

УДК 316.42

С. А. Давимука

доктор економічних наук, професор,
провідний науковий співробітник
відділу регіональної фінансової політики
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долишнього НАН України», м. Львів

Л. І. Федулова

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного
університету, м. Київ

ДИСКУРС ЩОДО СУЧАСНОЇ РОЛІ КУЛЬТУРИ ТА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

На основі еволюційного підходу розкрито сутність точок зору щодо сучасної ролі культури в контексті розбудови креативних індустрій і формування креативної економіки та виявлено особливості цього процесу в Україні. Обґрунтовано, що упродовж останніх десятиліть культура все більше набуває ознак, характерних для економічних видів діяльності. Причина виняткової ролі культури при переході від сировинної до інноваційної, а потім і до креативної економіки полягає у підвищенні професійних вимог до кадрів, розширенні та поглибленні їх компетентностей, що дозволяє усвідомити цілі і етичні орієнтири розвитку суспільства. Узагальнення досвіду показало, що креативна економіка в Україні, яка лише формується на основі розвитку культурних індустрій, має низку принципових особливостей, що перетворюються на суттєві конкурентні переваги регіональної (більш конкретно – міської) економіки. У цьому контексті державна політика повинна бути спрямована на реалізацію наявних соціальних ресурсів і культурної спадщини, а також застосування механізмів створення гармонійного співвідношення між культурними традиціями і креативними інноваціями.

Ключові слова: креативна економіка, культура, культурні індустрії, креативні інновації.

Davymuka S., Fedulova L. DISCOURSE ON MODERN ROLE OF CULTURE AND FORMING OF CULTURAL INDUSTRIES

On the basis of evolutionary approach the nature of views over the role of culture in the context of creative industries development and creative economy forming are outlined and peculiarities of this process in Ukraine are revealed. The fact that during the last decades the culture has gained more and more features peculiar to economic types of activity is explained. The reason of exclusive role of culture in the course of transition from raw materials-based to innovative and further to creative economy lies in strengthening of professional requirements to staff and extension and deepening of their competences, leading to understanding of goals and ethical benchmarks of society development. Generalization of experience showed that creative economy in Ukraine, being on the stage of forming on the basis of cultural industries development, has a range of principal peculiarities that turn into significant competitive advantages of regional (more specifically – urban) economy.

Keywords: creative economy, culture, cultural industries, creative innovations.

Сьогодні світове суспільство взяло курс на створення нового формату розвитку – креативної економіки, у якій насамперед відбувається розбудова всієї соціально-економічної системи на інтелектуальній основі, тобто на перший план виходить потенціал особистості. Цей потенціал, своєю чергою, обумовлюється рівнем доступності й якості освіти, охорони здоров'я, інформації і комунікацій, досягнень економіки, науки і, особливо, посиленням ролі культури.

У зарубіжній та українській науковій думці серед найбільш значимих сучасних розробок є теоретичні аспекти креативної економіки, визначені тенденції розвитку креативних індустрій (Ч. Лендрі, К. Оаклі, Дж. О'Коннор, Т. Флемінг, Дж. Хокінс, І. М. Вахович, І. О. Родіонова та інші). Механізми переходу від економіки культури до так званої культурної економіки розглядають А. С. Пратт, Х. К. Анхайер, Й. Р. Ісар, М. Прайк; А. Дж. Скотт. Дискусії щодо сучасної ролі

культури в Україні найбільш помітними є в роботах І. Дзюби, М. Міщенко, К. Гай, Д. Белькевича. Проте недостатньо опрацьованими залишаються питання щодо природи взаємозв'язку сфери культури з креативними (культурними) індустріями, особливо в межах реалізації культурної політики на державному рівні.

Метою статті є на основі еволюційного підходу показати сутність точок зору щодо сучасної ролі культури в контексті розбудови креативних (культурних) індустрій і формування креативної економіки та виявити особливості цього процесу в Україні.

У класичному розумінні термін «культура» походить від латинського слова *cultūra*, що означає виховання, освіта, розвиток. В узагальненому підході сучасні тлумачні словники трактують це поняття як сукупність яскраво виражених ознак – духовних і матеріальних, інтелектуальних та емоційних, що характеризують суспільний розвиток. В умовах сьогодення феномен

культури полягає в тому, що вона стосується не лише процесу виховання освічених і високодуховних особистостей, а й виконує важливу роль у всіх сферах соціально-економічного розвитку.

У Декларації Ханчжоу, яка була схвалена Міжнародним конгресом «Культура: ключ до сталого розвитку», що відбувся під егідою ООН у Китаї у травні 2013 р., наголошується на важливій місії культури у справі зміцнення миру, зменшення злиднів, забезпечення сталого економічного розвитку, сприяння інноваціям тощо. Зокрема, у документі наголошується: «У зонах, що пережили конфлікти, які супроводжувалися насильством, слід заохочувати відновлення культурної спадщини і проведення культурних заходів, які дозволять громадам, що постраждали, відновити свою самобутність, повернути почуття гідності й відчуття нормального життя, використати універсальну мову культури і розпочати заголювати шрами, що були залишені війною» [1]. Отже, сучасна культура прагне впливати на формування моделі сучасного світу у напрямі здійснення якісних змін, відповідаючи на глобальні виклики.

