



*Віта Дмитренко  
Віталій Дмитренко*

**КУЛЬТУРНІ  
ТА КРЕАТИВНІ  
ІНДУСТРІЇ:  
СЕКТОРАЛЬНИЙ ЗРІЗ**

**Vita Dmytrenko**  
**Vitaliy Dmytrenko**

**CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES:  
SECTORAL CUT**

Study guide

Poltava–2022

УДК 008:65/67-026.15(075.8)

Д 53

Затверджено до друку

Вченою радою Полтавського національного педагогічного університету

імені В. Г. Короленка

(протокол № 16 від 16 серпня 2022 р.)

**Рецензенти:**

**Марина ПОГРЕБНЯК** – доцент кафедри теорії та методики навчання мистецьких дисциплін Бердянського державного педагогічного університету, доктор мистецтвознавства

**Тетяна НЕПОКУПНА** – доцент кафедри політекономії Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, кандидат економічних наук

**Дмитренко Віта, Дмитренко Віталій**

Д 53 Культурні та креативні індустрії: секторальний зріз: навчальний посібник.  
Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022. 115 с.

У навчальному посібнику проведено класифікацію креативних індустрій, подано загальну характеристику секторів креативних (культурних) індустрій: архітектури, видавничої справи, виконавських(сценічних) мистецтв, іграшок та ігор, образотворчого мистецтва, ремесел та музеїв. Розкрито основні концепти їхнього розвитку та продукти креативності.

Навчальний посібник рекомендовано здобувачам вищої освіти спеціальності 034 Культурологія для вивчення курсів «Культурні та креативні індустрії», «Музеєзнавство», «Історія української культури», «Історія світової культури», «Основи соціокультурного проектування», «Інформаційні технології в професійній діяльності», «Основи PR-менеджменту» тощо. Також він буде корисним для працівників галузі культури, співробітників і власників підприємств сфери креативних індустрій та інших зацікавлених осіб.

УДК 008:65/67-026.15(075.8)

© Дмитренко В., 2022

© Дмитренко В., 2022

© ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП. КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ПОНЯТТЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ, МІСЦЕ В ЕКОНОМІЦІ</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. АРХІТЕКТУРА</b> .....	16
1.1. Загальна характеристика сектору .....	16
1.2. Тенденції розвитку .....	19
1.3. Продукти креативності .....	22
<b>РОЗДІЛ 2. ВИДАВНИЧА СПРАВА</b> .....	29
2.1. Загальна характеристика сектору .....	29
2.2. Тенденції розвитку .....	31
2.3. Продукти креативності .....	36
<b>РОЗДІЛ 3. ВИКОНАВСЬКІ (СЦЕНІЧНІ) МИСТЕЦТВА</b> .....	40
3.1. Загальна характеристика сектору .....	40
3.2. Тенденції розвитку .....	41
3.3. Продукти креативності .....	44
<b>РОЗДІЛ 4. ІГРАШКИ ТА ІГРИ</b> .....	54
4.1. Загальна характеристика сектору .....	54
4.2. Тенденції розвитку .....	55
4.3. Продукти креативності .....	58
<b>РОЗДІЛ 5. ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО</b> .....	61
5.1. Загальна характеристика сектору .....	61
5.2. Тенденції розвитку .....	64
5.3. Продукти креативності .....	71
<b>РОЗДІЛ 6. РЕМЕСЛА</b> .....	73
6.1. Загальна характеристика сектору .....	73
6.2. Тенденції розвитку .....	74
6.3. Продукти креативності .....	76
<b>РОЗДІЛ 7. МУЗЕЇ</b> .....	85
7.1. Загальна характеристика .....	85
7.2. Тенденції розвитку .....	86
<b>ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ</b> .....	100

## **ВСТУП.**

### **КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ПОНЯТТЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ, МІСЦЕ В ЕКОНОМІЦІ**

Творчість – це сутнісна ознака людського буття та найважливіша умова творення культури. Вона притаманна людині на всіх етапах її історичного розвитку й переважно асоціюється з діяльністю окремих індивідів. Однак, з утвердженням індустріального суспільства, розквітом масової культури, поширенням нових засобів комунікації, глобалізацією світових процесів творчість проявляється в діяльності широкого кола осіб. Це призводить до зародження та становлення креативних індустрій. На сьогодні їх розглядають не лише як стратегічний напрям розвитку економіки, а й як провідний фактор, що впливає на формування сучасної культури. Аналітики відзначають їхній величезний потенціал, розглядаючи як альтернативу традиційним галузям економіки. Вони вказують на їхню здатність виробляти нові товари й послуги, розширювати ринок праці, залучати фактично невичерпний ресурс людської винахідливості, відкривати нові перспективи для країн і регіонів, небагатих на традиційні джерела розвитку, та зберігати екологічний баланс планети.

Майбутнім фахівцям-культурологам особливо важливо вивчати саме цей сектор економіки з огляду, в першу чергу, на сферу їхнього подальшого працевлаштування – в культурних та креативних індустріях – будинках культури, музеях, бібліотеках, туристичних агенціях (агентствах, фірмах), секторах архітектури, образотворчого, музичного, виконавського мистецтва, індустріях ремесл, іграшок та ігор, видавничої справи, кіно- та фешн-індустрії тощо. Окрім цього, «Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня галузі знань 03 Гуманітарні науки, спеціальності 034 Культурологія» наголошує на необхідності формування у здобувачів вищої освіти вмінь аналізувати, створювати та популяризувати культурний продукт, проявляти креативність у власній діяльності.

У навчальному посібнику приділено увагу поняттю та класифікації культурних (креативних) індустрій, схарактеризовано низку секторів таких як : архітектура, видавнича справа, виконавські (сценічні) мистецтва, іграшки та ігри, образотворче мистецтво, ремесла, музеї. Розкрито основні концепти їхнього розвитку та продукти креативності.

Зауважимо, що посібник можна використовувати й при вивченні низки навчальних дисциплін циклу професійної підготовки бакалавра культурології – «Музезнаводство» (розділ 7. Музеї), «Історія української культури» (розділ 1. Архітектура; розділ 3. Виконавські (сценічні) мистецтва; розділ 5. Образотворче мистецтво; розділ 6. Ремесла), «Історія світової культури» (розділ 1. Архітектура; розділ 3. Виконавські (сценічні) мистецтва; розділ 5. Образотворче мистецтво; розділ 6. Ремесла), «Основи соціокультурного проєктування» (розділи 1–7), «Інформаційні технології в професійній діяльності» (розділи 1–7), «Основи PR-менеджменту» (розділ 2. Видавнича справа; розділ 3. Виконавські (сценічні) мистецтва; розділ 5. Образотворче мистецтво; розділ 6. Ремесла; розділ 7. Музеї) тощо.

Поняття креативні (культурні) індустрії широкого використовується в законодавчій, науковій та публіцистичній літературі від початку ХХІ століття для позначення творчих галузей економіки, що відіграють помітну роль у сучасному світовому господарстві. Формування цієї індустрії найчастіше розглядають в контексті новітніх інтелектуальних концепцій розвитку людства, таких як «постіндустріальне суспільство», «інформаційне суспільство», «суспільство знань», «суспільство споживання» тощо.

Базовими факторами формування креативних індустрій вважають інформаційну революцію, використання як головного ресурсу творчого потенціалу людини, поєднання бізнесової, культурницької та технологічної діяльності й пріоритет інноваційного (креативного) мислення. Дослідники відзначають великі можливості культурних індустрій, розглядаючи їх як альтернативу традиційним галузям економіки. Вони вказують на їхню здатність виробляти нові товари і послуги, розширювати ринок праці, залучати в економіку фактично невичерпний ресурс людської винахідливості, відкривати нові перспективи для країн і регіонів, небагатих на традиційні джерела розвитку та зберігати екологічний баланс.

Однак, попри загальновживаність цього терміну, єдиного підходу щодо його визначення не існує. Вважається, що поняття «культурна індустрія» (Kulturindustrie) запровадили філософи Франкфуртської школи Теодор Адорно та Макс Горкгаймер у праці «Діалектика Просвітництва», виданій 1947 року. Ним вони маркували процес виробництва художньої

продукції методами масового тиражування та комодифікацію культурного продукту<sup>1</sup>.

У 80-х роках ХХ століття французький соціолог Бернар М'єж одним із перших почав вживати цей термін у множині. З його легкої руки «культурна індустрія» перетворилася на «культурні індустрії», під якими розуміли підприємства (індустрії) та соціокультурні інституції, що виготовляють та поширюють культурний продукт за допомогою нових технологій із метою отримання прибутку<sup>2</sup>.

На рубежі століть, особливо в англomовній літературі, замість терміну «культурні індустрії» все частіше починають вживати дефініцію «креативні індустрії» («creative industries»). Поряд із науковим відбувається й законодавчо-інституційне оформлення поняття. Зокрема, в Австралії у 1994 році була прийнята програма культурного розвитку, що називалася «Творча нація» (Creative nation). Вона передбачала широке використання нових інформаційних і цифрових технологій у сфері культури<sup>3</sup>.

Утім справжньою батьківщиною трансформації понять стала Великобританія – країна-лідер із розвитку культурних індустрій. У 1998 році Департамент культури, медіа та спорту цієї держави сформулював офіційне визначення креативних індустрій: «Креативні індустрії – це діяльність, в основі якої лежить індивідуальний творчий принцип, навик або талант, який несе в собі потенціал створення доданої вартості та робочих місць шляхом виробництва й експлуатації інтелектуальної власності»<sup>4</sup>.

У сучасній науці спостерігаємо декілька тенденції використання цих термінів. Одні дослідники схильні ототожнювати їх, уживаючи ці поняття як синоніми. Інші наголошують на тому, що дефініції, попри споріднену ознаку – творчість, позначають різні явища. Останні зауважують, що

---

<sup>1</sup> Адорно Т., Хоркхаймер М. Дialeктика Просвещения. Москва, Санкт-Петербург : Медиум, Ювента, 1997. С. 87.

<sup>2</sup> Пархоменко І. І. Поняття «культурні» та «креативні індустрії» в західноєвропейському науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та Європейського Союзу. *Українські культурологічні студії*. 2017. № 1. С. 74–78.

<sup>3</sup> Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини : теоретико-практичні аспекти*. № 3. 2019. С. 113.

<sup>4</sup> Department for Culture Media and Sport. URL : [www.gov.uk/government/publications/creative-industriesmapping-documents-1998](http://www.gov.uk/government/publications/creative-industriesmapping-documents-1998) (дата звернення : 11.05.2022).

базовою рисою креативних індустрії є націленість на показник прибутковості й комерційна орієнтація, в той час як атрибутом культурних – є мистецьке вираження й працюють вони здебільшого в рамках державних програм. Фактично навколо співвідношення мистецької (культурної) та комерційної (прибуткової) складової при визначенні досліджуваного поняття й точаться дискусії науковців.

Так, знаний фахівець з економіки культури Девід Тросбі вживає дефініцію «культурні індустрії», визначаючи її як виробництво культурного продукту в основі якого лежить креативна діяльність індивідів – конкретних творців, котрі створюють ідею, розробляють технологію її втілення у вигляді матеріального носія символічного контенту, послуги чи самої технології й здійснюють серійне виробництво з метою отримання прибутку<sup>1</sup>.

Джастин О'Коннор надає перевагу терміну «креативні індустрії», визначаючи їх як сферу колективних інновацій, націлених на отримання прибутку за рахунок ідей, котрі мають виразну культурну цінність<sup>2</sup>.

ЮНЕСКО в своїх документах використовує переважно термін «культурні індустрії», застосовуючи його до тих галузей, що «поєднують створення, виробництво та комерціалізацію вмісту, який має нематеріальний і культурний характер. Цей вміст, як правило, захищений авторським правом і може мати форму товару чи послуги». Це індустрії, «спрямовані на підтримку культурного різноманіття та забезпечення демократичного доступу до культури»<sup>3</sup>.

ЮНКТАД, натомість, схильна до вживання дефініції «креативні індустрії» подаючи її в розгорнутому трактуванні як «цикли створення, виробництва й розподілу товарів і послуг, які використовують творчість та інтелектуальний капітал як основні ресурси; прибуткову діяльність, засновану на знаннях, зосереджених на мистецтві, але не обмежених ним; виробництво матеріальних продуктів та нематеріальних інтелектуальних

---

<sup>1</sup> Пархоменко І. І. Поняття «культурні» та «креативні індустрії» в західноєвропейському науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та Європейського Союзу. *Українські культурологічні студії*. 2017. № 1. С. 76.

<sup>2</sup> Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*. 2017. № 1. С. 42.

<sup>3</sup> UN Creative economy report (2010). «Creative economy : a feasible development opinion». URL : [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf). Р. 5 (дата звернення : 02.02.2022).



чи художніх послуг з креативним змістом, економічною цінністю та ринковими цілями; динамічний сектор світової торгівлі, що діє на перехресті ремесла, сфери послуг та промисловості»<sup>1</sup>.

В українському інтелектуальному просторі вживаються наразі обидва терміни, причому, більшість дослідників схиляються до їх ототожнення, вказуючи на несуттєві відмінності між ними. На законодавчому рівні, починаючи з 2018 року, закріплено термін «креативні індустрії». Ним позначають види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти й послуги є результатом індивідуальної творчості<sup>2</sup>. Водночас, у низці програм, у тому числі й державного рівня, використовують термін «культурні індустрії».

Одночасно з формулюванням поняття креативних (культурних) індустрій відбувалася й їхня класифікація. Першим її здійснив згаданий вище Бернар М'єж. Він виділив три групи культурних індустрій:

1) фізичні об'єкти, наділені культурним змістом, що продаються персонально: книги, касети, диски тощо;

2) теле- та радіопрограми, що надаються користувачам безкоштовно і заробляють гроші на рекламі та спонсорах;

3) публічне виконання (музика, театр, кіно), комерційний успіх яких безпосередньо залежить від вартості вхідного квитка та кількості переглядів<sup>3</sup>.

У 2001 році свою систематизацію запропонував Девід Тросбі. Вона отримала назву модель концентричних кіл і базувалася на оцінці креативної цінності товарів та послуг. Автор вважав, що культурні індустрії можна представити у вигляді концентричних кіл, де в центрі поміщені індустрії, котрі генерують продукцію з високим ступенем культурного змісту, а на периферії розміщені галузі, в яких переважає комерційна складова. За такою логікою центральне коло (основні творчі галузі) склали: література, музика, образотворче та виконавські види мистецтва. Друге коло (інші основні культурні індустрії) – це: музеї та

---

<sup>1</sup> Там само. Р. 8

<sup>2</sup> Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» від 19.06.2018 № 2458-VIII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2> (дата звернення : 11.05.2022).

<sup>3</sup> Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*. 2017. № 1. С. 40–41.

бібліотеки, а також кіноіндустрія. Третє коло (культурні індустрії): послуги щодо предметів культурної спадщини, видавнича діяльність, звукозапис, радіо і телебачення відео- та комп'ютерні ігри. До останнього кола (суміжні галузі) були віднесені: реклама, архітектура, дизайн і fashion індустрія. Тож культурний контекст ідей з кожним колом поступається комерційному і навпаки<sup>1</sup>.

У 2002 році британець Девід Хезмондалш розробив символічно текстову модель класифікації культурних індустрій. Вона виходить з того, що культурний продукт формується та передається через виробництво, поширення й споживання символічних текстів, ретранслятором яких виступають в сучасному світі засоби масової інформації. Тож існують основні, периферійні та прикордонні культурні індустрії. До основних віднесено: рекламу, кіноіндустрію, Інтернет, музику, видавничу діяльність, радіо й телебачення, відео- та комп'ютерні ігри, які напряму доносять тексти до споживача. До периферійних належить креативне мистецтво, котре взаємодіє з покупцем опосередковано через образи. Прикордонні культурні індустрії це: побутова електроніка, мода, програмове забезпечення та спорт<sup>2</sup>.

Оскільки систематизування має не лише наукове, а й прикладне значення, то класифікувати креативні (культурні) індустрії намагаються різноманітні інституції переважно для потреб статистики. Так, секторальна модель, використовувана міністерством культури, медіа та спорту Великобританії об'єднує 13 різнопланових індустрій, а саме: рекламу, архітектуру, мистецтво та ринок антикваріату, ремесла, дизайн, моду, кіно та відео виробництво, музику, виконавські види мистецтва, видавничу справу, виробників програмового забезпечення, радіо і телебачення, виробництво відео- та комп'ютерних ігор<sup>3</sup>.

Модель Інституту статистики ЮНЕСКО передбачає розподіл культурних індустрій на дві групи. До першої віднесено індустрії, котрі діють в провідних напрямках культурної сфери, це: музеї, галереї, бібліотеки, виконавські види мистецтва, фестивалі, образотворче

---

<sup>1</sup> Throsby David. *Economics and Culture*. Cambridge : Cambridge University Press. 2001. P. 110–133 (дата звернення : 11.05.2022).

<sup>2</sup> Hesmondhalgh David. *The Cultural Industries*. London : Sage Publications, 2002. P. 6–7 (дата звернення : 11.05.2022).

<sup>3</sup> UN Creative economy report (2010). «Creative economy : a feasible development opinion». URL : [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf) P.6–7 (дата звернення : 02.02.2022).

мистецтво, ремесла, дизайн, видавництво, телебачення та радіо, кіно-відео- та фото- індустрії, інтерактивні медіа. Друга група поєднує індустрії, котрі функціонують в розширених/допоміжних областях культури. До них зараховано: архітектуру, рекламну діяльність, виробництво музичних інструментів і звукового обладнання, аудіо-візуальне апаратне забезпечення, розробку програмового забезпечення та поліграфічного обладнання<sup>1</sup>.

Класифікація ЮНКТАД розподіляє креативні індустрії на чотири групи: «Спадщина» (Heritage), «Мистецтво» (Arts), «Засоби масової інформації» (Media) та «Прикладна/функціональна творчість» (Functional creations). До групи «Спадщина» відносять народну культуру (декоративно-ужиткове мистецтво, традиційні художні промисли, фольклорні фестивалі та події, історичні реконструкції) й культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки, археологічні локації, виставки традиційних артефактів тощо). До групи «Мистецтво» зараховують візуальне (живопис, скульптура, фотографія та антикваріат) та сценічне («жива» музика, театр, танці, опера, цирк, ляльковий театр тощо) мистецтво. До групи «Засоби масової інформації» включають видавництва та друковані видання (книги, преса тощо), а також аудіовізуальні засоби (кіно, телебачення, радіо й інше мовлення). До групи «Прикладна/функціональна творчість» відносять дизайн (інтер'єр, біжутерія, іграшки, мода), нові медіа (програмне забезпечення, відеоігри, цифрові творчі продукти) та творчі послуги (архітектурні, рекламні, культурно-оздоровчі творчі дослідження й розробки, цифрові та інші супутні творчі послуги)<sup>2</sup>.

В Україні перелік креативних індустрій був сформований Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» № 265-р від 24 квітня 2019 року. Згідно з переліком до креативних індустрій віднесено такі види економічної діяльності: 32.12 «Виробництво ювелірних і подібних виробів»; 32.13 «Виробництво біжутерії та подібних виробів»; 32.20 «Виробництво музичних інструментів»; 58.11 «Видання книг»; 58.13 «Видання газет»; 58.14 «Видання журналів і періодичних видань»;

---

<sup>1</sup> International flows of selected cultural goods and services, 1994–2003. Defining and capturing the flows of global cultural trade. UNESCO Institute for Statistics. Montreal, 2005 P. 15 (дата звернення : 11.05.2022).

<sup>2</sup> UN Creative economy report (2010). «Creative economy : a feasible development opinion». URL : [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf) P.8 (дата звернення : 02.02.2022).

58.19 «Інші види видавничої діяльності»; 58.21 «Видання комп'ютерних ігор»; 58.29 «Видання іншого програмного забезпечення»; 59.11 «Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм»; 59.12 «Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм»; 59.13 «Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм»; 59.14 «Демонстрація кінофільмів»; 59.20 «Видання звукозаписів»; 60.10 «Діяльність у сфері радіомовлення»; 60.20 «Діяльність у сфері телевізійного мовлення»; 62.01 «Комп'ютерне програмування»; 62.02 «Консультування з питань інформатизації»; 63.91 «Діяльність інформаційних агентств»; 70.21 «Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю»; 71.11 «Діяльність у сфері архітектури»; 72.20 «Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук»; 73.11 «Рекламні агентства»; 73.12 «Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації»; 74.10 «Спеціалізована діяльність із дизайну»; 74.20 «Діяльність у сфері фотографії»; 74.30 «Надання послуг з перекладу»; 85.52 «Освіта у сфері культури»; 90.01 «Театральна та концертна діяльність»; 90.02 «Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів»; 90.03 «Індивідуальна мистецька діяльність»; 90.04 «Функціонування театральних і концертних залів»; 91.01 «Функціонування бібліотек і архівів»; 91.02 «Функціонування музеїв»<sup>1</sup>.

Як зазначено на урядовому порталі, створенням креативного продукту у сфері креативних індустрій займаються: 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

---

<sup>1</sup> 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#Text> (дата звернення : 11.05.2022).

урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги; бібліотеки, архіви та музеї<sup>1</sup>.

