каузальних механізмів (2), які роблять ці явища можливими. Саме цей аспект є ключовим у сучасних дослідженнях arts management, де мистецтво аналізується як результат взаємодії агентів, структур і ресурсів.

У контексті перформативного мистецтва пізнього модерну такий підхід передбачає аналіз:

- інституційних рамок і культурної політики;
- продюсерських і організаційних моделей;
- економічних і символічних ресурсів;
- агентства митців, продюсерів, кураторів.

Продюсування в цій перспективі постає не як допоміжна управлінська функція, а як реальний каузальний механізм, що структурує поле перформативного мистецтва і визначає умови його реалізації.

Критичний реалізм і пізній модерн: філософський вимір

Застосування критичного реалізму до аналізу перформативного мистецтва пізнього модерну дозволяє осмислити мистецтво як філософський досвід, у якому перетинаються онтологія, епістемологія та соціальна практика. Пізній модерн характеризується нестабільністю форм, множинністю інтерпретацій і кризою універсальних пояснювальних моделей, що робить критичний реалізм особливо релевантним (3).

У цьому сенсі перформативне мистецтво постає як простір, де виявляються глибинні структури реальності, але не у вигляді завершених істин, а як відкриті процеси, доступні для критичного аналізу. Критичний реалізм дозволяє зберегти баланс між визнанням об’єктивних умов мистецької діяльності та усвідомленням обмеженості будь-якого знання про них.

Список використаних джерел

1. Афоніна О. Методологічні принципи дослідження реалізму в сучасному мистецтві// Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2024. №1. С. 150-155.

2. Brown & Daniels, 2025 Critical realism in arts management research/ Journal of Management Inquiry, 34 (1), 56-70.

3. Gawthrop R. 2024. Performance, art, institutions and interdisciplinarity// Arts, 13(3), 79.

4. Smith J., Robinson P. Critical realism in arts management research : ontological,epistemological and methodological insights// Critical Realism in Arts Insights. American Journal of Arts Management. 2025. Vol. 7, №. 1. P. 25-41.

УДК 33+007:008(083.132)

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Множинська Р.В., кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистетцтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: креативні індустрії, пам'ятки культурної спадщини, нові індустрії, комунікаційні технології.

Творчість, ключовий інженер для сприяння соціальній гармонії, сталого людського розвитку, технологічних винаходів і наукової революції, проявляється в людській діяльності на різних рівнях, від повсякденного життя до передових технологічних галузей. На сьогодні не існує консенсусного визначення творчості, однак, згідно зі стандартним визначенням, творчість часто сприймається як здатність створювати щось нове [3].

Креативні індустрії вважаються попередниками нових, динамічних форм економічної діяльності. Здатність креативних індустрій створювати стиль і розробляти дизайн в поєднанні з навичками маркетингу допомагає трансформувати виробництва, дозволяючи їм витримувати конкуренцію, яка стає все більшою. Саме тому взаємозв'язок між культурою і підприємництвом в XXI столітті визнаний основним джерелом економічного зростання і конкурентоспроможності [1, 4]. Традиційні культурні інститути (театри, музеї, бібліотеки і концертні зали), які створюють живий культурний продукт, протягом останніх двох століть були основою культурного споживання, однак сьогодні вони недостатньо володіють технологіями менеджменту і погано інтегровані в сферу сучасних медійних технологій. Розвиток цих зв'язків – головне завдання інтегрального розвитку творчих індустрій. Якщо не буде змоги реінтегрувати традиційні культурні інститути в сучасну систему комунікації, вони будуть фактично виключені з культурного процесу. Існують потужні причини того, чому креативна економіка буде переважною формою економіки в XXI ст.

Серед таких причин можна виокремити: 1) еволюція фізичних і соціальних індивідів. З автоматизацією у виробничих галузях промисловості і, в меншій мірі, в сфері послуг – скоротилася потреба в ручній праці, а відтак, молодь шукає іншу роботу і знаходить її в креативних індустріях, які можуть запропонувати більш привабливий стиль життя і економічну винагороду; 2) обсяг продукції, що випускається, продовжує зростати, що призводить до зростання купівельної спроможності та зростання інтересу до видів діяльності, які складають левову частку продукції креативних індустрій; 3) в порівнянні із загальною економічною системою, креативна економіка зростає швидше на 3–4%, і така тенденція збережеться в майбутньому. Зростає розрив між людьми, здатними реалізувати себе в креативній економіці, і тими, хто внаслідок географічного розташування своєї країни, політичної дискримінації,

відсутності відповідної освіти чи структури ринку, на це не здатний; 4) нові цифрові технології створили нові можливості для створення контенту. У той же час низькі витрати на цифрові технології дозволяють багатьом людям створювати, поширювати і обмінюватися з іншими власним матеріалом в їх особистих соціальних спільнотах; 5) нові індустрії виникли на основі нових комунікаційних технологій, в кожній з яких існує нагальна потреба у відповідних компетенціях та ідеях. Основними навичками, які лише нещодавно стали важливі, але складають звичний набір креативної людини є: використання уяви, управління інтелектуальним капіталом, кращі методи заохочення і винагороди креативних людей [2,5].

Загалом в Україні сектор креативних індустрій представлений та розвивається переважно такими галузями: – послуги індустрії моди та дизайну (графічний, промисловий дизайн і дизайн інтер'єру); – аудіовізуальні послуги: кінематограф, телебачення, радіомовлення, кіноіндустрія, видавничі та інші виконавські і візуальні мистецтва; – культурні та цифрові послуги, реклама та зв'язки з громадськістю; – образотворче і сценічне мистецтво; – традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі; – пам'ятки культурної спадщини: бібліотеки, пам'ятки археології, музеї та виставки [1]. Отже, Україна залишається осередком національної самобутності та унікальності, завдяки традиціям та історичним подіям міжнародного значення, динамічній культурі і людям різних національностей, що в сукупності забезпечує її сталі переваги та відчуття натхнення і спритності для посилення економічного зростання в найближчому майбутньому. Відтак, в Україні є значний потенціал для розвитку як креативних індустрій, так і стимулювання креативних проєктів в інших галузях економіки.

Список використаних джерел

1. Барнет Б., Еванз Д. Дизайн мислення. – К.: Наш Формат. 2018. – 224 с. 2. Chu, Y. K. «Oriental views on creativity» in Psi factors in creativity. eds. A. Angoff and B. Shapiro (New York: Parapsychology Foundation). 2022. – 50 s.

2. Креативна економіка та менеджмент : навчальний посібник / Г. В. Назарова, Ю. В. Сотнікова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 160 с. ISBN 978-966-676-718-2

3. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. / Креативна економіка та креативні індустрії : навчальний посібник, 2020. – 218. ISBN 978-966-683-558-4

4. R.Strazdas, J.Černevičiūtė, Ž. Jančoras, R. Kregždaitė, V. Morkevičius. Macro, meso and micro factors for creative industry development: continuous improvements and system innovations. – Vilnius.2015. – 300 p.

5. Howkins O. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – London: Penguin Books, 2002. – 263 p.