За визначеннями міжнародної організації ЮНЕСКО, культура – це комплекс особливих духовних, матеріальних, інтелектуальних та емоційних характеристик суспільства або соціальної групи, які охоплюють не тільки мистецтво і літературу, але і стиль життя, устрій спільного проживання, систему цінностей, традицій і вірування. Слід зазначити, що в офіційних виданнях Інституту статистики ЮНЕСКО виокремлено дві сфери культури: економічну (виробництво товарів і послуг) та соціальну (участь у культурному житті). Саме у цьому контексті впродовж останніх десятиліть культура все більше набуває ознак, характерних для економічних видів діяльності. Зокрема, з'являється термін «економічна культура», який у найбільш загальному трактуванні означає сукупність матеріально-духовних здобутків людей у різних сферах соціально-економічної діяльності або ж сукупність матеріальних і духовних соціально напрацьованих засобів діяльності, за допомогою яких здійснюється матеріально-виробниче життя людей [2]. Еволюція саме цих взаємовідносин пояснюється багатьма науковцями як основа для виникнення концепції «креативної економіки».

Причина виняткової ролі культури при переході від сировинної до інноваційної, а потім і до креативної економіки полягає у підвищенні професійних вимог до кадрів, розширенні та поглибленні їх компетентностей на основі латерального мислення, включаючи рівень інтелектуального і культурного розвитку, можливого лише в культурному середовищі, що дозволяє усвідомити цілі й етичні орієнтири розвитку суспільства. Деякі експерти відносять культуру до «змішаних благ», але все-таки найважливіше значення має їхня соціальна значущість і суспільний інтерес до стимулювання їх вжитку.

Слід зазначити, що дослідження взаємодії економіки та культури було розпочато М. Вебером, який, зокрема, вивчав вплив змін у релігійному світогляді на еволюцію підприємництва. Він довів, що властивості людських ресурсів, ставлення людини до праці були тими визначальними чинниками, які вплинули на еволюцію індустріального способу виробництва. Зокрема, М. Вебер виявив лінійну залежність між економічним жит-

тям суспільства та культурою й розглядав культуру та економіку як рівноправні складові соціальної системи, які беруть участь у формуванні та розвитку соціальних відносин. До того ж фундаментальними компонентами культури він називав загальнолюдські цінності, ціннісні орієнтації, правила поведінки. Учений також дослідив безпосередній зв'язок між успішною конкурентною боротьбою та монополізацією культурних ресурсів, сутність якого особливо актуалізується в наш час.

Ще один близько пов'язаний із зазначеною тематикою термін, який наразі постійно згадується у контексті розвитку культурного підприємництва, – «культурний капітал», який було введено в науковий обіг П. Бурдьє. У його розумінні культурний капітал – це мовна та культурна компетенція людини, багатство у формі знань або ідей, які легітимізують статуси та владу, підтримують встановлений соціальний устрій, наявну суспільну ієрархію [3]. П. Бурдьє представляє культурний капітал через такі соціальні інститути, як освіта, наука, мистецтво, а джерелом його формування вбачає синергію матеріальної та нематеріальної культури. Своєю чергою, сам культурний капітал є джерелом освіти та посилення інтелектуального капіталу і, як результат, джерелом конструювання на макрорівні соціального капіталу країни як основного фактора зростання фінансового капіталу та добробуту суспільства.

Дослідження культурного капіталу в економічній сфері було здійснено Д. Тросбі, який стверджував про те, що суспільство виражає притаманний йому образ дій і думок через культуру. Носій культурного капіталу є об'єктом, який має культурну цінність, а сам капітал є активом, що втілює, накопичує та підвищує культурну цінність у доповнення до будь-якої попередньо закладеної економічної цінності [4]. Таким чином, кожна людина, вважає Д. Тросбі, може оцінити культурну цінність будь-якого об'єкту. Крім того, наявність зазначених елементів, у межах яких обертається нематеріальний культурний капітал, визначає існування та утворення культурних мереж, відносин щодо підтримки людської діяльності, розмаїття культурного самовираження усередині відповідної спільноти. Усе це дозволяє говорити про умови формування культурних «екосистем», які разом з інноваційними екосистемами створюють так звану «м'яку» інфраструктуру, здатну забезпечити створення потоків товарів і послуг, які будуть мати як культурну, так і економічну цінність і в підсумку підтримувати сталий соціально-економічний розвиток країни, регіону, окремого міста, особливо під час економічних потрясінь, спричинених геополітичними кризами. Практика сьогодення показує, що життєздатність соціальних спільнот залежить насамперед від креативності, культурної взаємодії співучасників, що мешкають на одній території. Тому регіони, у яких є критична маса культурних організацій, виявляються найбільш сталими, економічно різноплановими, інтегрованими в інфраструктуру просторового розвитку.