Попри те, що креативні індустрії порівняно молодий сектор вітчизняного господарства, науковці відзначають зростання їхньої ролі в економічному житті. Так, згідно з дослідженням, підготовленим Центром аналітики зовнішньої торгівлі Trade+, у 2019 році креативні індустрії згенерували 3,94% доданої вартості в Україні (117 млрд. грн.), забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,8% всіх зайнятих осіб. Найбільші креативні сектори за обсягом створеної доданої вартості – інформаційно-комунікаційні технології, реклама, маркетинг та зв'язки з громадськістю, аудіовізуальний сектор, архітектура, видавнича справа. Частка доданої вартості креативних індустрій в економіці України співвимірною з часткою креативних індустрій в економіці Німеччини. Експорт креативних послуг склав \$ 5,4 млрд., і становив 30% загального експорту послуг. Збільшення капіталу в секторах креативних індустрій на 1 грн. призводить до збільшення загального ВВП на 1,9–2,2 грн. Програмування має найбільший мультиплікатор від зростання капіталу порівняно з усіма галузями. Показники обчислено на основі офіційних даних, отриманих з Держстату й НБУ, а також методик ЮНКТАД та ЮНЕСКО<sup>2</sup>.

У 2020 році за даними Міністерства культури та інформаційної політики України додана вартість у сфері креативних індустрій становила 132,4 млрд. грн. Це складає 4,2% у структурі валової доданої вартості країни. Кількість зайнятих у сфері креативних індустрій становила 360,3 тис. осіб, що становить 4,0% від загальної кількості офіційно зайнятого населення. Секторами-лідерами за обсягом створеної доданої вартості стали: ІТ – створили понад 60% доданої вартості, реклама і PR – 15%, кіно й телебачення – 13%, архітектурна діяльність та видавнича справа по 3% кожний, концертна і театральна діяльність – 2%. Деякі креативні індустрії покращили свої показники порівняно з попереднім роком, особливо ІТ та дизайн (видання комп'ютерних ігор +61%, діяльність із дизайну +40%, комп'ютерне програмування +33%), натомість інші постраждали від епідемії COVID-19 (кінопрокат -70%, видавнича

---

<sup>1</sup> Які види діяльності належать до креативних індустрій. Уряд затвердив перелік. URL : <https://news.dtkr.ua/state/entrepreneurship/54945> (дата звернення : 11.05.2022).

<sup>2</sup> Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / О. Ніколаєва, А. Онопрієнко, С. Таран, Ю. Шоломицький, П. Яворський. URL : <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

справа від -26% до -14%, музеї -26%, театральна та концертна сфера від -12% до -5%). Такі результати суголосні ситуації в інших державах, в яких падіння доданої вартості, створеної креативними індустріями, сягнуло 30–40%. Отже, у 2020 році креативні індустрії, попри пандемію і падіння ВВП України, на 4% загалом покращили свої показники<sup>1</sup>.

Не в останню чергу сприятливі показники розвитку креативних індустрій у нашій державі зумовлені участю України у міжнародних програмах із їхнього розвитку. Прикладом є програма «Креативна Європа» – рамковий план Європейської комісії, спрямований на підтримку культурного та креативного секторів. Магістральні цілі проєкту передбачали захист, розвиток та популяризацію культурного й лінгвістичного різноманіття, зміцнення конкурентоспроможності культурного та креативного секторів Європи<sup>2</sup>. Програму реалізували впродовж 2014–2020 рр. за двома напрямками: культура та медіа, що дало змогу українським митцям залучити кошти міжнародних грантових проєктів на суму 5472228,12 євро<sup>3</sup>.

У рамках програми було зорганізовано низку проєктів. Серед яких: «Поліфонія» – зібрана жива народнопоетичної спадщина та впорядковано фольклорний архів трьома мовами; «Colab quarter» – проведена серія культурних інтервенцій в урбаністичний простір з метою створення умов для сталого і всебічного розвитку міських громад; «Територія натхнення» – створено мережу арт-резиденцій, одна з яких в селі Урич на Львівщині, де знаходиться середньовічна фортеця Тустань, з метою збереження та популяризації місцевої історико-культурної спадщини; «Brave Kids» – проведено фестивалі для підлітків із різних країн, на яких вони обмінювалися своїми культурними надбаннями (танці, пісні, поезія, кулінарні вподобання тощо); «Астролябія» – перекладена та видана класична й сучасна європейська література українською мовою<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. Міністерство культури та інформаційної політики України. Київ, 2021. 17 с.

<sup>2</sup> Дмитренко В. А., Дмитренко В. І. Креативні індустрії як складова національної економічної моделі. *Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку*: зб. наук. ст. учасників третьої всеукраїнської наук.-практ. конф. / редкол. : С. В. Степаненко (голова ред.) та ін. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022. С. 116.

<sup>3</sup> Онлайн-звіт програми ЄС «Креативна Європа» в Україні в 2016–2020 роках. URL : <https://creativeeurope.in.ua/report#block-2> (дата звернення : 11.05.2022).

<sup>4</sup> Федів Ю. Креативна Україна в контексті програми ЄС «Креативна Європа». URL : <https://euprostir.org.ua/practices/134281> (дата звернення : 11.05.2022).

Згодом, 12 жовтня 2021 року було підписано нову Угоду між Україною та Європейським Союзом про участь нашої країни у програмі ЄС «Креативна Європа», розрахованій на 2021–2027 роки<sup>1</sup>. Вона дозволить продовжити і розширити розпочату раніше діяльність.

---

<sup>1</sup> Угода між Україною та Європейським Союзом про участь України у програмі «Креативна Європа» (2021–2027). URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_001-21#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_001-21#Text) (дата звернення : 11.05.2022).

# РОЗДІЛ 1. АРХІТЕКТУРА

## 1.1. Загальна характеристика сектору

Архітектурна діяльність виникла ще за часів первісності. Від самого початку вона поєднувала в собі навички інженерії, творчість (креативність), естетику й враховувала людські запити та потреби. У сучасному світі, вважаємо, найважливішою з цих складових є креативність. Адже саме ідеї створюють нову людську реальність, а архітектура наповнюється творчістю, зручністю, інноваційністю.

Прикметною рисою сучасності є чисельні конкурси на краще архітектурне рішення в облаштуванні житлового, ділового та публічного простору чи реконструкції старих будівель (конкурс «Майбутнє минулому» на найкращу концепцію просторового рішення старовинної садиби Міхельсона на вул. Пушкінській, 33 а, 35-37, 2015 р.; конкурс на найкраще інженерно-архітектурне рішення реконструкції сходів Старокиївської гори від урочища Пейзажної алеї до урочища Гончарі-Кожум'яки в м. Києві, 2016 р.<sup>1</sup>; міжнародний відкритий архітектурний конкурс на кращу проектну пропозицію торгового центру з готельним блоком Grand Hotel Lviv та конференц-залом по вул. Дорошенка, 2 у м. Львові, 2020 р.; конкурс на кращу проектну пропозицію комплексного благоустрою території ставка біля парку ім. Т. Шевченка у м. Коломия, 2021 р. та ін.). Усе це свідчить про затребуваність нестандартних творчих підходів до архітектурного рішення. Тож креативність стає основним ресурсом людства та ключовим чинником його розвитку в ХХІ ст.

Архітектура – це мистецтво, що формує просторове середовище для життя і діяльності людини. Виокремлюють: архітектуру об'ємних споруд (житлові, громадські, промислові будівлі), ландшафтну архітектуру (садово-паркові комплекси) та містобудівництво (плануванням нових міст, реставрація та оновленням старих районів)<sup>2</sup>.

Архітектура об'ємних споруд за призначенням може бути житловою (житлові будинки, дачі), культурною або сакральною (церкви, костьоли,

---

<sup>1</sup> Бондар Г. Архітектурні конкурси та конкурси розвитку територій : демократія в дії. Київ : Арт-книга, 2017.

<sup>2</sup> Дмитренко В., Дмитренко В. Архітектура як сектор креативних індустрій. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 37. Т. 1. С. 55.



мечеті, каплиці храмові споруди, святилища), громадською (школи, магазини, лікарні, музеї) та промисловою (фабрики, заводи, майстерні).

Ландшафтна архітектура представлена трьома рівнями: ландшафтне планування (проектування великих регіональних об'єктів), власне ландшафтна архітектура (проектування та будівництво природного середовища населених пунктів та прилеглих рекреаційних територій) і дизайн ландшафту (створення предметного оточення в екстер'єрі та інтер'єрі, малих архітектурних форм). На сьогодні використовують дві групи художньо-композиційних прийомів у ландшафтній архітектурі: регулярні (геометричні) і ландшафтні (живописні).

Містобудівництво – це технічний та політичний процес, пов'язаний з освоєнням та використанням земель, охороною та використанням навколишнього середовища, суспільним добробутом та дизайном міського середовища. Воно стосується як розвитку неосвоєних земель («зелених майданчиків»), так і поживлення життя у вже існуючих частинах міста. Включає постановку цілей, збір та аналіз даних, прогнозування наслідків змін, вироблення стратегії розвитку, громадські обговорення та проектування. Фізичні об'єкти такі як будівлі, дороги, електромережі, теплові магістралі тощо, відіграють важливу роль у містобудуванні, водночас при плануванні також враховують соціальні, економічні та технологічні фактори з метою створення у місті здорового та комфортного середовища. Перша програма міського планування була розроблена у Великобританії в університеті Ліверпуля у 1909 році, а перша північноамериканська програма була створена в Гарвардському університеті в 1924 році.

Ефективним наразі вважається містобудування, котре передбачає доступне та якісне житло, зручний транспортний зв'язок, озеленення території та зменшення рівня вуглецевих викидів.

Архітектура як сектор креативних індустрій представлена у всіх існуючих класифікаціях. Зокрема, згідно з класифікацією Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), найпоширенішою в світі, архітектура віднесена до групи функціонального креативу підгрупи креативних послуг поруч з рекламними, культурними та рекреаційними сервісами, творчими дослідженнями та розробками, цифровими та іншими супутніми творчими послугами<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. P. 9. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

Модель класифікації креативних індустрій ЮНЕСКО виокремлює дві групи: основні (Industries in core cultural domains) та розширені культурні галузі (Industries in expanded cultural domains). Архітектура відноситься до другої групи, поряд з рекламою, виробництвом друкарського устаткування, музичних інструментів, аудіо- і відеоустаткування, програмним забезпеченням<sup>1</sup>.

Всесвітня організація інтелектуальної власності основним критерієм класифікації креативних індустрій вважає авторське право. Відповідно до неї архітектура віднесена до проміжних галузей авторського права<sup>2</sup>.

Економіст Девід Тросбі, виокремлюючи чотири концентричних кола креативних індустрій, поміщає архітектуру до останнього, називаючи його суміжним<sup>3</sup>.

Таким чином, вищеоглянуті класифікації відносять архітектуру до неосновних секторів – розширених, суміжних, проміжних культурних галузей. Однак, існує й інший підхід, що не передбачає поділу креативних індустрій на групи. У такому випадку надається перелік секторів, серед яких архітектура називається однією з перших. Такий принцип застосовується у законодавстві Польщі, Нідерландів, Франції, Німеччині, США та інших країнах. Такою ж логікою керується й український урядовець, що 24 квітня 2019 р. затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, включивши до нього архітектуру як окремий сектор<sup>4</sup>.

Архітектура є четвертою креативною індустрією України за обсягом валової доданої вартості станом на 2019 р. Вона становить 3% у структурі суб'єктів економічної діяльності креативних індустрій та нараховує 681 суб'єкт господарювання, у яких задіяно 18967 працівників<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки : досвід та напрями розбудови : монографія. Львів, 2017. С. 106.

<sup>2</sup> Галахова Т. О. Креативні індустрії : теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки.* 2014. Вип. 9. Частина 4. С. 11.

<sup>3</sup> Там само. С. 12.

<sup>4</sup> Про затвердження переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 р. № 265-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення : 10.05.2022).

<sup>5</sup> Креативні індустрії : вплив на розвиток економіки України / О. Ніколаєва, А. Онопрієнко, С. Таран, Ю. Шоломицький, П. Яворський. С. 16. URL : <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

Економічна статистика засвідчує, що вітчизняна індустрія архітектури демонструє невеликі темпи зростання.

## 1.2. Тенденції розвитку

Тенденціями розвитку сучасної архітектури як креативного сектору вважаємо:

*а) поєднання в архітектурних проєктах бізнесу, культури і технологічної діяльності.* В архітектурі, як мабуть в жодній іншій креативній індустрії, спостерігається поєднання цих складових. Адже будь-яка будівля переймає чи заперечує попередній культурний досвід. Водночас, практична реалізація проєкту напряду пов'язана з технічними можливостями його втілення й бізнесовою складовою, котра забезпечує фінансову сторону його виконання. Іншими словами, для того, щоб намалювати картину часто достатньо аркушу паперу і олівців, а для того щоб створити архітектурний об'єкт необхідна відповідна техніка й кошти;

*б) здатність йти на розумний ризик* як ознака креативності яскраво проявляється саме в архітектурі. Будівлі довговічні, доступні для огляду широкому колу людей навіть попри їхнє бажання. Тож архітектор і його дітище завжди ризикують стати предметом довготривалого обговорення, як це було у випадку з Ейфелевою вежею. Ціна експерименту в архітектурі в рази вища з матеріальної сторони на відміну від пісень, картин чи комп'ютерних ігор, собівартість виготовлення котрих значно нижча. Втім, без такого ризику справжній креатив неможливий;

*в) індивідуалізація архітектури.* Кінець ХХ – початок ХХІ ст. породив запит на створення індивідуальних, неповторних проєктів, що будуть існувати в одиничному вигляді й часто поєднують кілька стилевих напрямів. Сучасні технічні та фінансові можливості дозволяють реалізувати практично будь-яку архітектурну концепцію. Наявність таких одиничних індивідуальних експонатів утруднює класифікацію та стилізацію будівель;

*г) використання комп'ютерних систем в архітектурі не тільки на стадії проєктування, але й на стадії експлуатації об'єкту.* Найповніше на сьогодні це проявляється у громадських будівлях. За рахунок застосування інформаційних технологій здійснюється контроль над середовищем, змінюється його стан відповідно запитів людини. Архітектори створюють інтерактивний простір, що дозволяє змінити візуальне та акустичне

сприйняття оточення. Прикладом застосування таких технологій є фасади будівель Потсдамської площі в Берліні, перетворені архітекторами у великі екрани, оснащені мережею веб-камер через які передається інформація у вигляді різноманітних зображень і тим самим ведеться своєрідний діалог із відвідувачами. Сюди ж віднесемо й споруди, що реагують на рух людини світловими та звуковими динамічними імпульсами (кімната «ADA», «Light space corporation», арт-робота «Сан-О-Хаус» («Son-O-House») тощо). Прикметно, що такі можливості демонструють переважно павільйони архітектурних виставок, сучасні музеї, окремі частини будівель (фасади, дах, кімнати). Однак, уже відомі перші спроби втілення таких технологій у житлове будівництво. Зокрема, першим житловим будинком, кожен з 11-ти поверхів якого обертається на 360° за годину став Suite Vollard у м. Куритиба (Бразилія). Його вікна мають подвійні склопакети різного кольору (блакитного, золотистого або сріблястого), що забезпечує теплоізоляцію і економію енергії до 50%<sup>1</sup>. За словами керівників проєкту Бруно д Франка й Серджіо Сілка це «витвір мистецтва, абсолютно нова концепція житла»<sup>2</sup>;



*Житловий будинок Suite Vollard  
(м. Куритиба)*

д) *трансформативність архітектурних об'єктів*. Тривалий час архітектура сприймалася як щось статичне та незмінне, що особливо відчувалося на фоні оточуючої природи з її постійною зміною життєвих циклів. Втім, розвиток технологій відкрив перед архітекторами нові можливості, які дозволяють не просто вписати архітектуру в оточуюче середовище, а адаптувати її до неї. Рух, інтерактивність, зміни сприяли «оживленню архітектури». Питання відповідності будівлі не лише функціональному призначенню, а й настрою, смакам та потребам людини є неодмінною складовою роботи сучасного архітектора. Проявом цього є трансформативна архітектура – вид архітектурних об'єктів, здатних,

<sup>1</sup> Вотінов М. А., Смірнова О. В. Інноваційні прийоми формування інтерактивних будівель і споруд у міському середовищі: монографія. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. С. 48.

<sup>2</sup> Будинок Suite Vollard з квартирами, що обертаються на 360°. Вікна. Новини Калуша та Прикарпаття. URL: <https://vikna.if.ua/cikavo/49415/view> (дата звернення: 01.02.2022).

залежно від визначених цілей і завдань, змінювати об'єм будівлі у внутрішню структуру побудови, вертикальні та горизонтальні поверхні<sup>1</sup>.

Загалом будинки-трансформери поділяються на 2 групи: будівлі й споруди з внутрішньою трансформацією простору (розсувні стіни, перегородки, елементи обладнання) та будівлі й споруди з трансформованим об'ємом і габаритами завдяки застосуванню зовнішніх покриттів, розсувних стін, телескопічно розсувних частин. Прикладом останньої є фасад Kiefer Technic Showroom, розроблений архітектором Е. Г. Брехтом (Австрія). Автор використав багатошарові панелі з перфорованого алюмінію в якості своєрідних зовнішніх жалюзей. Відкривати і закривати ці жалюзі можна в будь-якому поєднанні. За ними знаходяться величезні вікна, розташовані від підлоги до стелі. Таким чином, працівник може сам визначати, де буде вікно його офісу сьогодні, завтра чи післязавтра. До того ж, таке креативне рішення дозволяє регулювати потік сонячного світла упродовж доби<sup>2</sup>. Тобто трансформовані пластини на фасаді будівлі виконують функції теплоізоляції, затемнення і санації.



*Фасад Kiefer Technic Showroom (Австрія)*

В Україні трансформаційні архітектурні об'єкти перебувають на стадії концепції. Тобто існують поодинокі проекти подібних будівель у формі ескізів. Це пояснюємо, в першу чергу, дороговизною реалізації таких задумів та обмеженим ринком споживачів такого житла чи офісу<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Вотінов М. А., Смірнова О. В. Інноваційні прийоми формування інтерактивних будівель і споруд у міському середовищі: монографія. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. С. 58.

<sup>2</sup> Вотінов М. А., Смірнова О. В. Інноваційні прийоми формування інтерактивних будівель і споруд у міському середовищі: монографія. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. С. 65.

<sup>3</sup> Шаталюк Ю. В. Методичні рекомендації щодо проектування адаптивних архітектурних об'єктів. *Архітектурний вісник КНУБА*. 2017. Вип. 11–12. С. 546–547.

Таким чином, основними тенденціями розвитку сучасної архітектури що дозволяють віднести її саме до креативних індустрій вважаємо: поєднання в архітектурній діяльності бізнесової, культурної та технологічної складової; необхідність та потреба розумного ризику, без якого складно розраховувати на визнання та успіх; ідентифікація, котра проявляється в необхідності задовольнити смаки кожного клієнта, а, отже, й призводить до появи неповторних будівель й оригінальних архітектурних рішень; використання комп'ютерних систем в архітектурі не тільки на стадії проектування, але й на стадії експлуатації об'єкту; втрата архітектурними об'єктами своєї стабільності внаслідок використання нових матеріалів і технологій, що уможливорює трансформування будівлі, як внутрішнє так і зовнішнє при збереженні архітектурної основи.

### **1.3. Продукти креативності**

Продуктами креативності у архітектурному секторі вважаються архітектурні стилі; архітектурні проекти; ескізи та креслення архітектурних об'єктів; художні та літературні описи будівель на будівництво аналогів тощо<sup>1</sup>.

На думку Б. Черкас та С. Лінди стиль в архітектурі – це «сукупність формальних ознак архітектурного твору, певних прийомів та принципів творчості, які дають змогу виокремити художнє явище у розвитку архітектури певного періоду»<sup>2</sup>.

Прикметною ознакою сучасності є різноманіття стилів та напрямів в архітектурі. Загалом їх визначають як архітектуру постмодерну, що включає неоісторизм, пряме відтворення, неовернакуляр, новий урбанізм, неорационалізм, деконструктивізм, блоб-архітектуру, метаболізм, мінімалізм, хай-тек, органічну, екологічну архітектуру тощо. Коротко розглянемо окремі сучасні стилі.

Для мінімалізму характерно використання спрощених форм, мінімалізація оздоблень, обмежена кольорова гама, функціональність кожного елементу будівлі. Девіз цього стилю – «Нічого зайвого» тобто максимум комфорту при мінімумі предметів. У сучасному мінімалізмі

---

<sup>1</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 33.

<sup>2</sup> Черкас Б. С., Лінда С. М. Архітектура сучасності. Навчальний посібник. Друге видання. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. С. 7.

виокремлюють течії: софтмінімалізм (м'якість і затишок: домінуюча роль теплих тонів, приємна текстура інтер'єрних елементів і аксесуарів) та екомінімалізм (використання екологічно чистих, природних матеріалів, відсутність пластмаси). Прикладами сучасного мінімалізму є проекти іспанської студії Fran Silvestre Arquitectos і японського архітектурного бюро SANAA.

Стилю хай-тек притаманно оздоблення фасадів будинків склом, широке застосування металевих і хромованих конструкцій, включення до архітектури елементів інженерного обладнання, ергономічність, підкреслений розрив з попередніми архітектурними стилями. Виокремлюють такі напрями хайтеку: геометричний (орієнтується на складні каркасні системи), індустріальний (приховані системи інженерного забезпечення (ліфт, труби) винесено на фасади будинків) і біонічний (копіювання елементів природи у вигляді підвісних конструкцій, мембран тощо)<sup>1</sup>. У цьому стилі працюють британські архітектори Норман Фостер та Річард Роджерс, італійський архітектор Ренцо Піано. В Україні у стилі хай-тек збудовано будинок з пірсом на набережній у Козині.



