematized. The culturological approach to the study of the formation and development of creative industries as an effective tool for modernizing the cultural environment is identified and focused. The main classification approaches to creative industries are systematized. The conceptual principles of the evolution of the formation of creative industries in Ukraine are highlighted and described. It is proved that creative industries contribute to the sustainable development of the socio-cultural environment of Ukraine.

Key words: culture, creative industries, culturological approach, translation of cultural values, creative sectors, modern cultural process, sustainable development.

UDC 03:330.111.4-026.15 «199/20»

**CURRENT PROBLEMS OF DEVELOPMENT RESEARCH CREATIVE INDUSTRIES
(END OF XX – BEGINNING OF XXI CENTURY) : CULTURAL DIMENSION**

Pletsan Khrystyna – Associate Professor, PhD in Public Administration,
Associate Professor of the Research Institute,
Kyiv National University of Culture and Arts of Kyiv, Ukraine

The article reveals the theoretical and methodological approaches to the study of the formation and development of creative industries. An overview of scientific research is presented, in which the culturological dimension of the development of creative industries is singled out (end of the XX – beginning of the XXI century). The key definitions of the concept of «creative industries» are analyzed.

The study of the formation and development of creative industries through the prism of historical, philosophical, economic, artistic, legal, social, public administration, information, psychological and cultural approaches is systematized. The culturological approach to the study of the formation and development of creative industries as an effective tool for modernizing the cultural environment is identified and focused.

The main classification approaches to creative industries are systematized. The conceptual principles of the evolution of the formation of creative industries in Ukraine are highlighted and described. It is proved that creative industries contribute to the sustainable development of the socio-cultural environment of Ukraine.

The aim of this paper is to analyze current issues of research in creative industries (late twentieth – early twentieth century) through the prism of culturological dimension.

To achieve the goal of scientific research, the following tasks are identified: to identify and reveal a system of theoretical and methodological approaches to research of creative industries; to substantiate the conceptual foundations of the

historical and cultural aspect of research on the formation and development of creative industries in Ukraine; identify and analyze the main classification approaches to creative industries; to prove that creative industries contribute to the sustainable development of the socio-cultural environment of Ukraine.

Research methodology. The research methodology involves the use of a set of research methods of general and special nature. In particular, the historical-analytical method for the collection and analysis of primary data; system analysis, to highlight the theoretical and methodological foundations of the concept of «creative industries» in the cultural dimension and systematization of research on the formation and development of creative industries through the prism of historical, philosophical, economic, artistic, legal, social, public administration, information, psychological and cultural approaches; content analysis of goals, prerequisites and objectives; method of logical generalization for theoretical substantiation of culturological approach to research of creative industries; fundamental method of cognition to identify the main sectors and types of creative industries; prognostic – to summarize the results, understanding the importance and features of creative industries in Ukraine.

Results. The conceptual bases to the definition of the essence of creative industries are singled out and substantiated in the research. In historical retrospect, the Ukrainian practice of formation and development of creative industries is analyzed. Emphasis is placed on the fact that the dynamics of scientific research on the formation and development of creative industries is carried out by researchers in a wide scientific range. Namely, through the prism of historical, philosophical, economic, artistic, legal, social, public administration, information, psychological and cultural approaches. The main classification approaches to creative industries are described. The conceptual principles of the evolution of the formation of creative industries in Ukraine are highlighted and described. The best world experience of classification forms of creative industries and possibilities of adaptation to tendencies of formation of cultural and creative environment of Ukraine are analyzed.

The Ukrainian practice of formation and development of creative industries in historical retrospect is singled out and analyzed. It is proved that in the cultural dimension, creative industries provide collaboration of research. Emphasis is placed on the synergetic effect of cultural transformations of creative practices, ideas and approaches, which will promote the value of ecosystems of creative enterprises, implementation of innovative programs for modernization of creative industries, development and promotion of cultural products for cultural and creative development.

It is proved that the animated nature of creative industries contributes to the development of culture, economic growth, the formation of a positive image of the country and the involvement of international partners. At the same time, it provides modernization and innovation of creative sectors, the ability to adapt to the challenges of time and seek new sources of retransmission of culture. Thus contributing to the sustainable development of the socio-cultural environment of Ukraine.

Novelty. The scientific novelty lies in the theoretical and methodological systematization of the features of the study of the formation and development of creative industries in Ukraine, through the prism of culturological dimension. The culturological approach to the study of the formation and development of creative industries as an effective tool for modernizing the socio-cultural environment is revealed. The main classification approaches to the system understanding of the formation of creative industries are systematized.

Prospects for further research are the development and implementation of innovative programs for the modernization of creative industries that contribute to the sustainable development of cultural and creative environment.

Key words: culture, creative industries, culturological approach, translation of cultural values, creative sectors, modern cultural process, sustainable development.

Надійшла до редакції 27.01.2022 р.

УДК 477.3.75.2

ГАЛУЗЬ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ ЕКСПЕРИМЕНТУ : ТЕОРЕТИЧНІ НОТАТКИ ДО ПРОГРАМИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Виткалов Володимир – кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне
<https://orcid.org/0000-0003-0625-8822>
DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi40.541>
volodumur_vitkalov@ukr.net

Виткалов Сергій – доктор культурології, професор, професор кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне.
<https://orcid.org/0000-0001-5345-1364>
sergiy_vsv@ukr.net

Аналізується одна з актуальних проблем регіональної культурної практики – роль методичних органів культури (Центрів народної творчості) в системі функціонування клубної мережі у зв'язку з реформою місцевого самоврядування. Наголошується на важливості пошуку нової управлінської структури (моделі), здатної взяти на себе повноваження, спрямовані на зміну ситуації в галузі. Підкреслюється важливість наукової складової у практиці майбутньої форми та пропонується відповідна модель науково-методичного Центру народної творчості, запропонована у процесі спільного обговорення даного питання з зацікавленими структурами авторами цієї статті.