Сучасні макроекономічні дослідження впливу культури на економічну діяльність, започатковані на аналізі динаміки залежності між економікою культури та рештою сфер економіки, виділяють чотири моделі – добробуту, конкуренції, зростання та інновацій (зокрема до аналізу включені показники результатів діяльності креативних (культурних) галузей економіки, а куль-

турні цінності розглядаються як суспільно необхідні товари, що потребують державного фінансування). Проте недоліками вказаних моделей є узагальнення вирішальних чинників розвитку, використання підходів, неоднозначність оцінок і методів обліку неринкових культурних продуктів і відповідної діяльності. Для подолання зазначених обмежень А. Буччі та Дж. Сердже розробили модель, у якій відображено єдиний напрям впливу культурного капіталу на економічне зростання – нагромадження людського капіталу. Модель Буччі та Сердже увібрала елементи моделей зростання та інновацій, проте має низку особливостей. По-перше, розробники моделі обґрунтовують роль людського капіталу в економічному зростанні. По-друге, було зроблено свідоме заміщення традиційного для економічних моделей зростання поняття «культурного виробництва» на «культурний капітал» [5]. Нова модель виходить з визначення культурного капіталу, запропонованого Д. Тросбі, і його посилюючого значення для економічного зростання. Слід також зазначити, що для А. Буччі та Дж. Сердже знання та навички мають креативне, творче значення. Креативність як така продукується культурним капіталом. Останній є незалежним чинником розвитку, комплементарним до людського капіталу.

Ці та інші теоретичні положення закладали підвалини концепції розвитку креативних міст, а отже є актуальними й сьогодні та у багатьох випадках показують відсталість одних регіонів, порівняно з іншими. Загалом сьогодні чітко проступає глобальний тренд – культурні стратегії економічного розвитку міст. Стосовно України, то починають змінюватися пріоритети культурної політики, і, починаючи з 1990-х рр., відбувається, з одного боку, формування нових методів роботи з місцевими співтовариствами, а з іншого, – посилення економічного компонента культурної політики. Проте цей процес і до сьогодні не можна вважати усталеним.

У постіндустріальному суспільстві культура стає стратегічним пріоритетом сучасної економіки розвинених країн саме тому, що за останні десятиліття зуміла перетворитися на потужну індустрію культурних послуг. При збільшенні темпів суспільних змін, обумовлених технологічною динамікою, що виводить на передній план так звані конвергентні технології (нано-біо-, ІКТ технології), а за ними – когнітивні технології, які посилюють соціалізацію економічного розвитку, роль культури зростає: вона переміщується з периферії в центр соціальних інтересів і суспільної уваги. Отже, культура перестала бути замкнутою системою, яка довгий час розглядалася як витратна з економічної точки зору. (На жаль, в уявленнях багатьох представників влади в нашій країні й до цього часу домінує думка про культуру як деяку сукупність накопиченого суспільного багатства, культурної спадщини і творчих досягнень, які мають цінність самі по собі. Традиційно вважалося, що необхідно захистити високу культуру від жорсткої реальності ринку, аби не допустити зниження художньої якості).

Як стало визнаним і в теоретичному, і в практичному контексті, в умовах постіндустріального суспільства основний центр зайнятості і джерело доходу поступово зміщується з промисловості в гуманітарні галузі і сферу послуг. Основними інститутами нового формату економіки стають інформаційні, наукові, куль-

турні інститути як центри зосередження теоретичного і прикладного знання. Широко обговорюється і обґрунтовується теза, що саме культура акумулює позитивні ефекти в різних сферах, дозволяє перетворити слабкі сторони на сильні. Перехід до позиції співпраці і кооперації організацій культури з іншими суб'єктами дозволяє покращувати міське середовище, залучати інвестиції, тим самим ініціювати створення нових робочих місць, вирішувати соціально-економічні проблеми та розв'язувати конфліктні ситуації в сучасному світі. При цьому бюджетна підтримка і меценатство поступово замінюються демократичними технологіями соціального партнерства. Формується потужна фінансова інфраструктура фандрайзингу (фендрайзинг, фандрейзинг, fundraising – процес залучення зовнішніх, сторонніх для компанії ресурсів, необхідних для реалізації якого-небудь завдання, виконання проекту або для діяльності загалом), перевага якої в можливості консолідації світових фінансових ресурсів і витрачання їх відповідно до потреб світової культурної системи [6].

Окрім того, в умовах реалізації принципів четвертої промислової революції («Індустрія 4.0») у контексті модернізації сучасних культурних індустрій важливими вважаються цифрові банки даних, які можуть оприлюднювати суттєві можливості та широкий діапазон гравців, можливостей фінансового сприяння, тендерів, локацій, проектів та інших пропозицій у сфері культури й культурного життя всієї країни.

