

Бугайов Микола Вікторович,

аспірант

Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

БЛОГЕРСТВО В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЯХ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ

Стаття пропонує культурологічний аналіз історії формування поняття креативних індустрій та розвитку креативних індустрій як соціокультурної практики від моменту зародження до сьогодення. Розкрито генеалогію сучасної креативної економіки від індустріальних революцій XIX–XX століття. Підкреслено стирання кордонів між споживанням та виробництвом контенту в контексті сучасних креативних практик. Проаналізовано економічний та соціокультурний потенціал розвитку креативних індустрій для України, а також останні законодавчі ініціативи, що сприяють створенню умов для розвитку креативних індустрій. Виявлено, що попри ризикованість реалізації проєктів у даній галузі в сучасних умовах, вона все ж несе небачені трансформативні можливості як для новітніх, так і для традиційних культурних практик і просторів (музеї, театри) в умовах пандемії Covid-19.

Ключові слова: креативні індустрії, культура, інноваційні технології, менеджмент, економічна діяльність, інтерактивність.

BLOGGING IN CREATIVE INDUSTRIES: CULTURAL CHALLENGES

The article provides a cultural analysis of the history of forming the concept of creative industries and developing creative industries as a sociocultural practice from the origin to the modern era. The author covers the genealogy of modern creative economy from the industrial revolutions of the 19th–20th centuries. The blurring of the boundaries between consumption and production of content in the context of modern creative practices is emphasized. It is analyzed the economic and socio-cultural potential of the development of creative industries for Ukraine, as well as the latest legislative initiatives that contribute to creating conditions for the evolution of creative industries. The research establishes that despite the current riskiness of projects' implementation in the relevant realm, it has unprecedented transformative potential for both new and traditional practices and spaces (museums, theatres) amidst the COVID-19 pandemic.

Key words: creative industries, culture, innovative technologies, management, economic activity, interactivity.

Креативна індустрія – це прикладні творчі практики, інновації та генерація прибутку й робочих місць за рахунок створення інтелектуальної власності. Тобто це театральні та образотворчі види мистецтва, кінематограф, телебачення і радіо, музика, видавнича справа, комп'ютерні ігри, нові медіа, архітектура, дизайн, мода і реклама. Вона одна з найдавніших індустрій. Її історія сягає давньогрецької поезії та скульптури та триває до нині як цифрові розваги сучасного світу. Економіст і теоретик мистецтва П'єр Луїджі Сакко пов'язує появу творчих практик з індустріальною революцією на межі XIX і XX століть [2].

Уперше поняття «креативна індустрія» застосували британські, американські й австралійські менеджери та активісти культури в 1980-х роках. Але популярності воно

набуло у 2000-х роках. Термінологія сектора креативності зародилася одночасно з розвитком теорії бізнес-кластерів американського економіста Майкла Портера. Феноменом креативної індустрії стали такі інновації, як «креативні міста», «креативний клас» і «креативні кластери». Технологічні інновації XX століття: радіо, запис звуку, фотографія, кіно, вдосконалені технології друку, інтернет – розширили доступ до культури і вплинули на процеси творчості [3].

На сьогодні спостерігаємо перехід до нових форм креативних індустрій, у яких зникає чіткий розподіл на виробників і споживачів контенту. Креативні галузі зумовили появу нових динамічних форм економічної діяльності. Під час переходу від індустріального суспільства до інтелектуального творчий підхід до вирішення

завдань став важливим чинником конкурентоспроможності.

Креативна індустрія пов'язана зі створенням контенту, його публікацією, виробництвом і поширенням за допомогою інноваційних технологій, зокрема блогерства. У сучасному світі людство має свободу дій для мистецьких експериментів з отриманням максимальної користі від наявного високого рівня розвитку науково-технічного прогресу.

Один з ідеологів креативності Алан Фріман вважає, що креативну працю не можна повністю замінити машиною, бо її продукт – товар, що є результатом творчості. Сучасна креативна економіка пропонує безліч варіантів, як заробляти на своєму продукті творчості [4].

Креативна політика в Україні не так розвинена, як, наприклад, в економічно стабільних країнах світу, але за останні 10 років відбулися істотні зміни. Впровадження концепцій креативної політики стало ключем до розвитку деяких сегментів ринку творчої та інтелектуальної діяльності. Так, 2018 року концепцію креативної економіки визнано на державному рівні як один із напрямів культурної політики. Крім того, до Закону «Про культуру» внесли поправки щодо визначення поняття «креативні індустрії» – «види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості» [1].

Далеко не всі сфери креативної індустрії розвинені в Україні на тому рівні, щоб дати можливість монетизувати свою діяльність або розвивати прибутковий бізнес. Здебільшого розвиваються реклама, дизайн, мода та сфера розваг. Найбільш стабільним залишається ринок медіа- та відеогалузей. Креативному сектору приносять прибутки такі види занять: створення власного бренду одягу / аксесуарів / продукції; організація заходів; проектна діяльність / кураторство; створення освітньої платформи / виробництво навчального контенту; рекламний бізнес; грант-менеджмент у сфері культури; створення мультиплейсів (кафе, майстерні, клуби за інтересами); творчий фриланс, а також блогінг [5].