*Будинок з пірсом на набережній у Козині*

Деконструктивізм передбачає контрастність та гротескність, що проявляються в силуетах будівель, свідоме створення структурних деформацій, зіткнення різних за формою об'ємів і поверхонь. Це архітектура мегаполісів. У цьому стилі працює відома британська архітекторка арабського походження Заха Хадід, канадсько-американський архітектор Френк Гері, американський архітектор Даніель Лібескінд.

---

<sup>1</sup> Смірнова О. В. Архітектурні стилі як засоби формування сучасних інноваційних будівель і споруд у міському середовищі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Архітектура. 2016. № 856. С. 39.





*Культурний центр Гейдара Алієва (м. Баку)*

Блоб-архітектура як стиль з'явилася наприкінці 90-х рр. ХХ ст. і має багато спільного з деконструктивізмом. Будинки, споруджені в такому стилі вирізняються незвичайною пластичністю форм, що асоціюються з природною рідиною, нагадуючи каплю, що повільно стікає поверхнею. Зразками такого типу будівель є Золоті тераси у Варшаві, музей Кунтсхауз в Австрії.



*Музей Кунтсхауз (Австрія)*

Метаболізму як архітектурному стилю притаманна відкритість будівельних структур, умовна деструктивність, незавершеність, акцентування уваги на порожнечі. Саме незабудований і неосвоєний простір подається як проміжна ланка, що поєднує впорядковане людиною місце – будинок із хаосом мінливого міського середовища. Ще однією ознакою такої архітектури є модульність. Кращим твором метаболізму вважається вежа «Nakagin Capsule Tower» Кісьо Курокави (Японія). В Україні окремі науковці прикладом цього стилю вважають готель «Союз» у Києві<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Феденков Є. Архінезвичайна архітектура українських широт. *OUTLOOK*. URL : <https://theoutlook.com.ua/article/966/арх%D1%96nezvichajna-арх%D1%96tektura-ukrajnskix-shirot.html> (дата звернення : 10.02.2022).





*Вежа «Nakagin Capsule Tower» Кісьо Курокави (Японія)*

Органічний стиль (біо-тек) в архітектурі сповідує філософію єдності архітектури й природи. Головною стала ідея безперервності архітектурного простору, що доповнює, а не протистоїть природному ландшафту. Об'єкти, збудовані в такому стилі немов би «вписуються» в оточуючий простір й стають з ним одним цілим. При будівництві використовуються переважно натуральні матеріали. Зазначимо, що особливістю стилю є регіоналізм, тобто органічний стиль у Фінляндії буде суттєво відрізнятися від бразильського тощо. Однак, існують загальні правила органічної архітектури: поєднання з навколишнім ландшафтом, використання природних матеріалів та світла, розмитість межі між природою та інтер'єром, використання в інтер'єрі елементів живої природи. Прикладами органічного стилю є котедж «Мушля» в Японії, дитячий садок у Римі (побудований Терезою Маріуччі), музей культури американських індіанців у Вашингтоні, роботи архітектора Дугласа Кардинала тощо. В Україні цей стиль використовують при будівництві приватних заміських помешкань<sup>1</sup>.



*Котедж «Мушля» (Японія)*

<sup>1</sup> В Україні розвивається новий напрямок будівництва – «органічна архітектура». *ECO TOWN*. 11.03.2015. URL : <https://ecotown.com.ua/news/V-Ukrayini-rozvyvayetsya-orhanichna-arkhitektura/> (дата звернення : 23.01.2022)

Стиль «лофт» характеризується тенденцією переформатування нефункціонуючих промислових об'єктів під житлову та громадську функції. Термін походить або ж із німецької – від слова «повітря», котрим емігранти з Німеччини у США позначали покинуті заводи, в яких знаходили прихисток, або ж є сленгом англійської в означенні «горище», «дах», «верхній поверх». У 1982 році в Нью-Йорку було прийнято закон, що легалізував лофтову діяльність. Наприкінці 80-х та у 90-х роках ХХ століття лофт-архітектура з'явилася в Парижі, Лондоні, Мілані, Лос-Анджелесі. У 1992 році Джон Хічкокс заснував у Лондоні «Manhattan Loft Corporation». Класичною спорудою в стилі лофт вважають роботу відомого іспанського архітектора Рікардо Бофілла «The Cement Factory» у Барселоні, в якій він перетворив колишній цементний завод не просто на житлові апартаменти, а й на власну творчу майстерню з виставковою залом, офісом, архівом, їдальнею, міні готелем, садом. Характерними рисами лофт-архітектури є індустріальний вигляд фасаду, якого йому надають: сірий або чорний метал, білий грубо підштукатурений і пофарбований бетон, червона цегла, що складають тріо основних кольорів, строгість і простота геометричних форм, панорамні вікна, наявність великих застеклених площ, мінімальний зовнішній декор.



*The Cement Factory (Барселона)*

Таким чином, сучасні стилі в архітектурі асоціюються з поняттями техніцизму, мінімалізму, авангардизму. Спостерігається поєднання та переплетення декількох стилів. Дуже часто складно визначити стиль, у якому споруджено будівлю. Вважаємо це ознакою креативності, тобто здатності черпати натхнення з різних сфер життя, спробою по-новому дивитися на світ, використовувати нестандартні рішення в архітектурних проєктах.

Ландшафтна архітектура займається формуванням довкілля шляхом активного використання природних елементів ландшафту (клімат, рельєф, вода, рослинність, тваринний світ) й гармонійно поєднує природний краєвид із освоєними територіями, поселеннями, архітектурними комплексами, інженерними спорудами. Вона передбачає планування, проектування, управління та догляд за забудованим і природним середовищем й охоплює елементи мистецтва, довкілля, архітектури, інженерії та соціології.

Наступним продуктом креативності у сфері архітектури є архітектурний проект. Згідно з законом України «Про архітектурну діяльність» проект – це документація для будівництва об'єктів архітектури, що складається з креслень, графічних і текстових матеріалів, інженерних і кошторисних розрахунків, які визначають містобудівні, об'ємно-планувальні, архітектурні, конструктивні, технічні та технологічні рішення, вартісні показники конкретного об'єкта архітектури, та відповідає будівельним нормам і правилам<sup>1</sup>. Етапами архітектурного проектування є передпроектна розробка, концепція, ескізний проект, робочий проект, авторський нагляд. Проект створюється як на новобудови так і на реконструкцію об'єкта.

Ескізи та креслення архітектурних об'єктів як продукти креативності пов'язані з процесом творчого пошуку ідеї й задуму проектного вирішення. Ескізом може бути рисунок, креслення чи макет. Ескіз – це попередній начерк, що фіксує задум споруди або її окремої частини. Сучасний ескіз як креативний продукт є пошуковим методом у креативному процесі, засобом фіксації творчої ідеї та оцінки вирішення певної проблеми. У цьому процесі окрім знань, досвіду та професійних навичок особливу роль відіграє творча інтуїція, що підсвідомо дозволяє обрати найкращий варіант.

Зазначимо, що архітектурні твори захищені авторським правом, що поширюється як на споруджені будівлі, парки так і на плани населених пунктів, креслення, ескізи, проектну документацію, що стосується архітектурного рішення<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Про архітектурну діяльність : закон України від 20.05.1999 р. № 687-XIV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/687-14#Text> (дата звернення : 03.05.2022).

<sup>2</sup> Мироненко М. Твір архітектури як об'єкт договірних відносин. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2013. № 6. С. 18.

Архітектурний сектор креативних індустрій в Україні представлений діяльністю проектно-будівельних та архітектурно-проектних компаній, архітектурних бюро, майстерень та студій, інститутами містобудування та архітектури, проектними організаціями, архітектурно-інжиніринговими компаніями тощо. Вони займаються архітектурою об'ємних споруд, ландшафтною архітектурою та містобудівництвом і виробляють такі креативні продукти як: архітектурні стилі; архітектурні проекти; ескізи та креслення архітектурних об'єктів; художні та літературні описи будівель, макети будівель тощо.

## РОЗДІЛ 2. ВИДАВНИЧА СПРАВА

### 2.1. Загальна характеристика сектору

Закон України «Про видавничу справу» визначає її як сферу суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції<sup>1</sup>. Технічна робота цього сектору ґрунтується на процесі копіювання різноманітних видів друкованої продукції.

Видавнича справа як сектор креативних індустрій представлена у всіх існуючих класифікаціях. Зокрема, згідно з класифікацією Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) вона віднесена до групи «Медіа» підгрупи «Видавнича справа та друк»<sup>2</sup>. Модель креативних індустрій ЮНЕСКО цей сектор визначає як один з основних (Industries in core cultural domains)<sup>3</sup>; Всесвітньої організації інтелектуальної власності – основних галузей авторського права<sup>4</sup>. Економіст Девід Тросбі, виокремлюючи чотири концентричних кола креативних індустрій, поміщає видавництво та друковані ЗМІ до третього, називаючи його «широкою культурною індустрією» (Wider cultural industries)<sup>5</sup>. Присутня видавнича справа й у класифікації креативних індустрій Джона Хокінса<sup>6</sup>.

У «Переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», складеному Кабінетом Міністрів України видавнича діяльність представлена низкою класів:

– клас 58.11 «Видання книг» включає публікацію книг у друкованому й електронному вигляді (на CD-дисках, електронних носіях тощо), в аудіоформаті або в мережі Інтернет й стосується видання книг,

---

<sup>1</sup> Про видавничу справу: Закон України від 05.06.1997 р. № 318/97-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1997. № 32. Ст. 206.

<sup>2</sup> Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. P. 8. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>3</sup> Давимука С. А., Федуллова Л. І. Креативний сектор економіки : досвід та напрями розбудови : монографія. Львів, 2017. С. 106.

<sup>4</sup> Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. P. 7. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>5</sup> Там само.

<sup>6</sup> Галахова Т. О. Креативні індустрії : теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2014. Вип. 9. Частина 4. С. 12.

брошур, буклетів і подібної друкованої продукції, у т. ч. словників і енциклопедій, атласів, карт і діаграм, аудіокниг тощо<sup>1</sup>;

– клас 58.13 «Видання газет» включає друк газет, у т. ч. рекламних газет, які виходять принаймні чотири рази на тиждень. Публікація може бути здійснена як у друкованому, так і в електронному вигляді, у т. ч. у мережі Інтернет<sup>2</sup>;

– клас 58.14 «Видання журналів і періодичних видань» включає друк журналів і періодичних видань, які виходять менше чотирьох разів на тиждень. Публікація може бути здійснена як у друкованому, так і в електронному вигляді, у т. ч. у мережі Інтернет. Видання щотижневих періодичних видань із програмами радіо- і телепередач також відносять до цього класу<sup>3</sup>;

– клас 58.19 «Інші види видавничої діяльності» включає друк каталогів, фотографій, гравюр, поштових листівок, вітальних листівок, бланків, плакатів, репродукцій творів мистецтва, рекламної продукції, іншої друкованої продукції, електронну публікацію статистичних та інших даних<sup>4</sup>;

– клас 74.30 «Надання послуг з перекладу»<sup>5</sup>.

Попри чисельні прогнози, котрі віщують кінець «галактики Гуттенберга», статистика засвідчує розвиток видавничої справи. Зокрема, станом на 2019 р. в Україні зареєстровано 1280 видавництв, а обсяг ринку оцінювався в межах від 80 до 100 млн. євро на рік<sup>6</sup>. У 2020 р. видавнича справа створила 3% доданої вартості в структурі креативних індустрій України, хоча й суттєво постраждала від обмежень, викликаних епідемією COVID-19<sup>7</sup>. В «Експортній стратегії України («дорожня карта»

---

<sup>1</sup> КВЕД-2010 : Клас 58.11. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_11.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_11.html) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> КВЕД-2010 : Клас 58.13. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_13.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_13.html) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>3</sup> КВЕД-2010 : Клас 58.14. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_14.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_14.html) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>4</sup> КВЕД-2010 : Клас 58.19. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_19.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_19.html) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>5</sup> КВЕД-2010 : Клас 74.30. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/74/KVED10\\_74\\_3.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/74/KVED10_74_3.html) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>6</sup> Видавнича галузь України : огляд сектора. Заключний звіт 2020. Лютий–березень 2021 року. С. 14. URL : [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333\\_research\\_uk\\_ua\\_v10.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333_research_uk_ua_v10.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>7</sup> Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. Статистичний огляд. Київ, 2021. С. 13.

стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки», схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017–р видавнича справа визнається пріоритетною для України. У дослідженні, здійсненому на замовлення Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, наголошується, що цей сектор посідає друге місце після дизайну у переліку креативних товарів, що експортуються, хоча й мають значно меншу частку<sup>1</sup>.

У провідних країнах світу обсяг друкованої продукції також зростає. Так, випуск книг щороку збільшується на 2%, причому така тенденція спостерігається вже декілька років поспіль. Найінтенсивнішу динаміку тут демонструє Китай<sup>2</sup>. У США видавнича справа теж належить до найрозвинутіших креативних індустрій. Наприклад, у Нью-Йорку вона відноситься до головних галузей економіки, що формують бюджет міста<sup>3</sup>.

Таким чином, видавнича справа посідає одне з чільних місць в структурі креативних індустрій світу та України. Ця галузь постійно розвивається та вдосконалюється, демонструючи стабільне зростання обсягів продукції й приносячи чималі доходи.

## 2.2. Тенденції розвитку

Основними тенденціями розвитку видавничої справи як сектору креативних індустрій вважаємо:

а) *зростання обсягів і розширення асортименту електронних видань*. Це друкування на компакт-дисках; електронні копії паперових газет і журналів, викладені в мережі інтернет; книжкові застосунки для мультимедійних пристроїв; аудіокниги; цифрові літературні дайджести тощо<sup>4</sup>. Ринок електронного видавництва розвивається швидкими темпами

---

<sup>1</sup> Експортна стратегія для сектору креативних індустрій (дослідження). 2019–2023. С. 11, 18. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=994b0513-1759-4b3b-a80a-0e70f015017d&tag=CektorKreativnikhIndustrii> (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу. URL : <http://upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendentsii> (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>3</sup> Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки : досвід та напрями розбудови : монографія. Львів, 2017. С. 190–191.

<sup>4</sup> Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / за наук. ред. В. Різуна. Вид. 2-ге, виправл. Київ : Жнець, 2018. С. 81.

й показує високу динаміку кількісного та якісного зростання<sup>1</sup>. Це зумовлено зручністю формату, особливостями зберігання, доступністю, епідеміологічною ситуацією останніх років. Такі видання усе частіше використовують в освітньому процесі. Так, починаючи з 2010 р. в Україні ведеться планомірна робота з переходу шкіл на електронні підручники. Окрім цього, багато людей намагаються відмовитися від паперових друків зважаючи на модний нині тренд збереження довкілля чи дотримуючись популярного стилю мінімалізм в облаштуванні оселі, котрий не передбачає наявності в приміщенні масивних стелажів із книгами. Прикметно, що аудіокнига, що першопочатково була розроблена для людей з вадами зору, на сьогодні є трендом сучасної молоді. Так, за дослідженнями iRiver в Україні користувачами аудіолітератури є, передовсім, особи, віком від 18 до 35 років. До цієї аудиторії долучається все більше дітей та підлітків і як наслідок – видавництва продукують чимало книг саме для цієї категорії споживачів<sup>2</sup>.

На прискорений розвиток ринку електронних видань вплинула пандемія COVID-19. Весною 2020 р. ООН у своїй доповіді закликала до розбудови нової цифрової економіки. Хоча сьогодні більшість книжок продовжують випускати в друкованому вигляді, проте кількість їхніх електронних аналогів як і число самостійних електронних видань, випущених у різних форматах, щорічно зростає. Це призводить до розширення інфраструктури електронного книговидання та цифрової дистрибуції<sup>3</sup>. Так, за підрахунками Л. Татарінової, «... у Великій Британії електронні книги охоплюють 25% ринку, у США – 21%, у Німеччині – майже 10%, в Іспанії – 5%, у Франції – 3%»<sup>4</sup>;

б) посилення уваги видавництв до оформлення видань та якості поліграфії. Це викликано, з одного боку, конкуренцією на ринку, що в боротьбі за покупця підштовхує до постійних удосконалень, бо люди бажають отримати не лише інтелектуальне, а й естетичне задоволення від книжки, а з іншого – книга залишається одним із найпоширеніших видів

---

<sup>1</sup> Фіголь Н. М. Електронні видання України. *Обрії друкарства*. 2018. № 1 (6). С. 245.

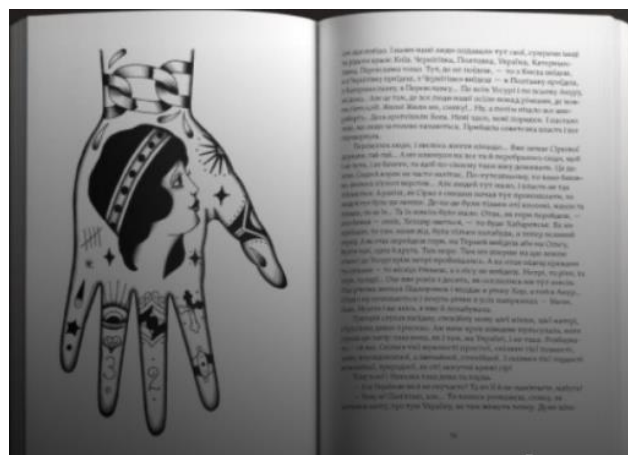
<sup>2</sup> Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців: монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко. Київ, 2019. С. 76.

<sup>3</sup> Погореловська І. Як ідентифікують електронні видання й аудіокнижки у системі ISBN. *Читомо*. 2020. 7. 12. URL: <https://chytomo.com/iak-identyfikuiut-elektronni-vydannia-j-audioknyzhky-u-systemi-isbn/> (дата звернення: 02.02.2022).

<sup>4</sup> Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу. URL: <http://upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendentsii> (дата звернення: 02.02.2022).



подарунків, тому вимоги до її оформлення надзвичайно високі. Тож спостерігаємо тісну взаємодію видавничого та мистецького секторів креативних індустрій. Зокрема, до оздоблення книг усе частіше залучають відомих дизайнерів і художників. Прикладом такої співпраці є діяльність видавництва «Основи», котре у серії української класики видало «Кайдашеву сім'ю» з колажами Лери Схемки, «Вечори на хуторі поблизу Диканьки» з ілюстраціями Іллі Ісупова, «Лісову пісню» з ілюстраціями Поліни Дорошенко, «Тигролови» Івана Багряного з ілюстраціями татуювальника Дениса Темного, який пропонує нове прочитання вже знайомого тексту в новаторському оформленні книжки<sup>1</sup>.



*Темний Д. Ілюстрації до твору «Тигролови» І. Багряного*

Особливої ваги така колаборація набуває при виданні дитячої літератури, де ілюстрація виконує таку ж роль, як і текст. Так, видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», що діє з 1992 р., постійно залучає до оформлення книг відомих художників<sup>2</sup>. Зокрема, ексклюзивне художнє рішення української версії «Гаррі Поттера», створене Владиславом Єрком, отримало схвальну оцінку від Джоан Роулінг – авторки твору, а англійське видавництво, що володіє виключними правами на друк книги, дозволило використовувати його на рівні з оригінальною обкладинкою. Специфікою вітчизняного оформлення серії видань є й те, що корінці книг усіх 7-ми

<sup>1</sup> Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців: монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко. Київ, 2019. С. 20.

<sup>2</sup> Видавнича галузь України: огляд сектора. Заключний звіт 2020. Лютий–березень 2021 року. С. 14. URL: [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333\\_research\\_uk\\_ua\\_v10.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333_research_uk_ua_v10.pdf) (дата звернення: 02.02.2022).

томів цього циклу виконані в певній художній цілісності<sup>1</sup>. Тому подарунковий набір таких книг користується попитом і не втратить своєї естетичної привабливості упродовж тривалого часу;



*Подарунковий набір книг про Гаррі Поттера*

в) *нарощення темпів книгодрукування за назвами при зменшенні числа накладу*<sup>2</sup>. Тобто видавництва намагаються урізноманітнити асортимент, залучити до співпраці нових авторів чи перевидати «призабуті» твори. Але при цьому тираж залишається невеликим. Це важливо з економічної точки зору, оскільки у разі, коли видання виявиться непопулярним, збитки від нього будуть мінімальними. З іншого боку – невеликий наклад додає книзі ексклюзивності, збільшує на неї попит;

г) *утворення медіахолдингів в індустрії видавничої справи*. Останнім часом спостерігаємо тенденцію до об'єднання різних за обсягом книжкових, газетних та журнальних видавництв, типографій, книгарень та споріднених галузей – теле- та інформаційних мереж, радіоканалів, підприємств сфери розваг тощо в потужні медіаконцерни<sup>3</sup>. Найбільшими об'єднаннями, що займаються, зокрема, й книговиданням, вважають Penguin Random House (Велика Британія), Thomson Reuters (Канада), Hachette Livre (Франція), RELX Group (Reed Elsevier) (США –

<sup>1</sup> Константинова К. Владислав Єрко, ілюстратор : Портрет чарівника в юності. URL : <https://rozmova.wordpress.com/2019/11/30/vladyslav-erko-9/> (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу. URL : <http://upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendentsii> (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>3</sup> Лесюк О. В. Видавнича справа та редагування : навч. пос. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 20.