За таких умов особливо актуальними на сьогодні залишається питання щодо стратегічних напрямів української культури в умовах посилення незалежності та вибору європейського вектору розвитку [7], серед яких подолання стереотипів сприйняття української культури, модернізація інфраструктури культури, її технологічна модернізація (особливо це стосується телебачення, кіно, радіо, видавничої галузі, шоу-бізнесу). При цьому наголошується, що найголовнішою рисою української культури внаслідок здійснюваних змін має стати універсальність – здатність до взаємодії з багатьма культурами світу, а також така інтерпретація національного буття, яка б позиціонувала Україну у світі як цивілізовану в усіх планах країну. Звичайно, це має супроводжуватися суттєвими перетвореннями у суспільстві, зміцненням свободи слова і творчості та формуванням нормативно-правової бази сфери культури за європейськими стандартами.

На жаль, цей процес (як і більшість добрих прогресивних починань) відбувається вкрай повільно. На думку Катерини Тейлор, менеджери культурних проектів, експерти сучасного мистецтва, «українське мистецтво, як і раніше, існує в собі, поза світовим контекстом. Є окремі події, на кшталт Венеціанської бієнале. Так само як і є окремі художники, які працюють більше на Заході, ніж в Україні. Але загалом українське мистецтво все ще цікаве в основному українцям і трохи – іншим пострадянським країнам. А його помітна експансія може статися лише за ґрунтовної державної стратегії, а також переліку законів, які почнуть захищати інтереси представників художнього світу» [8].

У контексті креативної економіки, коли важлива частка в ній відводиться регіональному рівню, культурний потенціал території в частині розвитку креативних індустрій заслуговує визначення напрямів його

прояву, які на практиці не виключають, а найчастіше активно доповнюють один одного, зокрема об'єкти культури, що розташовані в місті, самі по собі можуть бути символами, що впливають на економіку; розвитку міста сприяє не один об'єкт, а цілий район («культурний хаб»); важливим компонентом міської економіки можуть стати різні галузі індустрії культури (особливо тут велике значення образотворчого мистецтва), до того ж таке може мати місце не обов'язково в мегаполісах, але і в невеликих містах і населених пунктах; роль культури може проявлятися і при формуванні у громадян загальної самосвідомості, творчого духу, згуртованості і життєвої активності, що сприяє формуванню соціального капіталу нації.

У Європі, де (на відміну від США) традиційні культурні інститути завжди перебували під державною опікою, останні 15-20 років спостерігається поступове скорочення державних субсидій і перехід до моделі змішаного фінансування, що передбачає поєднання державної підтримки і власних засобів організацій культури, – зароблених або залучених з приватного сектору. Це змушує організації культури проявляти запозитивність, яка раніше була їм не властива, – формувати і продавати свій продукт, шукати нові ресурси, нових партнерів і т.і., тобто максимально використовувати свій культурний капітал.

Економіка культури й креативності об'єднує традиційні галузі економіки, нові технології та сучасні інформаційні й комунікаційні форми. Так, у Німеччині до її складу входять 12 відгалужень: музична економіка, книжковий ринок, ринок мистецтва, кіно, радіо, образотворче мистецтво, архітектура, дизайн, ринок преси, рекламний ринок, програмне забезпечення/комп'ютерні ігри та інше. Основа, яка об'єднує діяльність у сфері економіки й креативності, – це процес творчості мистецького, літературного, культурного, музичного, архітектурного або креативного змісту, твори, продукти, виробництва або послуги. У структурному плані ця галузь визначається, зокрема, людьми вільних професій або малими й мікропідприємствами (97%). Вони першочергово зорієнтовані на прибуток, тобто працюють передусім не в публічному секторі (музеї, театри, оркестри) або в секторі громадянського суспільства (мистецькі об'єднання, фонди). Завдяки послідовній підтримці створення нових підприємств у багатьох містах з'явилася велика кількість пропозицій, особливо в галузі дизайну, програмного забезпечення та комп'ютерних ігор.

Слід зазначити, що у культурній політиці Гамбурга серйозно поставилися до концепції креативного міста, яку популяризував британець Чарльз Лендрі та його агенція Comedia з 80-х років ХХ ст. Це означає, що саме культурні індустрії вважаються інструментом, спроможним вдихнути нове життя у промислово спадщину міста та проблемні райони. А сама культура – такою, що не тільки потребує дотацій, а приносить прибуток, дає робочі місця та формує імідж міста. Гамбург надає перевагу перформативним видам мистецтва, зокрема музиці, театру, опері. З міського бюджету найбільше фінансування отримує саме Гамбурзький оперний театр, а найграндіозніший архітектурний проект у місті – будівництво нової концертної зали, філармонії на Ельбі. Проте підтримку від міста отримують і менш

масштабні ініціативи. Одна з найперших альтернативних культурних інституцій в Гамбурзі на території колишньої фабрики – культурно-комунікаційний центр Fabrik. Це приклад низової ініціативи: на початку 70-х років художник Хьорст Дітріх та архітектор Friedhelm Zeuner спробували реалізувати тут ідею демократизації культури, «культури для всіх».