Креативні індустрії як бізнес – усе ж ризиковий вид діяльності: про його високі інвестиційні загрози зауважував ще в 1950-х роках

один з перших дослідників культурних індустрій Ніколас Гарнем. Хоча на сьогодні маємо багато прикладів успішних кейсів молодих українців: бренди одягу, фестивалі, культурні проекти, кіно, рекламні агентства й високі особисті показники молодих фахівців на міжнародних біржах творчої праці [5].

Медіаменеджер, нині очільник Міністерства культури та інформаційної політики України, Олександр Ткаченко зазначав, що державні інвестиції, які були залучені в креативну індустрію, не окупаються, оскільки немає глядача і слухача. На думку урядовця, держава повинна сфокусуватися на розвитку інституційної підтримки креативних індустрій.

Крім того, на нашу думку, творчі практики, як й інші сфери діяльності людини, тісно пов'язані з рівнем розвитку інформаційних технологій. На сьогодні це є одною з базових характеристик творчих галузей, що виявляється в розробці ігор, широкому спектрі програм, продуктів віртуальної і доповненої реальності, музиці, мистецтві, рекламі, архітектурі, кінематографії, анімації, дизайні й інших сферах, пов'язаних з креативною діяльністю, одним зі способів поширення яких є блогерство. Багато галузей, наприклад, переходить в інтернет-простір, що цілком змінює підхід до роботи зі своїми клієнтами. Блогінг при цьому відіграє важливу роль у популяризації творчого контенту: автори інтернет-ресурсів висвітлюють та аналізують культурно-мистецькі події, розширюючи таким чином коло споживачів креативних практик. Деякі сфери намагалися протистояти цифровізації, проте останні роки засвідчили: освоїти онлайн-формат – важливий чинник для того, щоб ринок креативних індустрій вижив у нинішніх соціальних умовах. Тож він трансформується: з'явилися послуги з 3D-друку, цифрові музеї й ін., що, зокрема, просувають і за допомогою блогерства.

Без сумніву, перехід на цифровий формат – не просто модна тенденція, а можливість творчої галузі вижити й розвиватися в умовах вимушеної самоізоляції людей, зумовленої поширенням вірусу Covid-19. Пандемія активізувала застосування цифрових технологій у творчих видах діяльності й цим зумовила зміни в їх еволюції як для компаній, так і для споживачів.

Онлайн-формат не тільки зробив переворот в організації роботи, а й сприяв появи

абсолютно нових бізнес-моделей у галузі виробництва, розповсюдження та споживання, які інтегрують високоякісний контент за допомогою технологій.

Вдалим прикладом освоєння цифрових технологій є, наприклад, музеї. Вони є носіями історії і традицій, проте багато з них зуміли вступити в цифрову еру, освоївши корисні технології – від дисплеїв до інтерактивних пристроїв, що дають змогу максимально підвищити цінність колекцій і посилити враження відвідувачів. Так, Британський музей має центр цифрового навчання, організований для дітей і підлітків з метою їх ознайомлення з колекцією установи. Він пропонує технології доповненої реальності, розпізнавання зображення і 3D-друку. За перші п'ять років програми навчання в цифровому форматі було залучено понад 51 000 відвідувачів [3].

Тож у соціокультурній сфері креативні індустрії, де об'єднавчою ідеєю завжди виступає творчий компонент, перебувають на новому

етапі розвитку, зумовленого високою роллю новітніх технологій. Креативна економіка тепер має змогу не лише створювати товари та послуги для обмеженого кола споживачів, а й виходити на міжнародний ринок. Прив'язка до певної локації вже не має принципового значення, і блогери як творці контенту про творчі практики висвітлюють культурно-мистецькі події для всіх охочих.

Отже, нинішні суспільні виклики: пандемія, перебудова суспільного устрою, зміна звичних соціальних контактів – активізують рух креативних індустрій в онлайн-простір. Імпульс до розвитку творчих практик дають технології, наприклад, цифровізація, що надає оперативний доступ до засобів креативного виробництва, адитивних технологій, штучного інтелекту. Перехід на цифрові технології – унікальна можливість для творчих галузей створювати та поширювати свій контент без територіальних і часових обмежень, однією з форм якої є блогерство.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії»: Закон України від 19.06.2018 № 2458-VII. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2018. № 34. Ст. 257. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19>
2. Культурні та креативні індустрії: вебсайт, розроблений у межах Програми ЄС-Східного Партнерства Культура та Креативність у 2015–2018 роках. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-5>
3. Наслідки карантину для креативної індустрії. *Укрінформ* : мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3139014-cerez-karantin-kreativna-industria-vze-vtratila-3-milardi-ta-300-tisac-robocih-misc-tkacenko.html>
4. Общение с единомышленниками интересные факты. *Creative: креативная индустрия сегодня*. 2016. С. 4–5. URL: https://canon.a.bigcontent.io/v1/static/636899603128963291MK_think_guides_03_ru
5. Мадиевская Неля. Креативный сектор в Украине: как заниматься творчеством и зарабатывать. *The Point* : онлайн-журнал сайта rabota.ua про пошук роботи, кар'єру і саморозвиток. 2019. URL: <https://thepoint.rabota.ua/kreatyvnyy-sektor-v-ukrayne-kak-zanymatsya-tvorchestvom-y-zarabatyvat/>