Нідерланди – Велика Британія), Phoenix Publishing & Media Group та China South Publishing & Media Group (Zhong Nan) (Китай)<sup>1</sup>. В Україні таких об'єднань відносно небагато. Як приклад виокремимо: ЗАТ «Холдингова компанія «БліцІнформ» – об'єднує редакцію всеукраїнського журналу «Наталі», газети «Бізнес», друкарню «Бліц-Прінт» та ще низку підприємств; UMH Group – виробник медіа-контенту тощо;

д) *телебачення виступає одним із головних партнерів просування продукції видавничої сфери.* Мається на увазі, що «... телевізійна кіноіндустрія використовується видавництвами як фактор підсилення комерційного потенціалу книги, створення авторів-брендів»<sup>2</sup>. На сьогодні новим способом просування книг є буктрейлери – короткі відеоролики на 2–5 хв. Їхнє завдання – привернути увагу до книги, нагадати про автора, зацікавити. Регулярні виступи на телебаченні стають важливою складовою діяльності авторів текстів, що сприяє їхній упізнаваності й привертає додатковий інтерес до творів. На українському телебаченні цей спосіб книгореклами використовується з 2009 р. й свої буктрейлери мають О. Забужко, Ю. Андрухович, Л. Дереш та ін.<sup>3</sup>;

е) *створення спеціальних онлайн-платформ для читачів.* Наприклад, соціальна мережа Gloze, заснована Ніколя Прінсеном, об'єднує читачів із понад 200 країн світу й дає змогу переглядати електронні книжки, статті, слухати аудіокниги, обмінюватися думками, залишати відгуки про прочитане. Прикметно, що платформа містить як безкоштовний, так і платний контент. Аналогічним є американський проєкт Bookvibe. Найвпливовішим стартапом XXI ст. з поширення книжкової та медіапродукції вважають Amazon – інтернет-сервіс, зорієнтований на продаж реальних товарів масового попиту, в тому числі й книг. Популярним майданчиком із роздрібною реалізацією книжкової продукції країн Близького і Далекого Сходу є Jamalon<sup>4</sup>;

є) *використання реклами як піар-інструменту видавничої справи та джерело додаткового прибутку.* Сучасна книга часто використовується як

---

<sup>1</sup> Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу. URL : <http://upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendantsii> (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> Теремко В. Стратегічні виклики сучасному вітчизняному книговиданню. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. 2010. Вип. 2. С. 491.

<sup>3</sup> Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду. *Наукові записки*. 2015. № 2 (51). С. 202.

<sup>4</sup> Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій : вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко. Київ, 2019. С. 88–90.

майданчик для розміщення реклами. Особливо це стосується художньої літератури. Рекламу друкують, як правило, наприкінці книги. Поряд із цим спостерігаємо появу нового явища – літературного продакт плейсменту, коли у творах в прихованій формі рекламують реальних виробників товару. Наприклад, у популярних свого часу детективах Д. Донцової герої споживали продукцію чи користувалися ліками актуальних виробників. Як показують дослідження, такі згадки – не випадковий, а продуманий і далеко небезкорисливий крок<sup>1</sup>. Отже, в сучасних умовах реклама та видавнича справа є взаємодопоміжними індустріями;

*ж) видавничому ринку притаманні високий ризик й слабка прогнозованість*<sup>2</sup>. Видавець не може точно спрогнозувати попит особливо на нову продукцію. Звідси – велика ймовірність отримати низький прибуток або й зазнати збитків.

### **2.3. Продукти креативності**

Продуктом креативності у видавничій справі є кінцевий матеріал у вигляді паперового, електронного чи аудіовидання. За частотою появи їх поділяють на періодичні та неперіодичні. До перших належать: газети, журнали, бюлетені, дайджести тощо. Спектр іншої групи набагато ширший. Сюди відносять літературні та документальні твори, рекламні та довідкові публікації, образотворчі, текстові, нотні, карткові видання, листівки, візитівки тощо<sup>3</sup>.

Згідно з державним стандартом України (ДСТУ 3017-95), що відповідає міжнародному стандарту ISO 5127/2, за цільовим призначенням розрізняють такі види видань: офіційне, наукове, науково-популярне, науково-виробниче, виробничо-практичне, нормативне виробничо-практичне, виробничо-практичне видання для аматорів, навчальне,

---

<sup>1</sup> Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців: монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко. Київ, 2019. С. 179–180.

<sup>2</sup> Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду. *Наукові записки*. 2015. № 2 (51). С. 199.

<sup>3</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 39.

громадсько-політичне, довідкове, видання для організації дозвілля, рекламне, літературно-художнє<sup>1</sup>.

Попри різноманіття друкованої продукції, пріоритетне місце у видавничій справі продовжує належати книзі. Вона залишається авторитетним джерелом знань, скарбницею цікавої інформації, носієм нових ідей, принадним співрозмовником, котрий допомагає розібратися в складних обставинах і сформувані життєві пріоритети. Книга за своєю суттю має бути креативним продуктом, адже читач не зацікавиться нудною, банальною, неодноразово чутою розповіддю. Крім захоплюючого сюжету та яскравих героїв, котрі давно є предметом творчого пошуку автора, важливим підґрунтям креативності слугує розробка актуальних проблем, що хвилюють сучасників. Такою є, наприклад, книжка-картинка «Майя та її мами», створена Ларисою Денисенко в співпраці з ілюстраторкою Марією Фоєю та видана в 2017 році. Вона розрахована на молодших школярів і складається з коротких історій Майї та її однокласників. Хтось із дітей живе з вітчимою або мамою-одиначкою, когось виховує бабуся, а батьки на заробітках, дехто – прийомна дитина, інший – з'явився на світ завдяки штучному заплідненню, дівчинка – переїхала разом із родиною з Луганська. У головній героїні Майї нетрадиційна сім'я і вона має двох мам. Попри свою унікальність та не схожість, діти легко порозумілися й сприймають один одного такими, якими вони є. До цього Автори закликають й дорослих. Ця дитяча книжка викликала чималий резонанс і спровокувала гостру дискусію щодо гендерних питань. Як наслідок лише впродовж 2017 року твір було перевидано тричі<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. URL : [https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU\\_3017\\_95.pdf](https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU_3017_95.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> Москвичова А. Майя, дві її мами і сімейні цінності : чим особлива нова книжка Лариси Денисенко. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/28431465.html> (дата звернення : 02.02.2022).



*Книжка-картинка «Майя та її мами» (Лариса Денисенко)*

Чималий простір для креативності подає й оформлення книг. Так, Барбара Йейтс – екологічний художник, яка використовує в якості палітурок справжнє дерево. Французький художник-ілюстратор Бенжамін Лакомб виготовляє тривимірні книги. У подібному стилі він прикрасив «Алісу в Країні Чудес», «Піноккіо» та «Мадам Батерфляй». Незвична куховарська книга «Well Done» була розроблена хорватською дизайн-студією Bruketa & Zinic і видрукувана в 2015 році. На відміну від класичних книг, які спочатку треба відкрити аби познайомитися з рецептом, це видання необхідно запекти в духовці при температурі, не нижчою за 100 градусів. Тільки після цього на її білих сторінках проступають рецепти страв. Цікаво, що по мірі охолодження книги зникає й текст, отож готувати доводиться «по гарячих слідах». Видання продається в фользі як напівфабрикат. У книзі Раймонда Квінау вміщено 10 сонетів, кожен із яких розрізаний на тонкі смужки шириною в один рядок. Читач має змогу комбінувати смужки в довільному порядку – ритміка сонету від цього не змінюється, а смислове мереживо набуває несподіваних відтінків. Якщо читач захоче скласти всі можливі комбінації й прочитати їх уголос, у нього на це піде біля 200 000 років!<sup>1</sup>.

Креативність способів презентації книг теж розширюється. Все частіше місцем проведення таких дійств стає не книгарня, а кав'ярня, музей, виставкова зала тощо. До участі запрошують відомих осіб: громадських діячів, представників шоу-бізнесу, спортсменів, які своєю присутністю «підігривають» інтерес до події. Представлення книг супроводжують насиченою розважальною програмою. Прикладом таких

---

<sup>1</sup> Кульбабська О. В. Найнеймовірніші у світі книги. URL : <https://kulbabska.com/news/aktualni-novyny/97-knigi> (дата звернення : 02.02.2022).



дійств є львівський фестиваль «Coffee, Books & Vintage Festival». На ньому, поряд із безпосереднім знайомством із книжковими новинками, можна поспостерігати за національним кавовим чемпіонатом від Specialty Coffee Association, взяти участь у літературних івентах, покуштувати солодощі, врешті решт – придбати вінтажні меблі та прикраси<sup>1</sup> [26].



*Йейтс Б. Зразок палітурки  
з кори дерева*



*Лакомб Б. Ілюстрація до  
«Мадам Батерфляй»*

Таким чином, спектр креативності в індустрії видавничої справи надзвичайно широкий. Він торкається тематики твору, його оформлення, способу презентації.

---

<sup>1</sup> «Coffee, Books & Vintage Festival». URL : <https://chytomo.com/u-lvovi-projde-festyval-coffee-books-vintage-festival-2/> (дата звернення : 02.02.2022).

## РОЗДІЛ 3. ВИКОНАВСЬКІ (СЦЕНІЧНІ) МИСТЕЦТВА

### 3.1. Загальна характеристика сектору

Виконавські (сценічні) мистецтва є формою творчої діяльності, що виконує, інтерпретує певний твір перед аудиторією. Традиційно до них належать театр, опера, танець, балет, розважальні шоу (танцювальні та музичні), цирк<sup>1</sup>.

Запровадження карантинних обмежень внаслідок пандемії COVID-19 особливо вплинуло на культурні заклади й проекти, зорієнтовані на живе спілкування з аудиторією, а, отже – на виконавські мистецтва в першу чергу. Адже підготовка, наприклад, до проведення шоу чи фестивалю може тривати більше року. Скасування таких заходів – це великі фінансові втрати, часткове чи повне безробіття, інколи – банкрутство. Водночас, така ситуація відкрила нові можливості, сприяла пошуку нових рішень, призвела до більшої діджиталізації, перенесення в онлайн-формати спілкування з аудиторією тощо. Відповідно – збільшилася кількість глядачів через долучення до мистецтва тих, кому бракувало часу на такі заходи. Тобто черговий виклик породив не лише проблеми, а й спровокував нову хвилю креативності в соціокультурній сфері.

Виконавські мистецтва як сектор креативних індустрій представлені у всіх існуючих класифікаціях – ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОІВ, моделі концентричних кіл Д. Тросбі тощо<sup>2</sup>. Причому, усі вони відносять їх до провідного сектору креативної економіки. У «Переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», складеному Кабінетом Міністрів України, клас 90.01 «Театральна та концертна діяльність» включає постановку театральних вистав, концертів і оперних або балетних спектаклів, танцювальних та інших сценічних виступів (діяльність груп, цирків або труп, оркестрів і ансамблів, діяльність самостійних артистів, таких як актори, танцюристи, музиканти, лектори або оратори)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 38.

<sup>2</sup> Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. P. 7. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>3</sup> КВЕД-2010 : Клас 90.01. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10\\_90\\_01.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10_90_01.html) (дата звернення : 12.02.2022).



У сучасній структурі креативних індустрій виконавські мистецтва, поряд з музичною індустрією, вважаються найбільшими роботодавцями. Саме на них припадає кожне шосте робоче місце у європейській креативній економіці. Сума прибутків від індустрії вражень складає більше третини всіх доходів креативного сектору господарства<sup>1</sup>. Спостерігається постійний приріст доходів. Якщо у 2015 р. він становив 136 млрд. дол., то в 2017 р. – 144 млрд. дол.<sup>2</sup>. Тобто в середньому прибутки зростають на 3% на рік, що з економічної точки зору є ефективним.

«Експортна стратегія України («дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки» виокремила виконавське мистецтво як один з ключових рушіїв створення додаткової доданої вартості та продукування інновацій<sup>3</sup>.

### 3.2. Тенденції розвитку

Головними тенденціями розвитку виконавських мистецтв як сектору креативних індустрій вважаємо:

а) вплив процесів глобалізації та глокалізації, що виливається в побутуванні двох ключових трендів – світова стандартизація та національна специфіка<sup>4</sup>. З одного боку, виконавці прагнуть створювати продукт світового рівня, що дозволить здобути популярність за межами країни, розширити аудиторію й принесе прибуток. З іншого – в сучасному світі, перенасиченому враженнями, більшість споживачів бажають побачити у світовому продукті частинку своєї етнічності;

б) кінцевий продукт є самостійним та неповторним культурним благом<sup>5</sup>. Виконавець в процесі своєї діяльності кожного разу виробляє

---

<sup>1</sup> Інформаційний бюлетень щодо ролі індустрії культури і творчості. URL : [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Factsheets/pdf-3/03\\_Factsheet\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Factsheets/pdf-3/03_Factsheet_UA.pdf) (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>2</sup> Седых И. А. Индустрия исполнительских искусств. 2018. С. 2. URL : <https://dcenter.hse.ru/data/2018/08/21/1154843600/Индустрия%20исполнительских%20искусств%202018.pdf> (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>3</sup> Експортна стратегія для сектору креативних індустрій (дослідження). 2019–2023. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=994b0513-1759-4b3b-a80a-0e70f015017d&tag=CektorKreativnikhIndustrii> (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>4</sup> Седых И. А. Индустрия исполнительских искусств. 2018. С. 18. URL : <https://dcenter.hse.ru/data/2018/08/21/1154843600/Индустрия%20исполнительских%20искусств%202018.pdf> (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>5</sup> Проскуріна М. О. Значення просторових факторів в розвитку культурних індустрій. *Интеллект XXI*. 2017. № 6. С. 86.

унікальну продукцію, що є завершеним культурним продуктом й існує в єдиному екземплярі. Коли оперний співак декілька разів виконує одну і ту саму партію, а актор вже вкотре грає свою роль на сцені – кожного разу як виконання, так і гра будуть мати свої неповторні відтінки. І щоразу – це будуть різні культурні продукти. Так само провести наживо однаково фестиваль чи шоу не можливо ні в часі, ні в просторі;

в) *перевага нематеріальної (ідея або естетичне враження) та культурної цінності над утилітарною*<sup>1</sup>. Головне для споживача виконавського продукту не матеріальна корисність, а задоволення своїх естетичних потреб;

г) *залежність виконавця від зовнішнього фінансування*<sup>2</sup>. Для організації і проведення вистав, шоу, фестивалів часто залучають кошти спонсорів, меценатів, використовують медіаможливості тощо. Попри заможність багатьох виконавців, значні кошти вони отримують не безпосередньо від виступів, а від інших видів діяльності – популяризації товарів та послуг, участі у телевізійних шоу-програмах тощо;

д) *вплив сучасних технологій*, що проявляється в підвищенні видовищності виступів через використання голограм, лазерних ефектів, генераторів вогню, вокалоїдів, робототехніки тощо<sup>3</sup>. Водночас, сучасні технології є потужним драйвером зростання індустрії через розширення каналів доступу до продукції – бронювання та продаж білетів онлайн, створення сайтів, сторінок у соцмережах тощо<sup>4</sup>;

е) *вплив державної політики та релігійної цензури на розвиток виконавських мистецтв*, що позначається на імпорті та експорті їхньої продукції. Наприклад, в Україні з 2015 року діє заборона на в'їзд окремих російських діячів культури (в тому числі й театру, балету) та продаж їхньої продукції. У мусульманських країнах до балетних чи театральних вистав можуть вноситися зміни з урахуванням релігійних переконань глядачів. Наприклад, під час гастролів театру-балету в Омані в 2015 році з першого акту «Бахчисарайського фонтану» була вилучена сцена, в якій актори мали

---

<sup>1</sup> Проскуріна М. О. Значення просторових факторів в розвитку культурних індустрій. *Інтелект XXI*. 2017. № 6. С. 86.

<sup>2</sup> Седых И. А. Индустрия исполнительских искусств. 2018. С. 18. URL : <https://dcenter.hse.ru/data/2018/08/21/1154843600/Индустрия%20исполнительских%20искусств%202018.pdf> (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>3</sup> Там само. С. 18.

<sup>4</sup> Дмитренко В., Дмитренко В. Виконавські мистецтва як сектор креативних індустрій: основні тенденції розвитку. *Fine Art and Culture Studies*. 2022. № 1. С. 51.

підіймати келихи з вином і виголошувати тости. Костюми балерин були перешиті з метою приховати відкриті плечі й ноги<sup>1</sup>;

є) *орієнтація переважно на місцевий ринок.* Споживачами театральних вистав, шоу є переважно жителі населеного пункту, в якому знаходиться стаціонарне приміщення. Тому репертуар виконавських мистецтв, безперечно в першу чергу, враховуватиме смаки місцевої публіки;

ж) *тісний зв'язок з туризмом.* За рахунок залучення туристів відбувається розширення кола споживачів продукції виконавських мистецтв. Наприклад, 9,2% туристів, які відвідали Великобританію, ходили до театру, опери чи відвідали мюзикл. А 35% грошей, витрачених туристами у Франції, припадають на культуру<sup>2</sup>. В останні роки спостерігаємо активний розвиток саме культурного туризму;

з) *залежність рівня монетизації продукту від унікальності виконавського контенту*<sup>3</sup>. Тобто, чим популярніший, знаменитіший виконавець(вці), тим дорожчими будуть ціни на квитки, збільшиться можливість залучити додаткових спонсорів, рекламодавців і, як наслідок, – отримати більший прибуток.

и) *результатом креативної праці у виконавському мистецтві є продукт, вартість якого важко визначити*<sup>4</sup>. Її можна обрахувати за кількістю поставлених спектаклів, показів, проданих квитків. І кожного разу такі обчислення будуть різними. Тому визначити ефективність створеного продукту та спрогнозувати його затребуваність складно. Наприклад, у Лондонському театрі Святого Мартіна з 1952 р. і дотепер успішно демонструється детективна п'єса Агати Крісті «Мишоловка». Наразі нараховується понад 24 000 спектаклів, що є абсолютним рекордом безперервності вистав. І для самої авторки, і для режисерів-постановників такий результат став неочікуваним.

---

<sup>1</sup> Алексей Мирошниченко – о новом «Лебедином озере», настойчивости курентзиса и адаптации спектаклей для стран арабского мира. URL : <https://www.business-class.su/news/2015/12/09/udvoenie-klassiki> (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>2</sup> Радіонова О. М., Оболенцева Л. В., Александрова С. А. Креативність і туризм : діалектика взаємозв'язку (міжнародний досвід). *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 29. С. 140.

<sup>3</sup> Седых И. А. Индустрия исполнительских искусств. 2018. С. 16. URL : <https://dcenter.hse.ru/data/2018/08/21/1154843600/Индустрия%20исполнительских%20искусств%202018.pdf> (дата звернення : 12.02.2022).

<sup>4</sup> Серіков А. В., Коваль І. М. Місце сучасного репертуарного театру в креативних індустріях. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 2(56). С. 171.

### 3.3. Продукти креативності

Продуктами творчості в цій індустрії є виконаний твір, представлений у вигляді спектаклю; балетної, оперної вистави, циркового або танцювального шоу; супутні послуги, що надають театри, концертні зали чи майданчики під час цих дійств; інтрапренерство як система організації виконавської діяльності, спрямована на просування продукту<sup>1</sup>.

Одним із найскладніших видів виконавського мистецтва є **театральне мистецтво**. Його специфікою є художнє відображення життя за допомогою дій акторів на сцені. У цьому виді мистецтва поєднуються усі інші – образотворче, літературне, музичне, хореографічне.

Театральне мистецтво в Україні має давню історію і потужну галузеву базу. Зокрема, станом на 2017 р. зареєстровано 113 театрів державної та муніципальної форми власності, в яких працює понад 14 000 осіб<sup>2</sup>. Водночас, спостерігаємо розвиток приватних театрів. Станом на 2019 р. їх функціонує біля 300, з яких 100 – у м. Київ (тоді як державних – 28)<sup>3</sup>.

Розвиток приватних театрів призводить до появи нових організаційних форм театральної діяльності. Якщо класичний державний чи муніципальний театр залишається переважно репертуарним, то незалежні театри в своїй організації переймають західну модель антрепризи. Наслідком цього є створення: театрів-студій, які крім виконавства, навчають акторської майстерності; арт-проектів, що створюються під окремі акції, перформанси або вистави; постійно діючі театри, що не фінансуються державою. Для цих театрів характерна часта зміна виконавців та регулярні кастинги акторів під кожен проект окремо.

Креативність у сучасному театральному мистецтві проявляється через форму подачі спектаклю. Зокрема – у нестандартному підході до

---

<sup>1</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 38; Серіков А. В., Коваль І. М. Інтрапренерство як необхідна умова життєдіяльності сучасного українського репертуарного театру у креативних індустріях. *Економічний простір. Збірник наукових праць*. 2019. № 145. С. 61.

<sup>2</sup> Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. Київ, 2019. С. 28.