У Данії існують спеціальні закони у сфері культурної політики для кожного з видів мистецтва: візуального мистецтва, театру, музики, музеїв, архівів, літератури, бібліотек, кіновиробництва і медіаіндустрії. Головне завдання цих законів – забезпечення правової платформи для досягнення цілей традиційної культурної політики, заснованої на принципах економіки добробуту. Проте є й інші закони, які набувають актуальності, коли йдеться про підтримку сфери культури і креативних індустрій: податкове законодавство, особливо Закон «Про оподаткування» 1986 р., Закон «Про податкові пільги у сфері культури» 2004 р. і Закон «Про звільненні від ПДВ для установ сфери культури, спортивних заходів і подібної діяльності»; Закон «Про авторське право», який вкрай важливий для сектору творчих індустрій. Чинне трудове законодавство має силу для всіх громадян Данії незалежно від їх професії і забезпечує, у тому числі підтримку багатьох творчих діячів і створення творів мистецтва.

У період з 2011 по 2015 рр. у країнах Євросоюзу зростала кількість людей, які працюють у сфері культури. Про це свідчать дані Eurostat. За чотири роки кількість працівників сфери культури збільшилася на 410 тис. осіб (+7%). У 2015 р. майже 6,5 млн осіб були зайняті у сфері культури і на цей сектор припадало майже 3% від загального числа працівників у ЄС. Майже 2 млн працюючих були художниками і письменниками, з яких майже половина (49%) – самозайнятими. Це набагато більш висока частка самозайнятих осіб, ніж у середньому для інших сфер (15%). Рівень освіти зайнятих у галузі культури також відрізняється. Понад 60% осіб, які працюють у сфері культури в країнах-членах ЄС, мали вищу освіту, майже вдвічі більша частка, порівняно з іншими сферами (33%). Найбільша частка осіб, які працюють у сфері культури, зафіксована в Люксембурзі (4,4%), далі йдуть Естонія і Швеція (по 4,1%), а також Фінляндія (4,0%). На протилежному кінці шкали найнижча частка спостерігалася у Румунії (1,2%), далі йдуть Словаччина (2,0%), Греція (2,1%), Болгарія і Португалія – по 2,3% [9].

Узагальнення досвіду показало, що креативна економіка, яка формується на основі розвитку креативних індустрій, продемонструвала низку принципових особливостей, що перетворилися на значимі конкурентні переваги регіональної (більш конкретно – міської) економіки на світовому ринку: реалізація наявних соціальних ресурсів і культурної спадщини, а також застосування політики створення гармонійного співвідношення між культурними традиціями і креативними інноваціями; активна проектна діяльність у частині перетворення індустріальних площ у сучасні креативні кластери; створення і зміцнення фестивальних традицій, що перетворюють заходи в основні події культурного життя міст та інше.

Дієві інструменти розвитку міст – підтримка бізнесу у сфері культури і творчості, створення комуні-

кативних майданчиків, до складу яких можуть увійти нові творчі й культурні центри, що поєднують функції культурного виробництва і культурного споживання. Орієнтовані на потреби та інтереси сучасного громадянина, нові культурні майданчики стають «точками тяжіння» на карті міста за рахунок концентрації художньо-культурної підприємницької активності і створення системи нових робочих місць. Вони формують інвестиційну привабливість, покращують імідж міста і приносять дохід у міський бюджет. А також вони виконують найважливішу функцію «міського будівництва», створюючи міські співтовариства і майданчики для комунікації цих співтовариств.

Проте в Україні усі вони доки створюються й існують швидше всупереч міській політиці і міським реаліям, ніж завдяки ним. Державне фінансування культурних програм наражається на такі проблеми, як корупція при розподілі бюджетних коштів, брак фаховості, відсутність системного підходу до розвитку культурних індустрій і культурної інфраструктури. Сьогодні вкрай актуальним є перехід до проектного підходу у сфері впровадження культурних ініціатив, заохочення інноваційних, експериментальних програм, відкриття для них перспектив майбутньої самоокупності, розробка механізмів для розширення діяльності громадських культурних проектів, стимулювання розвитку прибутковості культурної діяльності, інформаційна підтримка державою мистецьких заходів тощо. Окрім того, «всупереч значимим змінам у громадському житті України, в системі державного управління й до цього часу існують застарілі уявлення про розвиток культури, що створює певні перепони на шляху до модернізації галузі. Причому, людський ресурс сприймається управліннями в дуже обмеженій площині – як такий, що слабко пов'язаний з економічною ефективністю. Натомість потенціал, який європейська спільнота визнає за культурою, – це передусім можливості для багатьох інновацій, в тому числі економічних» [10].

Ще одна з найбільш істотних перешкод для розвитку вітчизняних креативних індустрій – відсутність цивілізованого ринку авторської і патентної продукції з причини практичного недотримання законодавства про авторське право. Розвитку ринку українського кіно, музики і розважального програмного забезпечення надзвичайно заважає широке поширення піратської продукції. З іншого боку, жорстке законодавство про авторське право юридично скорочує можливості малого і середнього бізнесу в роботі з продуктами авторського права, оскільки існує дисбаланс між правами авторів, яким віддається перевага, і правами споживачів. Зокрема, упровадженню ефективної культурної політики консолідації перешкоджає відсутність виваженої взаємодії між органами влади та інституціями громадянського суспільства. В управлінській роботі подекуди застосовується практика патронажного адміністрування закладами культури. Недостатній рівень діалогу з останніми відчутно знижує результативність національної культурної політики, знижуючи таким чином її вплив на культурну соціалізацію суспільства.

Тому дискурс щодо питання, чи є культура і мистецтво драйверами економічного зростання, стає усе більш популярним серед дослідників, зайнятих аналізом можливих напрямів сталого і соціально відпові-

дального розвитку. Ретроспектива показує, що підхід до розуміння ролі організацій культури, «культурних» товарів і послуг, змінювався радикально: від «хвороби Баумоля», що виправдовувала державні витрати на цю сферу до проголошення «креативного класу» і «креативних міст» єдиними справжніми факторами зростання сучасної економіки. Сьогодні багато міст і країн використовують культурну спадщину, культурні заходи і установи для поліпшення свого іміджу (формування бренду), стимулювання міського розвитку та інвестицій, не забуваючи і про напрям дозвілля. Культурний і творчий аспекти в цих умовах присутні на всіх етапах: від локального рівня креативного мислення, до демонстрації факту споживання або володіння на міжнародному рівні.

На думку експертів, «моду» на креативні індустрії в Україні ввели люди, тісно пов'язані з культурою і культурними проектами. Додамо до цього ще одне джерело – це зарубіжні, передусім європейські, консультанти у сфері креативної економіки, які вже мають досвід її розбудови у своїх країнах. Водночас, володіючи інформацією про переваги та здобутки креативної економіки в зарубіжних країнах, галузеве відомство обговорює питання про застосування нових підходів в управлінні, а держава вводить нові фінансові інструменти і вимагає від культури результативності. У цьому сенсі на культурні індустрії, вочевидь, покладається роль ефективного засобу модернізації. Проте рух уперед гальмує саме розбудова галузі культури, яка тримає монополію в розподілі державного фінансування і підтримує традиційно «класичну» культуру та народну творчість. Обслуговуючи лише частину населення, мережа установ культури отримує практично 100% державного фінансування.

У цьому контексті, на думку С. Садовенка, поступові структурні зрушення у межах переходу до нових напрямів і становлення моделі «іншого» мистецтва в українській суспільно-культурній свідомості пов'язані зі зміною балансу пріоритетів між «традиційним» і «сучасним» та усвідомленням розуміння необхідності вироблення у художньому процесі адекватної стратегії. Остання має відповідати міжнародним інтелектуальним вимогам і здобути таку репутацію, щоб уникнути ризику ступити на тупиковий шлях у бік ізоляціонізму й не опинитися на маргіналіях сучасного культурно-мистецького процесу [11]. Таким чином, турбота представників сфери культури про майбутнє її розвитку цілком зрозуміла, проте без поєднання цього процесу з відповідним економічним механізмом зробити культуру активним учасником суспільного життя буде складно.

Заслуговує на увагу розроблена (в основному за підтримки і прямої участі німецьких експертів) Дорожня карта розвитку культури, яку узагальненому вигляді ставить такі цілі: 1. Дорожня карта є «розкладом руху», котрий дає можливість діячам культури усіх секторів і галузей в Україні професійно та на основі чіткої термінології ініціювати проекти та форми діяльності у сфері культури. 2. В основу Дорожньої карти покладено науковий і практичний досвід українських учасників конференції та практичних семінарів, а також зовнішніх модераторів. Тим самим здійснюється поєднання специфічних компетенцій і підходів до організації

культурної діяльності в Україні у формі настановчих рекомендацій зі сталого культурного розвитку. 3. При цьому в центрі уваги перебуває як зв'язок між теорією і практикою, так і активізація сталого культурного розвитку, сконцентрованого на діалозі, якості та роботі заради миру. Проекти, розроблені в межах практичних семінарів, слугують своєрідною моделлю. 4. Дорожня карта створена з дотриманням принципу практичного порадики зі стислими і яскравими імпульсами щодо подальшої поглибленої діяльності різних сферах культурного менеджменту та культурної політики, у т.ч. і завдяки рекомендованій літературі. Вона є відправною точкою, завдяки якій можуть вибудовуватися подальші дискурси та процеси розвитку [12]. Отже, зазначений документ можна вважати «колективним проектом» креативного середовища українських практиків і експертів під керівництвом зарубіжних консультантів.