<sup>3</sup> Серіков А. В., Коваль І. М. Місце сучасного репертуарного театру в креативних індустріях. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 2(56). С. 171; Бурнашов Ю. І. Бум незалежних театрів (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017–2018 pp.). С. 2. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2018/teatr18.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/teatr18.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

вибору репертуару. Від нього вимагають бути співзвучним з ритмом сучасного життя, піднімати дражливі й неоднозначні проблеми, ставити суспільству незручні питання. Прикладом такого підходу є вистава «Театру переселенця» «Де Схід?», в якій показані реальні історії людей, змушених переселитися з Донбасу на Західну Україну. У виставі «Більше, ніж жінка», поставленій PostPlay Театром, вперше в Україні піднято тему гендеру та трансгендерності. Особливістю постановки «Вісім», презентованій «Сірим Театром Чуттєвого психоаналізу» є те, що всі ролі виконує одна особа – Вінсент Меттель – художній керівник цього театру. Загалом, репертуару останнього властиве використання еротичних сцен, гумору, психологічних мотивів<sup>1</sup>.

Популярним є використання колаборативного підходу (devised). Його сутність полягає в тому, що у п'єсі не має чіткого тексту, а сам сценарій як і текст створюється усіма учасниками проекту в процесі репетиції. За таких умов важливе місце в театральній виставі належить простору, візуальним елементам, мізансценам. Прикладом реалізації такого підходу є проєкт «Листи незнайомому другу з Нью-Йорка», представлений у 2017 р. Театральною Лабораторією Мистецького арсеналу «Другий поверх». До участі у виставі було залучено підлітків, які зі сцени фактично розповідали історії зі свого життя. Дія кожної історії розігрувалася в окремій локації Арсеналу<sup>2</sup>. Полтавський документальний «Театр Сучасного Діалогу» у своєму репертуарі використовує виключно матеріал, взятий з інтерв'ю реальних людей, статей, наукових записок тощо. Вистави театру складаються з двох частин. У першій демонструють п'єсу, а в другій відбувається обговорення з глядачами порушеної у ній теми<sup>3</sup>.

Новою формою театрального дійства є проведення спектаклю в абсолютній темряві. Чи не вперше її застосували театр «Мізантроп» та Port creative hub (творчий простір на Подолі для реалізації сучасних культурних ініціатив). Їхніми зусиллями реалізовано проєкт «Сліпота» за мотивами твору Жозе Сарамаго. Дія спектаклю відбувається у темряві, в котру занурюються як актори, так і глядачі<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Бурнашов Ю. І. Бум незалежних театрів (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017–2018 рр.). С. 3–6. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2018/teatr18.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/teatr18.pdf)

<sup>2</sup> Там само. С. 7.

<sup>3</sup> Там само. С. 11.

<sup>4</sup> Там само. С. 8.

Експериментує з формою і харківський театр «Прекрасні квіти», що працює виключно в жанрі пантоміми й мімодрами, принципово відмовляючись від словесного жанру. Поміж найбільш резонансних його вистав виокремлюють «Щур», «ЖИР», «ДПЮ»<sup>1</sup>.

Ще одним проявом креативності сучасного театру є місце, де розігрують виставу. Так, окремі театри не мають постійного приміщення для постановки спектаклів. Наприклад, «Дикий театр», заснований у Києві 2016 року, за перший рік свого існування зіграв вистави на 36 різних майданчиках, найекзотичнішими з яких стало приміщення київського цирку та КМДА. Театр проголосив кочівницький спосіб життя своєю фішкою<sup>2</sup>. Для полтавського документального «Театру Сучасного Діалогу» головною сценою є Соборний майдан міста, а більшість спектаклів відбуваються на виїзді. Загалом 95% незалежних театрів не мають власного приміщення<sup>3</sup>.

Прикладом поєднання креативної форми та місця презентації є інтернет-театр «Театр Між Трьох Колон», що є першим театром подібного роду у світі. Його театральною сценою виступає відеохостинг Youtube, а глядач має змогу завжди отримати квиток у перший ряд, підписавшись на Youtube-канал театру. До того ж, театральні, підключившись до трансляції, мають змогу побачити, що відбувається як на сцені, так і за кулісами: поспостерігати за поведінкою та підготовкою акторів. Специфікою театру є те, що вистави грають лише українською мовою та наживо і ніколи не записують<sup>4</sup>.

Для сучасного театру характерне використання цифрової форми та віртуальної реальності, коли за допомогою гаджетів, спецефектів, комп'ютерних технологій поряд з реальними акторами на сцені виступають 3D-об'єкти. Ця практика є узвичаєною у закордонних театрах, а в Україні тільки набирає обертів. Найкращими іноземними зразками вистав, у яких поєднано дві реальності є: «Blue Bloodshot Flowers» (вперше демонстрували у художній галереї Лондона «291 Gallery», 2001 р.), де Єремія (віртуальний аватар), народжений комп'ютерною системою,

---

<sup>1</sup> Бурнашов Ю. І. Бум незалежних театрів (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017–2018 pp.). С. 9–10. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2018/teatr18.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/teatr18.pdf)

<sup>2</sup> Там само. С. 3.

<sup>3</sup> Там само. С. 11–12.

<sup>4</sup> Там само. С. 9.

комунікує з глядачами та іншими акторами<sup>1</sup>; «Elements of Oz» (Нью-Йорк, 2015 р.), де глядачі за допомогою мобільного застосунку могли побачити на сцені різноманітні ефекти та зображення, що не існують в реальному світі<sup>2</sup>. В Україні 3D-технології використовує київський театр доповненої реальності Visual Fusion, вистави якого поєднують сучасну хореографію та гру акторів з віртуальною реальністю у вигляді голограм персонажів, голографічного фону, відео-ефектів тощо. Інший київський «Театр на Подолі» («Театр 360 градусів») запустив новий формат театральних вистав, заснований на поєднанні 3D-копій акторів та декорацій з класичною сценічною виставою<sup>3</sup>.

Найконсервативнішими видами виконавського мистецтва вважають **оперу та балет**. Класичний танець є єдиним засобом для створення балетних образів та розкриття сюжету. Набір танцювальних пас, як правило, сформовано й слабо піддається корекції. Відповідно, в опері основою сценічного дійства є вокал, а все інше є його органічним доповненням. Тому проявом креативності у сценічних практиках цих видів мистецтв може бути використання новітніх технологій. Переважно вона проявляється у створенні так званої доповненої/додаткової реальності (AR). Причому, К. Юдова-Романова наголошує на неможливості використання віртуальної реальності в опері та балеті, адже це фактично призведе до нівелювання їх як видів виконавського мистецтва<sup>4</sup>.

Піонерськими практиками використання 3D-технологій у балеті є хореографічні постановки «Явище» (2004 р.) та «16 [P]еволуцій» (2006 р.). Обидві здійснено за сприяння Ради мистецтв Англії. Залучення інтерактивної цифрової системи відбувалося у двох площинах: 1) спроектовано кінетичний простір, що став художньою основою постановки; 2) створено візуального партнера-виконавця, який приймав участь у створенні танцювальних рухів на рівні з реальними акторами<sup>5</sup>.

Прикладом модернізації сценічного простору є оперний фестиваль – Bregenzer Festspiel – у м. Брегенц (Австрія). Сам фестиваль офіційно

---

<sup>1</sup> Юдова-Романова К. В. Цифрові 3D меппінг технології у творах сценічного мистецтва в Україні. *DANCE STUDIES*. 2020. Vol. 3. № 2. С. 168.

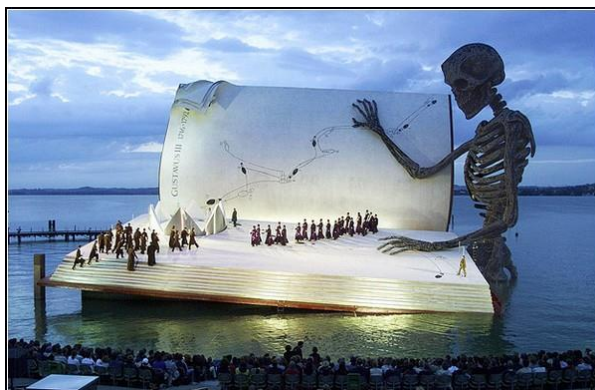
<sup>2</sup> «Театр 360 градусів»: між мистецтвом і технологіями. URL : <https://gwaramedia.com/teatr-360-gradusiv-mizh-mistecztvom-i-tehnologiyami/> (дата звернення : 10.02.2022).

<sup>3</sup> Юдова-Романова К. В. Цифрові 3D меппінг технології у творах сценічного мистецтва в Україні. *DANCE STUDIES*. 2020. Vol. 3. № 2. С. 174.

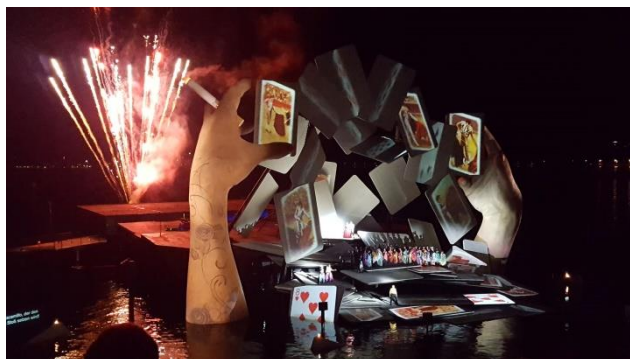
<sup>4</sup> Там само. С. 168.

<sup>5</sup> Там само. С. 169.

започатковано у 1946 р. Його родзинкою є плаваюча сцена (Seebühne), що розташована на Боденському озері та амфітеатр на березі просто неба, що вміщує 7 000 глядачів. Утім, у XXI ст. в її оформленні почали використовувати декорації-трансформери з відеопроєкцією та спеціальну акустичну техніку. Так, у 1999 р. опера Верді «Бал-маскарад» відбувалася на сцені, оформленій у вигляді гігантської розгорнутої книги. Поряд зі сценою встановлено фігуру скелету, а підсвічування створювало ілюзію, що він ніби читає книгу<sup>1</sup>.



У 2009 р. частина дій опери «Аїда» відбувалася безпосередньо на воді на фоні напівзруйнованої статуї свободи. У 2017 р. планшетом сцени під час постановки класичної опери «Кармен» слугували величезні гральні карти, розташовані на різних рівнях, які спускалися у воду по ходу вистави. Постановка насичена безліччю спецефектів. Прикметно, що режисер-постановник вдало використав місце дії, дещо відкоригувавши сюжет знаменитої опери. Зокрема, Кармен замість втечі від стражі, реально стрибає у воду і втікає; у фіналі дівчину не ріжуть, а топлять в озері.



<sup>1</sup> Юдова-Романова К., Стрельчук В., Чубукова Ю. Режисерські інновації у використанні технічних засобів і технологій у сценічному мистецтві. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Сценічне мистецтво*. 2019. № 2(1). С. 55.



Подібну практику запроваджено й в Україні. На Вінниччині у м. Тульчин проводять міжнародний оперний фестиваль під відкритим небом «OPERAFEST TULCHYN» на території палацу Потоцьких, що в свій час мав репутацію «подільського Версалу»<sup>1</sup>. Фестиваль організовано з урахуванням сучасних технічних досягнень. У серпні 2021 р. у ньому задіяли 62 тони технічного сценічного обладнання та 30 тон декорацій<sup>2</sup>.

**Цирк** – одне з найстаріших та найпопулярніших видовищ у світі. За своєю сутністю воно розраховане на глядачів усіх вікових, соціальних категорій. Циркові жанри є ексцентричними, тобто в їх основі лежить контраст та використання незвичайних прийомів. Отже, циркове мистецтво в своїй основі є креативним. Для сучасного цирку характерні такі риси: відмова від використання тварин у циркових шоу; інтерактивний характер вистави, що проявляється в спілкуванні артистів та глядачів, залучення останніх до дійства; поєднання різних жанрів в одному виступі, побудованому на цілісному сюжеті; звернення до «серйозної» сучасної проблематики (підняття соціально значущих питань); використання новітніх технологій.

Так, інтерактивністю відзначається африканський цирк «Circus Show Mother Africa». У його виставах глядачі постійно залучені до дійства – їх запрошують на сцену танцювати і вчитися виконувати фокуси. Усе це супроводжується живою музикою, хором співом, звуками барабану там-там. Канадський «Cirque du Soleil» кожен виставу перетворює на дійство з сюжетом, а не набором окремих номерів. Під час карантину цирк викладає на своєму YouTube-каналі свої шоу. Австралійський «Circus Oz» одним із перших відмовився від номерів з тваринами. Він базується на принципі універсальності артистів. У постановці виступає як правило 12 осіб, кожен із яких є і жонглером, і акробатом, і повітряним гімнастом, і клоуном. Двогодинний виступ супроводжується живою музикою і являє собою тематичний спектакль з елементами рок-н-ролу, театру і сатири. «Shanghai Circus World» з Китаю в своїх виступах поряд із традиційними

---

<sup>1</sup> Дмитренко В. Технічні новації як прояв креативності в сучасних опері та балеті. *Сучасні соціокультурні процеси: компетентісно-аксіологічний аспект*: Збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції (10–11 листопада 2021 р.). Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. С. 53–54.

<sup>2</sup> Офіційний сайт OPERAFEST TULCHYN. URL : <https://operafest.com.ua/> (дата звернення : 10.02.2022).

китайськими акробатичними номерами використовує сучасні мультимедійні технології<sup>1</sup>.

Подібні тенденції спостерігаємо й в українському цирковому мистецтві. Так, Національний цирк України у виставі «Ecolibrum» (2021 р.) не лише відмовився від використання тварин, а й підпорядкував увесь виступ єдиному сюжету, в якому торкнувся гострої екологічної проблеми – шкідливості пластикових відходів. Прикметно, що частина одягу артистів виготовлена з пластикового сміття. В шоу грають жонглери, повітряні гімнасти, еквілібристи й актори театру пластичної комедії<sup>2</sup>.



Пост-цирк «Raw Art» у сюжетних номерах зорієнтований на мінімалізм в дизайні костюмів (зазвичай костюмом є повсякденний молодіжний одяг), альтернативний музичний супровід (хіп-хоп, рок тощо), поєднання різних жанрів сценічного мистецтва<sup>3</sup>.

Технологічне циркове шоу «Інші», презентоване в Малому залі Палацу «Україна» в лютому 2021 р. є третім шоу в Україні, де застосовано 3D-технологію, завдяки якій глядачі занурені в ілюзорний кіносвіт, де артисти і віртуальні об'єкти зливаються воедино. У космошоу вперше в Україні використано систему іспанських дзеркал зі спеціальним напиленням. Окрім цього застосовано екран 4К та 3D-екрани з космічною

---

<sup>1</sup> Шість найвідоміших в світі цирків без тварин. URL : <https://osvitanova.com.ua/posts/3686-shist-nai-vidomishykh-v-sviti-tsyrkiv-bez-tvaryn> (дата звернення : 10.02.2022).

<sup>2</sup> «ECOLIBRUM» – цирк нової генерації. Експеримент розпочато! URL : <https://kievvlast.com.ua/style/ecolibrumtsirk-novoi-generatsii-eksperiment-rozpochato> (дата звернення : 10.02.2022).

<sup>3</sup> Офіційний сайт Raw Art. URL : <http://rawart.ua/> (дата звернення : 10.02.2022).

графікою. Загалом, загальна вага всіх конструкцій сцени та світлодіодних екранів становила біля 10 тон<sup>1</sup>.

**Шоу та фестивалі** розвиваються в загальному мейнстрімі виконавчих мистецтв сьогодення. Загалом, шоу-програми поділяють на види: ток-шоу, що можуть бути політичними, культурними, історичними, соціальними та економічними; шоу зірок естради; реаліті-шоу, серед яких виокремлюють «шоу знайомства», «шоу талантів», «шоу професії», «шоу навчання», «шоу-пригода «шоу виживання» тощо; масові видовищні шоу-програми, що поєднують у собі елементи попередніх видів<sup>2</sup>.

Науковці виділяють наступні характерні риси шоу:

- синтезованість (поєднання в одній програмі різних видів мистецтв з сучасними технологіями);
- інтерактивність (взаємодія з глядачем);
- видовищність;
- презентаційність (орієнтація на показ);
- маркетингова прагматичність (шоу повинно подобатись, щоб мати прибуток і бути затребуваним у майбутньому);
- маніпулятивність (нав'язуваність певної позиції, естетичних ідеалів);
- карнавальність (зовнішній ефект),
- гедоністичність (орієнтація на задоволення);
- орієнтація на «зірку» (кумира)<sup>3</sup>.

Метою сучасних танцювальних шоу є популяризація танцю у всіх його варіаціях, стилях і техніках. Це досягається за рахунок поєднання елементів різних хореографічних систем, залученням акробатичних трюків, пластики тощо<sup>4</sup>. Такий синкретизм забезпечує шоу жанрову невизначеність, непередбачуваність, емоційність та перетворює його на масовий продукт, розрахований на широке коло споживачів.

Одним з перших грандіозних танцювальних проєктів в Україні став «Майданс», організований телеканалом «Інтер» з місцевими

---

<sup>1</sup> 10 тонн декорацій та іспанські дзеркала. Розповідаємо про виставу «Інші» – технологічний цирк світового рівня. URL : <https://bit.ua/2021/05/inshi-tsyрк-svitovogo-givnuu/> (дата звернення : 10.02.2022).

<sup>2</sup> Якобчук О. В. Еволюція шоу-програм : минуле та сучасність. *Культура України*. 2018. Вип. 61. С. 334.

<sup>3</sup> Базела Д. Д. Танцювальні шоу кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2015. Вип. 16. С. 85.

<sup>4</sup> Наконечна О. В. Проблеми та перспективи танцювальних шоу-програм в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2017. № 2. С. 160.

адміністраціями. Це шоу офіційно внесене до «Книги рекордів Гіннеса» як наймасштабніший та наймасовіший танцювальний проєкт у світі<sup>1</sup>.

Поміж телевізійних вітчизняних шоу-програм найпопулярнішими є «Танці з зірками», «Танцюють всі!», «Голос країни», «Х-фактор» тощо. Спосіб організації цих програм забезпечує залучення до проєктів учасників з усіх регіонів України. В подальшому частина з них стають популярними й продовжують працювати у цій сфері на професійному рівні. Зокрема, учасники таких шоу були залучені до постановок відомих 3D-шоу «Барон Мюнхгаузен» (2010 р.), «Вартові мрій» (2015 р.), «Дім Таємничих Пригод» (2017 р.), «Winterra. Легенда казкового краю» (2018 р.), численних відомих флеш-мобів, перформансів (офіційні церемонії відкриття та закриття Євро-2012) тощо [12, с.169–171].

Одним із перших наймасштабніших вітчизняних 3D-шоу вважається «Барон Мюнхгаузен» – спектакль (танцювальний мюзикл, шоу-вистава), декорації в якому побудовані на використанні проєкційних технологій<sup>2</sup>. Танцюристи злітають у повітря за допомогою пневматичних ліфтів та хмар-батутів, виконують складні акробатичні трюки. Управління світлом і відео синхронізується зі звуком через тайм-код MIDI, що забезпечує гармонійне поєднання всіх елементів шоу. Завдяки передній та задній відеопроєкції дійство виглядає об’ємним і зачаровує.

У 2019 р. знаковим став музичний 3D-перформанс «Vivaldianno. Місто дзеркал». У ньому за допомогою спецефектів (анімація, живі та відеотіні, тривимірне зображення), світлового оформлення, хореографії, живого виконання класичної музики відтворено життя генія епохи бароко Антоніо Вівальді, а його музичні твори стали супроводом сучасного танцю та рок-оранжування<sup>3</sup>.

Усі подібного роду шоу та фестивалі є полікультурними, розрахованими не лише на вітчизняного глядача. Глобалізація та мультикультуралізм надають цим мистецтвам інтернаціонального характеру, поєднуючи і переплітаючи культури різних епох та народів.

Сучасним способом популяризації виконавських мистецтв є створення цифрових платформ на зразок Digital Theater, theatresonline.com,

---

<sup>1</sup> Базела Д. Д. Танцювальні шоу кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2015. Вип. 16. С. 87.

<sup>2</sup> Базела Д. Д. Танцювальні шоу кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2015. Вип. 16. С. 88.

<sup>3</sup> Юдова-Романова К. В. Цифрові 3D мепінг технології у творах сценічного мистецтва в Україні. *DANCE STUDIES*. 2020. Vol. 3. № 2. С. 171–172.

timeout.com, stream.theatre, scenesaver.co.uk, які пропонують у якості послуг отримати доступ до найкращих постановок, мюзиклів, опер, балету, шоу в будь-якому місці та в будь-який час; знайти розклад та посилання на онлайн-трансляції подій; забезпечити технічну підтримку безперервної онлайн-трансляції дійства; надсилати актуальні пропозиції щодо інтересів користувача; «орендувати» бажану виставу в цифровому форматі на 48 годин тощо. В Україні подібні послуги пропонують OpenTheatre, theatre.lov, hover.link, Open Opera Ukraine. Прикметно, що частина надаваних послуг – безкоштовна<sup>1</sup>.

Таким чином, виконавські мистецтва тяжіють до взаємопоєднання і все частіше набувають форм шоу, у яких переплетені танок, спів, гра, циркові трюки і все це обов'язково з використанням технічних засобів. Останні уможливають такі художні рішення, які в умовах класичних постановок були неможливі. Завдяки цьому сценічне мистецтво стає видовищним, інноваційним і креативним.