Отже, у сучасному суспільстві, що характеризується мінливою соціально-економічною соціальною структурою, високим рівнем суспільної стратифікації, а також процесом становлення самоідентифікації, культура бере на себе роль механізму соціалізації індивіда і отримує ряд ціннісно-орієнтаційних функцій. Активний поступ науково-технологічного розвитку і супроводжуюча його модернізація соціальної системи індустріального суспільства в постіндустріальну та інформаційну визнають пріоритетним виробництво послуг, а не товарів, а провідним виробничим ресурсом – інформацію і знання. Зазначене безпосередньо впливає і на масову культуру, яка, володіючи соціально-інтеграційним потенціалом, пропонує безліч моделей адаптації в межах соціо-технологічного простору. Такі чинники, як індустріалізація, урбанізація, ускладнення соціальних функцій особи, є наслідком зростаючого рівня соціальної мобільності, а також віртуалізації інформаційного і комунікативно-технологічного середовища. Їхній вплив на подальший розвиток культури в суспільстві у контексті формування креативних індустрій потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел

1. The Hangzhou Declaration: Placing Culture at the Heart of Sustainable Development Policies / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. – 2013. – Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002212/221238m.pdf>
2. Хлестанова Л. В. Етнокультурний розвиток України. Історіографічний аспект / Л. В. Хлестанова // Мат-ли Міжнар. наук.-практ. конф. «Традиційна народна культура: збереження самобутності в умовах глобалізації», 18-20 верес. 2004 р. – Х., 2004. – С. 170.
3. Бурдые П. Формы капитала / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. – С. 60-74.
4. Throsby D. On the Sustainability of Cultural Capital / D. Throsby // Research Papers 0510. – Macquarie University, Department of Economics, 2005. – Retrieved from https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:i6YVvYWrcwwJ:www.businessandconomics.mq.edu.au/our_departments/Economics/econ_research/2005/cult_cap_throsby.pdf
5. Bucci A. Human and cultural capital complementarities and externalities in economic growth / A. Bucci, G. Segre // Working Papers DEAS, 2009, February 07. –

Retrieved from <http://www.economia.unimi.it/index.php/Home/2/0/?&L=1>

6. Люди без воротничков. – 2016, январь / Медиа-холдинг «Эксперт». – Режим доступа: <http://expert.ru/ural/2016/01/lyudi-bez-vorotnichkov/>
7. Дзюба І. Від маргінальності до універсальності / І. Дзюба // Сучасність. – 2008. – № 1-2. – С. 53-65.
8. Потенціали 2017: Видавництво та сучасне мистецтво. – 2017 / Сайт «Велика Ідея». – Режим доступу: <https://biggggidea.com/practices/publishing-contemp-art/>
9. European Creative Hubs Network / Всесвітня Британська Рада. – 2017. – Режим доступу: <http://www.british-council.org.ua/programmes/arts/creative-economy/hubs>
10. Сучасні пріоритети культурної політики України / Сайт «Держава для суспільства». – 2011. – Режим доступу: <http://www.govfor.com/index.php?id=354>
11. Садовенко С. М. Трансформації української народної художньої культури у просторово-часових реаліях постмодерну: від традиції до сучасності // 36. мат-лів Міжн. наук.-творч. конф., Одеса, Київ, Варшава, 12-13 травня 2016 р. – К.: НАКККиМ, 2016. – 288 с. – С. 57-61.
12. Дорожня карта для культурного розвитку в Україні / Гете-Інститут, Україна. – 2015, листопад. – 156 с. – Режим доступу: http://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/road-map-fuer-kulturelle-entwicklung-in-der-ukraine/road_map_cultural_development_ukraine_goethe-institute_2015.pdf

References

1. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2013). The Hangzhou Declaration: Placing Culture at the Heart of Sustainable Development Policies. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002212/221238m.pdf>
2. Khlyestanova, L. V. (2004). Etnokul'turnyy rozvytok Ukrayiny. Istoriohrafichnyy aspekt [Ethnocultural development of Ukraine. Historiographical aspect]. In *Tradytsiyna narodna kul'tura: zberezhennya samobutnosti v umovakh hlobalizatsiyi* [Traditional folk culture: preservation of identity in the conditions of globalization]. Proceedings of the International Conference, 2004, September 18-20. Kharkiv, p. 170. [in Ukrainian].
3. Bourdieu, P. (2002). Formy kapitala [Forms of capital]. In *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic Sociology]: Vol. 3, Iss. 5 (pp. 60-74). [in Russian].
4. Throsby, D. (2005). On the Sustainability of Cultural Capital. In *Research Papers 0510. Macquarie University, Department of Economics*. Retrieved from https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:i6YVvYWrcwwJ:www.businessandconomics.mq.edu.au/our_departments/Economics/econ_research/2005/cult_cap_throsby.pdf
5. Bucci, A., & Segre, G. (2009, February 07). uman and cultural capital complementarities and externalities in economic growth. In *Working Papers DEAS*. Retrieved from <http://www.economia.unimi.it/index.php/Home/2/0/?&L=1>
6. Media Holding Expert (2016, January). Lyudi bez vorotnichkov [People without collars]. Retrieved from <http://expert.ru/ural/2016/01/lyudi-bez-vorotnichkov/>
7. Dzyuba, I. (2008). Vid marhinal'nosty do universal'nosty [From marginality to universality]. *Suchasnist' – Contemporary*, 1-2, 53-65. [in Ukrainian].