---

<sup>1</sup> «Театр 360 градусів»: між мистецтвом і технологіями. URL : <https://gwamedia.com/teatr-360-gradusiv-mizh-mistecztvom-i-tehnologiyami/>

## РОЗДІЛ 4. ІГРАШКИ ТА ІГРИ

### 4.1. Загальна характеристика сектору

Виробництво іграшок відоме ще з давніх часів. Однак, становлення цієї індустрії відбувається упродовж ХХ ст. Одним з головних призначень іграшки є розвиток і формування особистості. Тому саме творчий підхід важливий при розробці та оформленні іграшок та ігор. У зв'язку з цим ця індустрія у середині ХХ ст. стала сектором креативної економіки.

Згідно з класифікацією Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), найпоширенішою в світі, іграшки віднесено до групи функціонального креативу, підгрупи дизайну сукупно з дизайном ювелірних виробів, оформленням інтер'єру та модою<sup>1</sup>. Всесвітня організація інтелектуальної власності відносить іграшки до проміжних галузей авторського права<sup>2</sup>.

Однак, український урядовець, затвердивши 24 квітня 2019 р. перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, не включив до нього виробництво іграшок та ігор як окремих сектор<sup>3</sup>. Він є одним з видів економічної діяльності, віднесених до класу 32.40, що включає виготовлення ляльок (одягу і аксесуарів для них); іграшкових тварин, музичних інструментів; гральних карт; настільних і подібних до них ігор; електронних ігор: шахів тощо; мініатюрних іграшкових моделей та подібних виробів; електричних потягів; будівельних наборів, дитячих конструкторів тощо; виробів для розваг, настільних або кімнатних ігор; іграшок на колесах, призначених для катання дітей, у т. ч. пластмасових і триколісних велосипедів; ігор-головоломок і подібних виробів тощо<sup>4</sup> [1].

---

<sup>1</sup> Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. Р. 8. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> Галахова Т. О. Креативні індустрії : теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки.* 2014. Вип. 9. Частина 4. С. 11.

<sup>3</sup> Про затвердження переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 р. № 265-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення : 10.05.2022).

<sup>4</sup> КВЕД-2010 : Клас 32.40. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/32/KVED10\\_32\\_40.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/32/KVED10_32_40.html) (дата звернення : 12.02.2022).

У звіті «Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України» (2019 р.), підготовленому командою Центру аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки у партнерстві з Кімонікс Інтернешнл Інк на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України, у розділі 2.2 «Міжнародна торгівля» іграшки та ігри віднесено до ТОП-5 товарних груп за обсягами експорту та імпорту креативних індустрій України<sup>1</sup>. Тож спостерігаємо певний парадокс ситуації: з одного боку – вітчизняне законодавство не визнає іграшки та ігри сектором креативних індустрій, з іншого – низка експертів включає їх до аналітичних звітів, послуговуючись міжнародною практикою.

Головною передумовою, що визначила вектор розвитку іграшок та ігор як креативного сектору, стало формування «дитячого світу» з своїми модою, канонами краси, набором статусних іграшкових речей тощо. Це призводить до появи так званих «дитячих зон» у дорослому світі (супермаркетах, торгово-розважальних центрах). Іграшка для того, щоб відповідати новим умовам, повинна мати свій оригінальний декор, дизайн. Відповідно – виникають бренди в цій індустрії, кожен з яких в умовах жорсткої конкуренції намагається запропонувати щось незвичайне.

#### **4.2. Тенденції розвитку**

Тенденціями індустрії іграшок та ігор як креативного сектору вважаємо:

*а) динамічність як невід’ємна частина цієї індустрії.* Це зумовлено специфічним споживачем іграшкової продукції. Оскільки у дітей короткотривала увага, то вони швидко змінюють свої захоплення. Цікава й актуальна сьогодні іграшка, завтра вже може стати не потрібною. Отже, виробник, якщо він хоче мати успіх, повинен удосконалювати свою продукцію, постійно креативити, відповідаючи на запити дитячої аудиторії;

*б) залежність від теле-, кіно- та мультиплікаційної індустрії.* Сучасні діти зростають в медіа-суспільстві. Відповідно їхні смаки часто формуються під впливом кіно, мультфільмів, телепередач. Дослідження психологів показали, що діти, старші за 4 роки, у 70% випадків купують

---

<sup>1</sup> Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. С. 22. URL : <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

товари саме з героями улюблених фільмів чи шоу<sup>1</sup>. Тож іграшки, які мають анімаційний контент, користуються більшим попитом;

*в) поява нових оригінальних та нестандартних трендів:*

– випуск «іграшкових світів», об'єднаних однією темою. У сучасному світі популярними стають серійні іграшки. Їх випускають не одразу, а впродовж певного періоду, що підігріває інтерес дитини, викликає прагнення зібрати повну колекцію. Одним із найуспішніших прикладів є лялька Barbie, що з'явилася на ринку наприкінці 1950-х років й не втратила своєї актуальності до сьогодні.

Інколи такі іграшки «приховані», продаються «всліпу». Покупець не знає, що отримає, доки не здійснить покупку і не розпакує товар (колекційні серії LOL, «Кіндер-сюрприз»);

– поширення іграшок відкритого типу, призначених для спільного проведення часу усіма членами сім'ї. У наш час коло споживачів індустрії іграшок та ігор розширилося. До нього додалися молодь та дорослі. Це пов'язано, передовсім, з прагненням людини розслабитися, забути про проблеми, відволікти увагу. Їй не забуваємо про істину: «У кожного дорослого в душі все ще живе маленька дитина, яка любить гратися, дуріти та багато сміятися». Тому серед дорослої аудиторії популярними є головоломки, конструктори, настільні ігри тощо. До того ж, часто така покупка об'єднує усіх членів сім'ї «за одним столом», що є трендом сучасного суспільства;

– виробництво іграшок та ігор, що потребують синхронізації з іншими пристроями<sup>2</sup>. Маються на увазі додатки до гаджетів, що розширюють можливості для гри. Наприклад, за допомогою додатку для мобільного пристрою можна відстежувати емоції, повну карту дорослішання, бачити ім'я робота-щеняти PUPBO (Папбо) компанії Silverlit;

– поява інтерактивних іграшок. Це так звані S.T.E.A.M.-іграшки або ігрові набори, що спонукають дітей вивчати, конструювати, винаходити,

---

<sup>1</sup> Загарницька І. Проблеми та перспективи становлення вітчизняної індустрії дитячих товарів. *Вісник Інституту розвитку дитини*. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія. 2015. Вип. 37. С. 24.

<sup>2</sup> Поліщук К. М. Сучасна іграшка : актуальність, тенденції, перспективи впливу на дитину. *Освітній дискурс. Гуманітарні науки*. 2019. Вип. 13. С. 85.



впроваджувати інновації та мислити креативно<sup>1</sup>. STEAM – аббревіатура від англійських Science (наука), Technology (технології), Engineering (інженерія), Art (мистецтво), Mathematics (математика). Така іграшка поєднує в собі усі ці п'ять напрямів людської діяльності, сприяючи гармонійному розвитку особистості. Виокремлюють наступні види S.T.E.A.M.: робототехніка; набори для творчості; 3D-пазли; радіоелектронні конструктори; іграшки на основі Arduino; ігри, які знайомлять з програмуванням. Створюючи такі іграшки своїми руками, діти навчаються проводити досліди, в ігровій формі засвоювати закони природи, виготовлювати складні конструкції, влаштовувати настільні торнадо, будувати домашні планетарії, корабельні доки, космічні станції, запускати штучні ракети тощо. Наприклад, з наборами STEAM Discovering «Закони Ньютона» дитина сконструює 8 моделей (перегоновий автомобіль, літак, кабіна в русі, вентилятор гравітації, автомобіль для зіткнення, баліста та інші), за допомогою яких побачить, як кінетична енергія перетворюється в потенційну. Такі іграшки та ігри залучають до освітнього процесу, використовуються у позаурочній освіті;

– поява ляльок, що відрізняються від традиційних будь-якими зовнішніми виявами<sup>2</sup>. Такі іграшки, прищеплюють навички толерантності, терпимості, розуміння «інакшості» окремих людей. До них відносяться ляльки різної статури, зросту, кольору шкіри, з інклюзивними ознаками тощо. Так, у 2020 році колекція Barbie поповнилася лялькою з протезом, в інвалідному візку та зі шкірним захворюванням «вітиліго»;

г) курс на екологічність при виготовленні сучасних іграшок. Ця тенденція індустрії іграшок та ігор стає все більш актуальною з кожним роком. Це стосується як зменшення пластику, використовуваного в упаковці іграшок, так і вимог до матеріалів, з якої виготовляють її саму. З'являється новий різновид продукції – есо-friendly іграшки. Наприклад, данська компанія Lego в конструкторах листя, кущі та дерева виготовляє з пластику, отриманого з цукрової тростини. Нею розроблено довгострокову програму (до 2030 р.) з упровадження екологічно безпечних матеріалів у

---

<sup>1</sup> Овчинников П. Ринок іграшок України в 2021 році в цифрах. URL : <https://ua-retail.com/2021/11/rinok-igrashok-ukra%D1%97ni-v-2021-roci-v-cifrax/> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Популярні тенденції іграшок для розвитку дитини. *Рівне-ракурс*. 2019. № 940. URL : <https://rakurs.rovno.ua/info.php?id=28862&print=1> (дата звернення : 23.01.2022).

виробництво власної продукції та пакування. Аналогічну позицію займає й корпорація MGA Entertainment, відома виробництвом іграшки L.O.L.<sup>1</sup>

Популярності набувають дерев'яні та керамічні іграшки. В Україні це призвело до відродження виробництва яворівської іграшки, яка у 2011 р. прикрасила Ватиканську ялинку. Це традиційна вітчизняна забавка з яскравим розфарбуванням. Вона може бути як статичною, так і з кінетичними властивостями: на планках, з балансом, з кнопкою або з акустичними ефектами. Така проста, але винахідлива конструкція робить іграшку привабливою й динамічною<sup>2</sup>. Український бренд lislis toys також спеціалізується на просуванні дерев'яних іграшок, виготовлених вітчизняними виробниками. Їхня продукція успішно продається на ринках США, Великої Британії, Швеції, Франції тощо;

д) *вплив соціальних мереж на формування попиту на іграшки.* Сьогодні спостерігаємо зростання впливу digital-контенту YouTube, Instagram, TikTok на процес вибору та придбання іграшок. Ці мережі здатні одночасно зробити популярною будь-яку забавку. Наприклад, багато людей миттєво захотіли мати антистрес-іграшки Pop It, побачивши їх у блогерів у TikTok.

### **4.3. Продукти креативності**

Продуктами креативності в цьому секторі є втілений у іграшці фантазійний витвір творчої уяви автора.

Іграшка – це будь-який виріб або матеріал, розроблений або чітко призначений для використання у грі дітьми віком до 14 років<sup>3</sup>. Іграшки та ігри – це особливий вид товарів, що сприяє розумовому, естетичному, фізичному розвитку особи.

Іграшки класифікують за різними критеріями: віком, розміром, станом готовності, функціональними можливостями, художньо-образним

---

<sup>1</sup> Браун Л. Пластикові іграшки: настав час від них відмовитися? URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47899007> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Дещук А. Яворівська дерев'яна іграшка кінця XIX – XX ст.: конструктивні особливості та орнаментальні мотиви. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2013. Вип. 23. С. 140.

<sup>3</sup> Директива № 88/378/ЄЕС Ради про гармонізацію законодавства держав-членів щодо безпеки іграшок. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_a90#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_a90#Text) (дата звернення : 23.01.2022).

рішенням, призначенням, матеріалом виготовлення тощо<sup>1</sup>. Зокрема, за віком виокремлюють іграшки для дітей ясельного (до 3 років), дошкільного (від 3 до 6 років) та шкільного (після 6 років) віку. Найрізноманітнішим є поділ іграшок за призначенням: сенсорні, рухові, образні, суспільно-побутові та виробничо-технічні, конструкторні (Т. Менських); дидактичні, сюжетно-образні, спортивні, іграшки-забави (С. Новосьолова). За розміром іграшки бувають дрібні (3–10 см.), середні (10–50 см.), великогабаритні (С. Новосьолова, Т. Поніманська). За станом готовності виділяють готові, збірно-розбірні, заготовки та напівфабрикати для іграшок-саморобок, набір різних матеріалів для створення іграшок-саморобок (С. Новосьолова, Т. Поніманська, А. Макаренко). Функціональні можливості іграшок зумовлюють поділ на прості, з рухливими деталями, механічні, гідравлічні, пневматичні, магнітні, електрифіковані (в тому числі електротехнічні, електромеханічні, радіофіковані, на електронній елементній основі), електронні (на комп'ютерній основі), набори іграшок (або деталей), ігрові комплекти, серії, об'єднані спільною темою (С. Новосьолова, Т. Поніманська). За художньо-образним рішенням іграшки можуть бути реалістичними, узагальненими, конструктивними (С. Новосьолова, Т. Поніманська). За матеріалом виготовлення іграшки поділяють на дерев'яні, пластмасові, металічні, з тканин, гумові, з паперу і картону, з кераміки, порцеляни і фаянсу, з деревних матеріалів, пап'є-маше, з нових синтетичних матеріалів (С. Новосьолова, Т. Поніманська)<sup>2</sup>.

На сьогодні провідними виробниками дитячих іграшок в Україні є компанії: «Оріон» – пластмасові іграшки; «Інтелком» – пластмасові іграшки ТМ «ТехнОК»; «Тигрес-Люкс» – пластмасові та м'яконабивні іграшки ТМ «Тигрес»; «Нега» – дерев'яні іграшки; «Левеня» – дерев'яні іграшки ТМ «Кубіка»; «Kidsq» – м'яконабивні іграшки; Київська фабрика іграшок «Енергія Плюс» – дерев'яні конструктори, настільні та логічні

---

<sup>1</sup> Менських Т. М. Аналіз класифікації іграшок у судовій товарознавчій експертизі. URL : <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.69.html> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Менських Т. М. Аналіз класифікації іграшок у судовій товарознавчій експертизі. URL : <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.69.html> (дата звернення : 23.01.2022); Поліщук К. М. До питання класифікації сучасної іграшки. *Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету* : Збірник наукових праць звітно-наукової конференції викладачів університету за 2011 рік, 9–10 лютого 2012 року. Частина 2. Київ : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2012. С. 96–97.

ігри; «Мир Лео» – пазли, розвиваючі іграшки, набори для ліплення); компанії «Віп-Тойс» – пластмасові іграшки ТМ «Doloni-Toys»); «Kidsori Toys» – настільні ігри, розвиваючі іграшки; «ArtMade», «Bigecotoys», «Древич» – дерев'яні іграшки; «Копиця», «Даринка», «Веретено», «Українська іграшка» – м'яконабивні іграшки тощо<sup>1</sup>.

Таким чином, розробка й оформлення іграшок та ігор вимагає винахідливості, нестандартних рішень та постійних інновацій – всього того, що притаманне креативній індустрії. Базою для розвитку сектору стає «дитячий світ», що потребує матеріального заповнення, передусім, іграми та іграшковими речами. Головним двигуном нововведень у цьому секторі є природна властивість дитини до швидких змін, котра улюблену вчора іграшку робить абсолютно не цікавою сьогодні й вимагає нових розваг. Розвиток сектору та формування попиту відбувається під впливом соціальних мереж, кіноіндустрії та мультиплікації. Новими трендами в цій індустрії стають: інтерактивні іграшки, іграшки відкритого типу, «іграшкові світи», іграшки синхронізовані з гаджетами тощо. Важливою вимогою до сучасних іграшок є екологічність.

---

<sup>1</sup> Луців Н. В. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих іграшок в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки*. 2020. № 23. С. 182; Македон Г. М. Управління конкурентними перевагами м'яких іграшок. *Економіка і організація управління*. 2021. № 4 (44). С. 213.

## РОЗДІЛ 5. ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО

### 5.1. Загальна характеристика сектору

Становлення образотворчого мистецтва як сектору креативних індустрій пов'язують з процесами, що розпочалися у 60-х роках ХХ ст.<sup>1</sup>. Чинниками, що визначили головні напрями цього сектору є:

– утвердження новітніх технологій, пов'язаних зі зберіганням та ретрансляцією інформації;

– лібералізація політичного життя та соціальних норм, що створила можливість для радикальних інновацій (зменшився консерватизм; зростає толерантність суспільства до незвичних людей, явищ; нове перестало сприйматися як вороже);

– загальнодоступність та масовість творів мистецтва, розрахованих на широке коло споживачів;

– розширення кола матеріалів, що використовуються для створення зображення;

– глобалізаційні процеси, що сприяють переплетенню різноманітних мистецьких традицій. На думку дослідників, саме образотворче мистецтво найшвидше подолато мовні та культурні бар'єри й стало доступним для широкого кола осіб з різними релігійними та культурними традиціями<sup>2</sup>;

– комерціалізація мистецького життя. Саме з другої половини ХХ ст. відбувається трансформація, в ході якої мистецькі твори з переважно естетичної категорії переходять в категорію товару, виробництво та обіг якого регулюється ринковими законами – мистецтво «з царства абсолютних цінностей ... опускається до рівня виробництва цінностей товарних...» (П. Сорокін). Таким чином твори мистецтва стають такими ж елементами капіталовкладень як акції, нерухомість, золото тощо. Причому, вважається, що «вони мають майже необмежений потенціал росту ціни у часі, тобто високу «фінансову ємність»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Білик А., Ткаченко Р. Сучасне мистецтво крізь призму артринку. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип 32. Т. 1. С. 20.

<sup>2</sup> Русаков С. С. Феномен арт-ринку як проблема сучасної культурології. *Культурологічна думка*. 2019. № 16. С. 176.

<sup>3</sup> Силко Р. М., Силко Є. М. Арт-ринок як соціальна система. *Moderní aspekty vědy*: XI. Díl mezinárodní kolektivní monografie/ Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika : Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2021. С. 321–323.

Перетворення образотворчого мистецтва у креативну індустрію зумовлює появу художнього ринку, що «має справу тільки з оригінальними творами, унікальними або рідкісними»<sup>1</sup>. Розрізняють первинний (твір мистецтва продається вперше) та вторинний (здійснюється перепродаж твору) художні ринки.

Дослідники зазначають, що «стабільно високий прибуток всім учасникам ринку продажу сучасного мистецтва почали приносити лише з 2004 р.»<sup>2</sup>. А відсутність інновацій в розвитку його інфраструктури пояснюють домінуванням «державної власності в сфері колекціонування, зберігання і управління вартістю арт-активів»<sup>3</sup>.

Образотворче мистецтво як сектор креативних індустрій представлено у всіх існуючих класифікаціях – ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОІВ, моделі концентричних кіл Д. Тросбі тощо. Причому, усі вони відносять його до провідного, творчого сектору креативної економіки. У «Переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», складеному Кабінетом Міністрів України, клас 90.03 «Індивідуальна мистецька діяльність» включає роботу незалежних митців (скульпторів, художників, граверів тощо)<sup>4</sup>.

Учасниками ринку образотворчого мистецтва є художники, посередники (дилери, дистриб'ютори, музеї, галереї, аукціонні будинки, платформи, хаби тощо), споживачі, держава, професійні організації у сфері культури та спонсори<sup>5</sup>.

Художник – це митець, який, використовуючи культурні інструменти створює мистецький продукт, наділений певною символічною цінністю. Тобто на ринку він виступає як виробник художніх цінностей<sup>6</sup>.

Арт-дилер – це професіонал, який спеціалізується на купівлі і продажі творів мистецтва, пошуку нових художників, просуванні їхніх

---

<sup>1</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 32.

<sup>2</sup> Момот Т. В., Момот Д. Т. Інфраструктура ринку арт-індустрії : аналіз сучасної структури та функцій. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2018. № 2 (4). С. 35.

<sup>3</sup> Там само. С. 36.

<sup>4</sup> КВЕД-2010 : Клас 90.03. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10\\_90\\_03.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10_90_03.html) (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>5</sup> Акімов Д. І. Арт-ринки та арт-продукти у структурі маркетингу мистецтва. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 3. С. 72.

<sup>6</sup> Павліченко Н. В. Художній ринок як культурологічний та економічний феномен. *МАГІСТЕРІУМ*. 2017. Випуск 68. Культурологія. С. 74.

картин з метою продажу. Він виступає посередником між художником та споживачем і, як правило, є фахівцем з певного художнього стилю, періоду чи регіону. Сучасний художник, як правило, має власного дилера, який вирішує різноманітний спектр проблем – від побутових до менеджерських. Від його діяльності багато залежить популярність митця, що знаходить відображення й в розподілі прибутків між ними (як правило 50/50).

Художня галерея – це юридична особа, що має власне приміщення, концепцію, політику. Зазвичай спеціалізується на кількох напрямках мистецтва. Одним з її головних завдань є привернення уваги до митця і його творів з метою збільшення продажів мистецьких продуктів. Як правило, художні галереї виступають посередниками між творчою особою і бізнесом.

Аукціонні будинки – це юридичні установи, спеціально організовані для періодичного продажу творів мистецтва шляхом публічних торгів. Як правило, вони мають велику клієнтську базу, намагаються ретельно підбирати товари щоб зберегти власну репутацію.

Посередниками на арт-ринку можуть бути також експертні, страхові, аналітичні, консалтингові компанії. Вони надають фахові послуги усім учасникам художнього ринку.