8. Website Great Idea (2017). Potentials 2017: Vydavnytstvo ta suchasne mystetstvo [Potentials 2017: Publishing and Contemporary Art]. Retrieved from <https://biggggidea.com/practices/publishing-contemp-art/> [in Ukrainian].

9. World British Council (2017). European Creative Hubs Network. Retrieved from <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/creative-economy/hubs>

10. The State for Society website (2011). Suchasni priorityety kul'turnoyi polityky Ukrayiny [Modern Cultural Policy Priorities of Ukraine]. Retrieved from <http://www.govforc.com/index.php?id=354> [in Ukrainian].

11. Sadovenko, S. M. (2016). Transformatsiyi ukraïns'koyi narodnoyi khudozhn'oyi kul'tury u prostoro-

vo-chasovykh realiakh postmodernu: vid tradytsiyi do suchasnosti [Transformations of the Ukrainian folk art culture in the space-time realities of postmodern: from tradition to the present]. In *Proceedings of the International Scientific-Creative Conference*, Odessa, Kyiv, Warsaw, 2016, May 13. Kyiv: NAKKKim, pp. 57-61. [in Ukrainian].

12. Goethe-Institut (2015, November). Dorozhnyia karta dlya kul'turnoho rozvytku v Ukrayini [Road Map for Cultural Development in Ukraine]. Retrieved from http://www.netzwerk-kulturberatung.de/content/1-ueber/1-dr-patrick-s-foehl/1-publikationen/road-map-fuer-kulturelle-entwicklung-in-der-ukraine/road_map_cultural_development_ukraine_goethe-institute_2015.pdf [in Ukrainian].

УДК [339.1:330.123.4]:338.242.4:061.1ЄС (477)

Н. М. Попадинець

кандидат економічних наук, науковий співробітник
відділу регіональної економічної політики
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долишнього НАН України», м. Львів

**ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА
КРАЇН-ЧЛЕНІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Встановлено основні чинники, що сприяють формуванню споживчої поведінки населення України та країн-членів Європейського Союзу (ЄС). Проаналізовано відмінності споживчої поведінки населення України та країн-членів ЄС. Визначено основні товари споживчого кошика, на які найбільше спостерігається коливання попиту, залежно від рівня доходів населення країни. Побудовано модель відмінностей споживчої поведінки населення України та країн-членів ЄС.

Ключові слова: країни-члени ЄС, споживча поведінка населення, споживчий ринок, Україна.

Popadynets N. PECULIARITIES OF CONSUMPTION BEHAVIOUR OF UKRAINIAN AND EU MEMBER STATES POPULATION

Major factors that contribute to forming of consumer behaviour of Ukrainian and EU member states' population are outlined. The differences in consumer behaviour of Ukrainian and EU member states' population are analyzed. Major goods of consumer basket most susceptible to demand fluctuation depending on the level of income of the country's residents are defined. The model of differences in consumer behaviour of Ukrainian and EU member states' population is developed.

Keywords: EU member states, consumer behaviour of population, consumer market, Ukraine.

Сучасний споживчий ринок характеризується високою конкуренцією, децентралізованою структурою, високими темпами виробництва продукції та послуг, великою кількістю і різноманітністю високотехнологічних товарів, а також надзвичайно високим рівнем інформованості споживачів щодо товарів і послуг, які виготовляються і реалізуються у світі. Глобалізація споживчого ринку, суттєва диспропорція у рівні зайнятості та доходів населення суттєво впливає на споживчу поведінку населення як України, так і країн-членів ЄС.

Саме споживча поведінка населення визначає, що необхідно виробляти, у якій кількості і за якої ціни певний товар матиме попит. Таким чином відбувається сегментація споживчого ринку та формується певний

товарний баланс на ньому. І оскільки попит на товари та послуги є визначальним, тому оцінка споживчої поведінки населення має стратегічне значення для розвитку економіки тої чи іншої країни.

Істотний вплив на споживчу поведінку має культура, субкультура, соціальне становище особи. Сьогодні існує чимала кількість різноманітних підходів до дослідження впливу всіх чинників окремо, сукупно, а також поведінки споживача в процесі прийняття рішень щодо придбання товару чи послуги.

Дослідженням міжкультурної, соціально-відповідальної купівельної поведінки споживача на споживчому ринку приділено низку робіт. Спираючись на наявні теорії психології, запропоновано типологічну класи-