Спонсори (меценати) – це фізичні (інколи – юридичні) особи, які на добровільних засадах безкорисливо патронують і просують окремих художників та їхні твори. Меценатство зазвичай не професійне. Найчастіше спонсорами виступають цінителі мистецтва, які переймаються розвитком культури.

Споживачі – це фізичні або юридичні особи, які купують твори мистецтва для власного задоволення або як економічну інвестицію<sup>1</sup>.

Держава на художньому ринку забезпечує існування законодавчої бази, що регулює існування сфери культури, авторське право, торгівельні та страхові операції, цивільні та майнові правовідносини тощо.

Професійними організаціями у сфері культури є творчі спілки, що об'єднують митців з метою забезпечення корпоративних інтересів.

---

<sup>1</sup> Момот Т. В., Момот Д. Т. Інфраструктура ринку арт-індустрії: аналіз сучасної структури та функцій. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2018. № 2 (4). С. 38–39.

## 5.2. Тенденції розвитку

Тенденціями розвитку сучасного образотворчого мистецтва як креативного сектору вважаємо:

а) *віртуалізація та діджиталізація художнього ринку та мистецького простору*, що проявляється у переведенні в онлайн-формат роботи посередників, процесу споживання й придбання мистецького продукту. Так, використання новітніх технологій дозволяє просувати, аналізувати й продавати мистецтво на онлайн-платформах та за допомогою спеціальних додатків. Зокрема, на вітчизняному арт-ринку діють: додаток One Day Auction, де можна не тільки придбати роботу сучасного художника (прикметно, що це можна зробити лише упродовж доби), а й прочитати про нього, залишити свої коментарі<sup>1</sup>; інтернет-галерея artelect.com.ua., створена з метою продажу творів живопису, графіки та фотографії сучасних авторів<sup>2</sup>; маркетплейс codeku.art, що пропонує людям творчих професій самостійно виставляти й представляти свої мистецькі продукти для подальшого продажу<sup>3</sup> тощо.

Ю. Мельник виокремлює 5 напрямів діджиталізації художнього ринку<sup>4</sup>:

– зростання ролі цифрових технологій на ринку творів мистецтва (поява арт-технологічних стартапів, заснованих на основі цифрових бізнес-моделей: оцінка творів мистецтва (ValueMyStaff – компанія, що використовує програмне забезпечення для оцінки творів мистецтва перед аукціоном, ArtForecaster – платформа, яку арт-дилери використовують для прогнозування цін на мистецькі твори), блокчейн-стартапи (ArtTracktive – програма, що пропонує цифрове підтвердження походження картин,

---

<sup>1</sup> Бурнашов І. Ю. Арт-ринок та світові горизонти сучасного образотворчого мистецтва України (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017–2018 pp.). С. 6–8. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch\\_ogliadi/2018/Art-rinok,%20aukc%D1%96oni%202018.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2018/Art-rinok,%20aukc%D1%96oni%202018.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Там само. С. 9.

<sup>3</sup> Бурнашов І. Ю. Артринок та його вплив на розвиток сучасного візуального мистецтва України (оглядова довідка за матеріалами преси, інтернету та неопублікованими документами 2019–2020 pp.). С. 12. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch\\_ogliadi/2020/oglyad1.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2020/oglyad1.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>4</sup> Мельник Ю. В. Діджиталізація світового арт-ринку. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин»*. 21.11.2019 р. С. 42–43. URL : [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/issue/view/225](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/issue/view/225) (дата звернення : 23.01.2022); Мельник Ю. В. Трансформація світового ринку творів мистецтва в умовах четвертої промислової революції. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 51–53.



Blockai – програма, що забезпечує захист авторського права на твір), встановлення автентичності робіт (TagSmart – сервіс, що використовує ДНК-технології для визначення автентичності твору), управління арт-колекціями (Artbinder, Collectrium), логістичні послуги (Arta);

– зростання обсягів онлайн-торгівлі на світовому арт-ринку. Так, у 2017 р. продажі на ринку мистецтва в Інтернеті досягли \$3,75 млрд., у 2018 р. – \$4,22 млрд., у 2019 р. – \$4,64 млрд., у 2020 р. – \$4,82 млрд., у першій половині 2021 р. – \$3,125 млрд.<sup>1</sup>;

– удосконалення цифрової та аналітичної інфраструктури світового арт-ринку. Спостерігаємо появу й розвиток аналітичних компаній і провайдерів, що на основі цифрових технологій здійснюють аналіз, формують бази даних про арт-активи, встановлюють арт-індекси на художні твори та готують звіти як про окремих митців та їхні твори, так і про арт-ринок в цілому. Це сприяє інформаційній прозорості ринку, зменшує ризики й приваблює нові інвестиції;

– цифрова конвергенція аукціонного та дилерського ринків. Спостерігається взаємодія різноманітних платформ, поєднання діяльності з обслуговування арт-галерей з онлайн-аукціонною роботою, консолідація онлайн-платформ;

– поява та розвиток блокчейн-технологій, що зберігають, шифрують та управляють даними про трансакції з арт-активами. Це означає, що змінити інформацію про мистецький продукт стає практично неможливим. Споживач може перед придбанням товару прослідкувати його попередню історію, ознайомитися з експертизою, владнати юридичні питання тощо. Тобто, таким чином забезпечується прозорий і безпечний обіг творів мистецтва.

Діджиталізація мистецького простору проявляється у використанні цифрових технологій для створення предметів мистецтва й розширення можливостей сприйняття художнього твору. Так, культурні індустрії мають змогу оцифрувати й виставляти для онлайн-перегляду свої експонати, тим самим роблячи їх доступними для споживачів<sup>2</sup>. Сюди

---

<sup>1</sup> Hiscox Online Art Trade Report Archive. *Hiscox*. 2020. URL : <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report/archive> (дата звернення : 23.01.2022); Hiscox Online Art Trade Report 2021. *Hiscox*. 2021. URL : <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Сімончук О. Як сучасні технології змінюють мистецтво. URL : <https://supportyourart.com/stories/art-technology/> (дата звернення : 23.01.2022).

віднесемо й «доповнену реальність», що активно використовують музеї, намагаючись «оживити» експонати;

б) *мірилом успішності художника є вартість його твору.* Так, картину Андрія Криволапа «Кінь. Вечір» було продано в Лондоні за \$186 тис.; твір Іллі Чичкана «ІТ» («Воно») – на аукціоні Philips de Pury за \$70 тис.; роботу Івана Марчука «Золота ніч» – на аукціоні дому «Золотое сечение» за \$96,8 тисяч; стартова ціна робіт Олександра Ройтбурда – від \$15 до \$30 тис.<sup>1</sup>. Саме цих українських художників найчастіше згадують медіа як найуспішніших. Прийняття роботи митця на торги означає його визнання. Водночас, обдарованість художника не є запорукою його комерційного успіху. Успішний сьогодні митець може залишатися таким і в подальшому або ж, навпаки, втратити свій статус;

в) *результатом креативної праці в образотворчому мистецтві є продукт, вартість якого важко визначити.* З одного боку, твір мистецтва є унікальним, з іншого – він мало залежить від собівартості його створення. Ціна полотна завжди символічна й може змінюватися згодом. Так, «картина в галереї може довго не знаходити собі покупця, але ціна на неї може не тільки не знижуватися, а з часом підвищуватися»<sup>2</sup>. До прикладу – робота «Іриси» Вінсента Ван Гога першопочатково була куплена французьким письменником Октавом Мірбо за 300 франків. А вже через 80 років вона була продана за \$54 млн. Інша картина художника – «Портрет доктора Гаше», – продана в 1990 р. за \$82,5 млн., пізніше перепродана за суму, вчетверо меншу<sup>3</sup>;

г) *практика віртуального володіння предметом мистецтва, за якої кілька музеїв та галерей купують один твір мистецтва у спільну власність, почергово демонструють його у своїх просторах й, водночас, втрачають право самостійно розпоряджатися ним*<sup>4</sup>.

д) *колаборація відомих брендів та художників, за якої бренди забезпечують матеріальну підтримку для реалізації творчих ідей митця та*

---

<sup>1</sup> Морі Є. 10 геніальних українських художників, яких знає увесь світ. URL : <https://suspilne.media/181929-10-genialnih-ukrainskih-hudoznikiv-akih-znae-uves-svit/> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Акімов Д. І. Арт-ринки та арт-продукти у структурі маркетингу мистецтва. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.* 2020. № 3. С. 72.

<sup>3</sup> Момот Т. В., Момот Д. Т. Інфраструктура ринку арт-індустрії: аналіз сучасної структури та функцій. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості.* 2018. № 2 (4). С. 40.

<sup>4</sup> Білик А., Ткаченко Р. Сучасне мистецтво крізь призму артринку. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2020. Вип 32. Т. 1. С. 21.

розширюють коло потенційних споживачів мистецького продукту. Останній, своїми нестандартними творами сприяє ще більшій популяризації бренду, підсилює його актуальність та показує здатність до розвитку. Найкраще така співпраця проявляється між фешн-індустрією та живописцем. Так, одним із перших до такої взаємодії вдався відомий французький кутюр'є Ів Сен-Лоран, який у свої колекціях використав сюжети картин Мондріана та Енді Ворхола (1965–1966 рр.)<sup>1</sup>. В Україні на початку 2021 р. фешн-бренд OVERALL створив колекцію одягу (унісекс-комбінезонів) з використанням сюжетів картин сучасних вітчизняних художників – Олександра Ройтбурда («Прощай, Караваджо», «Ейнштейн»), Романа Мініна («LOVE», «Генератор Донецького метро»), Василя Цаголова («Художник і модель»), Аліни Півненко, Миколи Маценка, Сергія Мельніченка та інших<sup>2</sup>.



*Комбінезон із зображенням картини «Прощай, Караваджо» О. Ройтбурда*



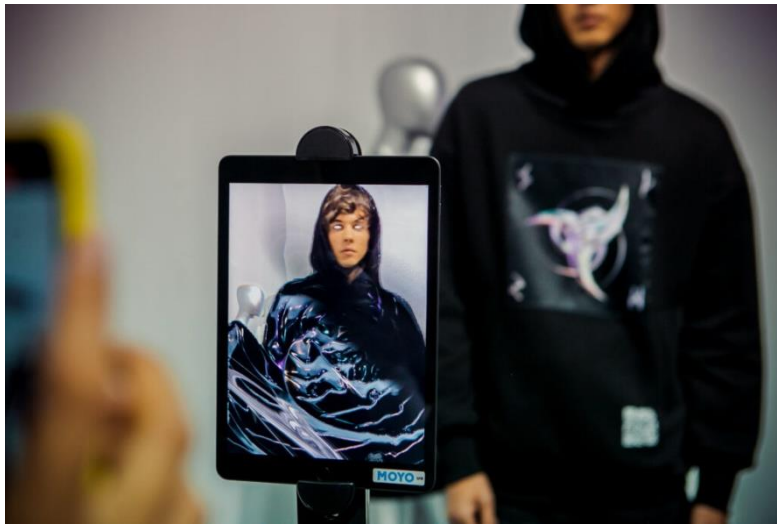
*Комбінезон із зображенням картини «Ейнштейн» О. Ройтбурда*

Улітку 2021 р. студія FFFACE.ME та бренд FINCH презентували колекцію напівцифрового одягу в колаборації з українськими та міжнародними художниками (Денис Росієв та Олексій Єфремов, Данило Манжос та інші). Кожен з художників колаборації створив власний принт,

<sup>1</sup> В Україні появился бренд комбінезонов с изображениями картин украинских художников. URL : <https://www.ukrinform.ru/rubric-culture/3198111-v-ukraine-poavilsa-brend-kombinezonov-s-izobrazheniami-kartin-ukrainskih-hudozhnikov.html> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Запустили бренд одягу з картинами українських художників. URL : <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-news/308167-zapustili-brend-odyagu-iz-kartinami-ukrayinskih-hudozhnikov> (дата звернення : 23.01.2022).

який активує унікальний AR-дизайн при наведенні на нього камери смартфона з увімкненим Instagram-фільтром<sup>1</sup>.



*Одяг від FFFACE.ME x FINCH / FINCH*

Такий одяг надає нове життя відомим картинам, знайомить широку аудиторію з творчістю митця й підтримує його матеріально, адже художники, згідно з контрактом, отримують відсоток від продажів;

*е) продуктом сучасного мистецтва може виступати не конкретний матеріальний твір, а ідея.* Продаж оригінальної, незвичайної, часто скандальної, ідеї приносить митцю високий прибуток. Так, у 1961 р. італійський художник Мандзоні повідомив, що помістив власні екскременти в консервні бляшанки, проголосивши їх витвором мистецтва під назвою «Лайно художника». Кожна банка мала вагу 30 г (загалом їх було 90). Вона була з автографом, пронумерована й підписана «100-відсоткове лайно художника». Ціна за один арт-об'єкт була встановлена на рівні ціни за золото тієї ж ваги, що й бляшанка. На той час – це \$37. Як виявилось пізніше – це був жарт, виклик, провокація митця-концептуаліста другої половини ХХ ст., адже за словами колеги Мандзоні, в банку поміщено звичайний гіпс<sup>2</sup>. Такий вчинок зробив художника знаменитим й довів, що цінним в мистецтві може бути ідея, а не її матеріальне втілення.

<sup>1</sup> Український бренд у співпраці з художниками представив колекцію digital одягу. URL : <https://celement.com.ua/archives/5472> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Багдасарова С. Правда ли, что один современный художник продал свои фекалии за огромные деньги? URL : <https://provereno.media/2021/04/07/pravda-li-chto-odin-sovremennyj-hudozhnik-prodal-svoi-fekalii-za-ogromnye-dengi/> (дата звернення : 23.01.2022).

Р. Силко та Є. Силко у публікації «Арт-ринок як соціальна система» наводять цитату Пітирима Сорокіна, який ще у 50-х роках ХХ ст. писав: «Для того, щоб успішно «продаватися» на ринку, мистецтву доводиться вражати публіку, бути сенсаційним»<sup>1</sup>;



П. Мандзоні «Лайно художника»

є) «розкрутка» художника є невід’ємною рисою образотворчого мистецтва як сектору креативних індустрій. На думку Р. Силко та Є. Силко «... при грамотно збудованому піарі навіть якась найпростіша геометрична фігура здатна стати досягненням мистецтва. У даному випадку, мистецтво полягає, звичайно, не у тому, що цю фігуру зобразили, і не у тому, як її зобразили, а у тому, як її подали...»<sup>2</sup>. Це призводить до появи «брендів» у мистецтві, адже сучасний споживач відвідує виставки й купує картини не тому, що вони мають мистецьку цінність, а тому, що належать відомому («модному») авторові. Часто це відбувається не через естетичні смаки, а через бажання вважатися знавцем мистецтва<sup>3</sup>;

ж) креативність проявляється не скільки в створенні нового, не баченого до цього твору, скільки в нетрадиційному його прочитанні чи подачі. Твором мистецтва може стати будь-яка річ, якщо художник зможе переконати публіку, що вона наділена високим змістом й завдяки цьому є унікальною. Прикладом може слугувати творчість британського художника Демієна Херста, роботи якого створені з використанням тіл мертвих тварин (акула, вівця, корова), комах, риб, скелетів, товарів

<sup>1</sup> Силко Р. М., Силко Є. М. Арт-ринок як соціальна система. *Moderní aspekty vědy* : XI. Díl mezinárodní kolektivní monografie/ Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika : Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2021. С. 323.

<sup>2</sup> Там само. С. 329.

<sup>3</sup> Романенкова Ю. В. Мистецтво як творчий процес і арт-бізнес як його наслідок. URL : [https://www.researchgate.net/publication/343862851\\_MISTECTVO\\_AK\\_TVORCIJ\\_PROCES\\_I\\_ART-BIZNES\\_AK\\_JOGO\\_NASLIDOK](https://www.researchgate.net/publication/343862851_MISTECTVO_AK_TVORCIJ_PROCES_I_ART-BIZNES_AK_JOGO_NASLIDOK) (дата звернення : 23.01.2022).



щоденного вжитку тощо. Зокрема, найдорожчою його роботою вважається знаменитий череп «Заради Божої любові», інкрустований діамантами. Створивши такий «шедевр», художник пояснив: «Для мене це спосіб прославити протистояння смерті. Коли дивишся на череп, ти думаєш, що це символ кінця, але якщо кінець такий прекрасний, то він вселяє надію. А діаманти – це досконалість, ясність, багатство, секс, смерть і безсмертя. Вони символізують вічність, але вони мають і темну сторону»<sup>1</sup>;



*Д. Херст «Заради Божої любові»*

з) поєднання у творі мистецтва різноманітних технік та використання нетрадиційних інструментів при його написанні. Так, іспанський художник Мігель Ендара малює картини у стилі пуантилізм за допомогою звичайної чорнильної ручки. Аргентинський митець Леандро Гранато створює малюнки за допомогою очей, заливаючи в них фарбу і вибрижуючи її на полотні цівками. Португалець Александре Фарто (Vhils) – вуличний художник, який формує зображення, руйнуючи стару штукатурку на будинках. Малайська художниця Хонг Йі (Red) творить картини, використовуючи замість пензлика пір'я, квіти, свічки, дерев'яні палички для їжі, футбольні та баскетбольні м'ячі тощо. Британець Ян Кук використовує для створення полотн іграшкові машинки на радіоуправлінні або справжні машини. Українські митці Роман і Надія Федіни малюють картини за допомогою мастихіна – спеціального ножа для змішування фарб, чищення палітри, нанесення густої фарби мазками чи штрихами;

и) основним місцем презентації продуктів креативності є мистецькі галереї, платформи, центри тощо. Так, найвідомішими просторами сучасного мистецтва в Україні є «Дзига» (м. Львів), «IconArt» (м. Львів),

---

<sup>1</sup> Все, що потрібно знати про Демієн Херст. URL : <https://499c.ru/uk/vse-chto-nuzhno-znat-o-demiene-herste-demien-herst---odin-iz-samyh/> (дата звернення : 23.01.2022).

«Центр Шептицького» (м. Львів), «Detenpyla gallery» (м. Львів), «Харківська муніципальна галерея і АРТпідвал» (м. Харків), «Come In» (м. Харків), «VOVATANYA» (м. Харків), «ЄрміловЦентр» (м. Харків), «Invogue#Art» (м. Одеса), «Музей сучасного мистецтва Одеси» (м. Одеса), «ХудПромо» (м. Одеса), «Артсвіт» (м. Дніпро), «PinchukArtCentre» (м. Київ), «Voloshyn Gallery» (м. Київ), «Щербенко Арт Центр» (м. Київ), «Виставковий центр «Золотое сечение» (м. Київ), «Центр сучасного мистецтва М17» (м. Київ), «JUMP Contemporary Art Center» (м. Полтава), «Детектор» (м. Івано-Франківськ) тощо.

Таким чином, трансформація образотворчого мистецтва в один із секторів креативних індустрій розпочалася в 60-х роках ХХ ст. в епоху постмодерну. Це сформувало обличчя цього сектору, окреслило головні тенденції його розвитку. Саме в цей час формується художній ринок – новий економічний та соціокультурний феномен сучасності. Його головними гравцями стали художники, посередники, споживачі, держава, професійні організації митців і спонсори. Вони не лише створюють, купують, продають чи колекціонують картини, а й визначають напрями розвитку сучасного мистецтва.

### **5.3. Продукти креативності**

Продуктами креативності в цьому секторі є художній образ, створений митцем у формі скульптури, графіки, живопису тощо та послуги, надані посередниками<sup>1</sup>.

Художній образ – ключове поняття мистецької діяльності, адже саме завдяки йому художник відображає дійсність, висловлюючи власні думки. Тобто образ є формою мислення в мистецтві. Він має зазвичай двояку сутність: з одного боку конкретний (відтворює реальну людину, річ, явище тощо); з іншого – за допомогою образів створюється цілісна картина світу<sup>2</sup>. Вона пов'язана з історико-культурною епохою. Виокремлюють художні образи Античності, Середньовіччя, Відродження, Бароко, Романтизму, Класицизму, Модерну тощо. Сучасну добу означають як постмодерну. Вона характеризується не скільки творенням нових художніх

---

<sup>1</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 32.

<sup>2</sup> Максименко. Ю., Синенький Д. Теоретичні засади пізнання художнього образу. *Психологія і суспільство*. 2009. № 4. С. 181.

образів, скільки переосмисленням і поєднанням попередніх. Тому сучасний художній образ формується через нестандартне прочитання раніше створеного, поєднання колись несумісних матеріалів, інструментів, технік. Як наслідок – важливий підтекст – часто прихований і неявний, що потребує пояснення, оскільки без нього важко зрозуміти зображуване.

Художній образ є «... результатом осмислення дійсності, яка постає в мистецтві у трансформованому фантазією художника вигляді»<sup>1</sup>. Тому головним в живописі є художник. Кожен митець, творячи свій «шедевр», може не лише відображати дійсність, а й створювати нову реальність. Це особливо актуально в сучасному образотворчому мистецтві, де цінується креативність, нестандартність й ексцентричність в роботах художників.

На сьогодні, крім художнього образу, не менш важливим продуктом креативності виступають послуги посередників, пов'язані з просуванням та продажем мистецького продукту. У дисертаційному дослідженні «Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві» А. Калашнікова наводить цитату, що показує роль посередників на ринку образотворчого мистецтва: «Художники написали картини, але потрібен представник арт-світу, щоб зробити їх витворами мистецтва»<sup>2</sup>.

Таким чином, якщо раніше продуктом креативності в образотворчому мистецтві виступав, передовсім, художній образ, то тепер ним також є художні акти, послуги, надані посередниками, нестандартні й часто провокативні ідеї, піар-акції тощо. Це залучає до творчого пошуку не лише художника, а й споживача, спонсора, посередника тим самим перетворюючи образотворче мистецтво на індустрію, спрямовану на отримання прибутку. Однак, серцевиною останньої все одно залишається творчість, що дозволяє позиціонувати її як креативну.

---

<sup>1</sup> Ткаченко А. В. Художній образ як ключове поняття в естетичному вихованні. *Наука і освіта*. 2016. № 12. С. 65.

<sup>2</sup> Калашнікова А. Ринок образотворчого мистецтва : соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04. Харків, 2015. С. 83.



## РОЗДІЛ 6. РЕМЕСЛА

### 6.1. Загальна характеристика сектору

Ремесла, з одного боку – автентична частина нашої культури, а з іншого – реально діюча галузь економіки, що реагує на потреби суспільства, перспективний сектор креативних індустрій, адже ремісничі вироби користуються чималою популярністю в сучасного споживача. Він усе частіше прагне придбати річ, зроблену вручну, з яскраво вираженою індивідуальністю, неповторною енергетикою та історією й, водночас, відносно недорогою, естетично привабливою й функціональною. Разом із тим, крафти є дієвим засобом забезпечення зайнятості населення чи надання підробітку людям особливо в невеличких містечках та дозволяють реалізувати особі свій творчий потенціал. Отож ремесло – це частина бізнесу й побуту сучасної людини, що має свої кількісні, грошові та мистецькі виміри.

В основі розвитку цього сегмента лежить бажання людини бути унікальною й отримувати емоційне задоволення від утилітарних речей. Поєднуючи творчість, мистецтво, практичність та комерційність ремесла в сучасному світі постають органічною складовою креативних індустрій.

У сучасних українських довідкових виданнях ремесло трактується як «дрібне виробництво готових виробів, що базується на ручній техніці»<sup>1</sup>. Таким чином, ремісник, як правило самостійно виробляє готовий вибір вручну, спираючись на відпрацьовані технології.

Ремесла як сектор креативних індустрій відображені у всіх існуючих класифікаціях. Так, згідно з найпоширенішою міжнародною систематизацією Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) ремесла віднесені до групи культурної спадщини підгрупи «традиційні види культурного самовираження»<sup>2</sup>. Відповідно до моделі класифікації ЮНЕСКО ремесла відносяться до основних (кореневих) індустрій (Industries in core cultural domains), тобто тих, які безпосередньо

---

<sup>1</sup> Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури : Словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. С. 497.

<sup>2</sup> Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. P. 8. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

виробляють творчий продукт<sup>1</sup>. Економіст Девід Тросбі, виокремлюючи чотири концентричних кола креативних індустрій, поміщає ремесла до третього, називаючи його культурні індустрії. Присутні ремесла і в класифікації креативних індустрій Джона Хокінса<sup>2</sup>.

Тож, вищеподані класифікації відносять ремесла до основних творчих секторів креативної економіки. Їхні вироби за своїм експортним обсягом займають третє місце поміж креативних товарів України, поступаючись лише продукції дизайну та видавничої справи<sup>3</sup>. У «Експортній стратегії України («дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки», схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017–р до перспективних секторів економіки віднесено такі креативні індустрії як творчі ремесла та декоративно-прикладне мистецтво<sup>4</sup>.

## 6.2. Тенденції розвитку

Тенденціями розвитку ремесла як креативного сектору вважаємо:

а) *поєднання функціональності виробу з мистецькою ідеєю*. Якщо для мистецтва головною є естетична цінність твору, а для промислового виробу найважливішим є його функціональне призначення, то креативний ремісничий продукт стирає грані між цими антиподами, об'єднуючи в своєму продукті «красиве» та «корисне»;

б) *ремесла базуються на усталених народних традиціях, творчо переосмислених під потреби сучасності*. Адже ремесла – це той вид діяльності, що базується в першу чергу, на ручній роботі, якій притаманна традиційність та канонічність і, відповідно, тяглість. Креативність же проявляється у вмінні майстрів розвинути, доповнити, збагатити, осучаснити цю традицію. Це часто розкривається через ігнорування

---

<sup>1</sup> Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки : досвід та напрями розбудови : монографія. Львів, 2017. С. 106.

<sup>2</sup> Галахова Т. О. Креативні індустрії : теоретично-методологічні підходи вивчення. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2014. Вип. 9. Частина 4. С. 12.

<sup>3</sup> Експортна стратегія для сектору креативних індустрій (дослідження). 2019–2023. С. 18. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=994b0513-1759-4b3b-a80a-0e70f015017d&tag=SektorKreativnikhIndustrii> (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>4</sup> Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017–р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80#Text> (дата звернення : 23.01.2022).

стандартного набору мотивів твору, поєднанні в сюжеті запозичень з різних культур;

в) розширення способів «художньої виразності» через поєднання різних матеріалів (металу, скла, дерева, каменю, глини, пластику, коштовних металів, дорогоцінного каміння тощо) в одному виробі. Наприклад, родинна майстерня «Yerшов» у ювелірних виробках суміщає коштовне каміння, метал та ріг; Катерина Титова – метал та акрилове скло тощо;

г) поєднання традиційних ремісничих технік і новітніх технологій при створенні виробу. Зокрема, у першій ковальській скульптурній композиції «Букет майстрів», представленій на фестивалі «Свято ковалів» у 2006 р., використано традиційну технологію «проколювання всіх деталей композиції вручну методом гарячого та холодного кування»<sup>1</sup>. На одеському ковальському підприємстві «Артферрум» використовують як найсучасніші технології обробки металу, так і традиційні горна та молоти<sup>2</sup>;

д) презентація продуктів креативності часто відбувається під час спеціалізованих виставок, фестивалів, бієнале тощо. Так, найбільш відомими «ковальськими» фестивалями є Міжнародний фестиваль емалі в Києві, «Залізний лев» у Львові, «Свято ковалів» в Івано-Франківську, «Солом'яна птаха» у Луцьку, «Металеве серце України 2013» у Рівному, «Гамора» на Закарпатті, «ВакулаФЕСТ – XXI» в Опішному та ковальський фестиваль ножових майстрів у Миргороді на Полтавщині тощо<sup>3</sup>. У київській галереї «Митець» за останні 15 років було проведено 9 виставок українського ковальства. Аналогічні виставки відбуваються й у інших містах України: Івано-Франківську, Дніпрі, Ужгороді, Полтаві, Запоріжжі тощо<sup>4</sup>. Керамічні вироби презентують на різноманітних Міжнародних

---

<sup>1</sup> Матоліч І. Я. Тенденції розвитку ковальського мистецтва (за підсумками міжнародного фестивалю «Свято ковалів», м. Івано-Франківськ). *Art and Design*. 2020. № 2. С. 75–76. URL : <http://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/09/73-82-МАТОЛІЧ.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Роготченко С. Досвід одеського підприємства «Артферрум» як один зі шляхів відродження ковальського мистецтва. *Мистецтвознавство України*. 2018. № 18. С. 209.

<sup>3</sup> Матоліч І. Я. Тенденції розвитку ковальського мистецтва (за підсумками міжнародного фестивалю «Свято ковалів», м. Івано-Франківськ). *Art and Design*. 2020. № 2. С. 74. URL : <http://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/09/73-82-МАТОЛІЧ.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>4</sup> Роготченко С. Збереження традицій та впровадження інновацій у ковальському мистецтві України від 1970 років до сьогодення. *Сучасне мистецтво*. 2018. Вип. 14. С. 293.

бієнале кераміки, фестивалів «ЦеГлина», «Ceramic Art Week», «Феєрія гончарства», «Мальований дзбаник», виставках «Кераміст» у Запоріжжі, «Завод» в Музеї українського народного декоративного мистецтва, «Мистецькі верлібри» у Харкові, «Лабіринти ЛКСФ» у Львові та інших подібних заходах;

е) обмін досвідом і взаємодопомога через об'єднання в творчі асоціації. Прикладом є Асоціація «Кільце європейських ковальських міст», одним із завдань якої є сприяння розвитку ковальства в Європі. Від України членами асоціації є міста Донецьк та Івано-Франківськ<sup>1</sup>. Підтримку майстрів-гончарів здійснює Національна спілка майстрів народного мистецтва України<sup>2</sup>.

Таким чином, ремесла, будучи частиною культурної спадщини і сучасного мистецького простору країни, є складовою реально діючого креативного сектору економіки. На сьогодні ця індустрія розвивається у трьох напрямках: мистецькому – представленому у вигляді оригінальних авторських творів у галереях, виставкових залах, музейних і приватних колекціях; туристичному як частина місцевої автентики, що здатна слугувати додатковою принадою для туриста та архітектурному – в інтер'єрі та екстер'єрі будівель.

### 6.3. Продукти креативності

Продуктами креативності в індустрії ремесел є предмети та вироби, які створені ремісником, а також послуги галерей і музеїв, які надають сховища і архіви для зберігання спадщини і експонування публіці<sup>3</sup>.

Виокремлюють 5 базових галузей ремісництва: шкіряно-хутряну, деревообробну, гончарну, текстильну, металообробну<sup>4</sup>. Наразі

---

<sup>1</sup> Матоліч І. Я. Тенденції розвитку ковальського мистецтва (за підсумками міжнародного фестивалю «Свято ковалів», м. Івано-Франківськ). *Art and Design*. 2020. № 2. С. 74. URL : <http://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/09/73-82-МАТОЛІЧ.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Клименко О. Українське гончарство ХХ – початку ХХІ століття : традиції, інновації, аматорство, кітч. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії. Збірник наукових праць*. 2011. Вип. 11. С. 8.

<sup>3</sup> Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії : навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. С. 34.

<sup>4</sup> Литвинчук Н. В. Україна, держава : ремесла та промисли. *Енциклопедія історії України : Україна – Українці*. Кн. 1 / редкол. : В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ : В-во «Наукова думка», 2018. 608 с. URL :

найпоширенішими ремеслами, які можна віднести до креативних індустрій є: гончарство, ковальство, зброярство, золотарство, лозоплетіння, килимарство, різьблення по дереву тощо.

**Гончарство** як галузь креативної індустрії ремесел базується на виготовленні різноманітного кухонного посуду, а також цегли, кахлів та іншої кераміки. Прикметною рисою керамічного ремесла є застосування його продукції в архітектурному просторі. Поряд з традиційними керамічними вазами та скульптурами, покликаними прикрашати інтер'єр будівлі, використовують керамічні мозаїки, теракотові рельєфи, розписану облицювальну плитку. Таким чином, вироби гончарного ремесла стають невід'ємною частиною екстер'єру сучасної архітектури. Створення керамічних об'ємно-просторових композицій відображає в собі, з одного боку, збереження специфіки глини як матеріалу, а з іншого – додає кераміці нових виразних засобів. Найповніше це проявляється в настінних панно з глини, що поєднують площинність, стилізованість зображення, створення ілюзії простору, нехарактерне для традиційних керамічних робіт, з пластичністю та м'якістю, притаманних глині як матеріалу.

Дещо по іншому використовують і традиційні в інтер'єрах керамічні вироби – скульптуру, декоративні вази, посуд тощо. Якщо раніше їх застосовували виключно для прикраси приміщення, то зараз за їхньої допомоги організують архітектурний простір, передовсім, через використання об'ємної декоративної скульптури, в якій «більше цінується не її реалістичність, а асоціативність образотворчого і декоративного мислення»<sup>1</sup>.

У кераміці кінця ХХ – початку ХХІ ст. утилітарне призначення виробів відходить на задній план, поступаючись місцем мистецтву, заснованому на певній філософії та емоційній насиченості. Тобто керамічні вироби рідко використовують за їхнім прямим призначенням<sup>2</sup>. У куплену в Опішному тарілку маймовірно, що насипатимуть борщ, проте,

---

[http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=1.%204.%202](http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=1.%204.%202) (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>1</sup> Гуржій І., Соловійова А. О. Роль декоративно-художньої кераміки у формуванні середовища сучасних інтер'єрів. *Науковий вісник Закарпатського художнього інституту*. 2013. № 4. С. 219.

<sup>2</sup> Кулик Ю. С. Художня кераміка як вид декоративно-прикладного мистецтва : історичний аспект. *Молодий вчений*. 2018. № 9 (61). С. 351.

її обов'язково покажуть друзям, використають для оздоблення приміщення, подарують як пам'ять про Україну тощо.

Прикладом креативності в сучасній кераміці є застосування елементів інтеактивного мистецтва, за якого глядачі долучаються до створення глиняних виробів. За кордоном поширеними є проекти, в яких відвідувачі музеїв, виставок стають безпосередніми учасниками створення експонатів. Зокрема, за ініціативи британської майстрині Клер Тумі було створено колекцію з 60 білих ваз для музею міста Сількеборг (Данія). Відвідувачі, прийшовши до закладу, отримали змогу розмалювати маркером поверхню порцелянових ваз. Згодом, на ці малюнки була накладена позолота<sup>1</sup>. Новостворена колекція стала експозицією в музеї й зразком вільної експресії в керамічному мистецтві.

Інший напрям застосування інтеракції в гончарстві – долучення відвідувачів культурних індустрій до зберігання копій артефактів, переданих їм у вічну власність. Так, уже згадувана Клер Тумі у рамках проекту «Назавжди», організованому у музеї мистецтв Нельсон Аткинс (США, Канзас) роздала бажаним копії чашки 1720 р. виготовлення з єдиною вимогою до них – зберігати її вічно<sup>2</sup>.

Креативність у сучасній кераміці проявляється у створенні виробів для тактильних та звукових композицій, що дозволяє сприймати керамічний витвір за допомогою слуху, зору й дотику. Такою є інсталяція Єви Арізи (Андорра) «Бурмотіння», роботи Сесіл Кемперінг (Нідерланди) тощо. В Україні в цьому напрямі працює Гія Міміношвілі. Його робота «Рівновага», представлена у 2018 р. на фестивалі сучасної кераміки «ЦеГлина», є не лише філософським осмисленням сучасної сім'ї, а й дозволяє глядачеві за допомогою переставляння фігур показати своє бачення цього соціального інституту, ставши таким чином співавтором твору. Окрім цього, за рахунок отворів у фігурах, створюється акустичний ефект. Витвір Володимира Хижинського «Ріка», що складається з трьох хвилеподібних елементів, які можна поєднувати в різноманітному порядку,

---

<sup>1</sup> Хананова Н. Сучасна кераміка та інтерактивне мистецтво. *Художні практики початку XXI століття : новації, тенденції, перспективи : збірник наукових праць / Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука.* Київ, 2019. Вип. 1. С. 112–113. URL : [https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019\\_zbirnyk\\_hudozhni\\_praktyku-1.pdf](https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019_zbirnyk_hudozhni_praktyku-1.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Там само. С. 113.

утворюючи щоразу нові твори, провокує глядача на своєрідну інтелектуальну гру<sup>1</sup>.



Г. Міміношвілі «Рівновага»



В. Хижинський «Ріка»

Відомими київськими майстрами-керамістами є Нелля Ісупова, Надія та Сергій Козаки, Віра Томашевська, Ганна Семенко та ін. У Львові відомі роботи Тараса Левківа, Ольги Безпалків, Тамари Берези, Уляни Ярошевич; Запоріжжі – Лілії Бережненко; Черкасах – Миколи Теліженка, Людмили Шалімової-Ганзенко; Ужгороді – Мирослави Робул, В'ячеслава Вінковського; Сумах – Василя Єрмоленка та ін. Модернізують опішнянську традицію гончарства Олена Мороховець, Олександр та Світлана Шкурпили, Євгенія Панасюк, Микола Варвинський, Дмитро та Любов Громові та ін.<sup>2</sup> Окрім керамістів-індивідуалів цей сектор представлений різноманітними майстернями, студіями (Zguго Ceramics, MOX, Soulful Ceramics, Maistrenko Ceramics тощо).

**Ковальство.** Для сучасного ковальства характерне поєднання барокових, класичних та модерних (віденська сецесія, ар-деко,

<sup>1</sup> Ковальова А. Популяризація сучасної художньої кераміки як мистецтва : інтерактивна кераміка. *Художні практики початку XXI століття : новації, тенденції, перспективи : збірник наукових праць / Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука*. Київ, 2019. Вип. 1. С. 91–93, 95. URL : [https://kdidpamid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019\\_zbirnyk\\_hudozhni\\_praktyku-1.pdf](https://kdidpamid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019_zbirnyk_hudozhni_praktyku-1.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Клименко О. Українське гончарство XX – початку XXI століття : традиції, інновації, аматорство, кітч. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії. Збірник наукових праць*. 2011. Вип. 11. С. 7; Чегусова З. Особливості художньої трансформації та інтерпретації національних традицій образотворення у професійній кераміці України періоду 1990–2010-х років. *Студії мистецтвознавчі*. 2014. Число 4. С. 82. URL : <http://sm.etnolog.org.ua/zmist/2014/4/79.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).



неоромантизм) стилів. Це сприяє появі різнобарв'я «стильових почерків» окремих ковалів, які креативно та самобутньо поєднують різні стилі та напрями, створюючи оригінальні вироби, в яких поєднується використання геометричних та рослинних орнаментів, перенесення на метал елементів вишивки тощо.

Продукти креативності ковальства часто стають доповненням урбаністичного середовища, своєрідною візитівкою того чи іншого населеного пункту (наприклад, місце прощення і примирення в селищі Нові Санжари Полтавської області, дерево щастя та гніздо Всесвіту в Івано-Франківську тощо)<sup>1</sup>. Водночас, вироби з металу стають доповненням до сучасних архітектурних будівель. Це «різноманітні типи завершень, низькі, середні, високі огорожі, балкони, балкони-навіси, піддашки, створи брами, декоративні решітки засклені, світильники, малі архітектурні форми металу, рельєфи, флюгери» тощо<sup>2</sup>. Недарма фестивалі ковальства часто проходять у рамках будівельних виставок<sup>3</sup>.



*Коване Дерево щастя (м. Івано-Франківськ)*

Сектор ковальського ремесла представлений діяльністю окремих митців-індивідуалів (Андрій Хорт, Василь Гудима, Анатолій Рузік,

---

<sup>1</sup> Матоліч І. Я. Тенденції розвитку ковальського мистецтва (за підсумками міжнародного фестивалю «Свято ковалів», м. Івано-Франківськ). *Art and Design*. 2020. № 2. С. 75–76. URL : <http://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/09/73-82-МАТОЛІЧ.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>2</sup> Поп'юк І. Архітектурний кований метал: традиційне й модерне в доробку буковинських майстрів Андрія Хорта й Ігоря Веренька. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії*. 2011. Вип. 11. С. 73.

<sup>3</sup> Роготченко С. Збереження традицій та впровадження інновацій у ковальському мистецтві України від 1970 років до сьогодення. *Сучасне мистецтво*. 2018. Вип. 14. С. 295.



Олександр Стефанюк, Ілля Поп'юк та ін.) та різноманітними студіями, кузнями, компаніями, підприємствами, творчими колективами, що пропонують широкий спектр кованих виробів ручної роботи («Арнольд», м. Тернопіль; «Тантієма», м. Київ; «Ковальський міст», м. Луцьк; ковальські майстерні Володимира Новосельського, м. Івано-Франківськ; «Стиль», м. Полтава) тощо.

**Золотарство** на ринку креативної економіки представлено авторськими роботами майстрів-ювелірів. Для нього характерне поєднання традиційних ювелірних технік (зернь, скань, емаль) та новітніх дизайнерських рішень, що апелюють до синтезу пластичної і колірної експресії. В сюжетному плані майстри використовують теми з слов'янської міфології, орнаментальні та рослинні мотиви, звертаються до елементів світової етнокультури. Прикладами є роботи Станіслава Вольського (кольє «Хвиля», браслет «Літо», брошка «Лілія»), Костянтина Кравчука (кольє «Сонцеворот», перстень «Буй-Тур»), Віталія Хоменка (брошка «Спіраль часу», підвісок «Туманний ранок», гарнітур «Зимова вишня») та інших<sup>1</sup>.



*Браслет «Літо»  
(золото, гаряча емаль, діаманти)*



*Кольє «Хвиля»  
(мельхіор, перламутр, перли, гаряча емаль)*

*Станіслав Вольський*

**Лозоплетіння** – одне з найдавніших ремесл, характерними рисами виробів якого є екологічність, легкість, зручність, міцність, можливість використання в різноманітних умовах. Найпоширенішим є виготовлення меблів та декоративного посуду: столи, стільці, крісла-гойдалки, дитячі

<sup>1</sup> Луць С. Ювелірне мистецтво України на зламі ХХ–ХХІ ст.: генезис поступу. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2019. Том 2. № 1. С. 101–105. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=ditpd\\_2019\\_2\\_1\\_10](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ditpd_2019_2_1_10) (дата звернення: 23.01.2022).

ліжечка і колиски, етажерки, підставки для квітів, контейнери для білизни, ємності для хліба, овочів, фруктів тощо. Ремесло представлено роботами окремих майстрів і сімейним промислом, прикладом якого є родина Шкуренко з м. Лозова Харківської області, котра активно працює з 1991 року. Водночас, маємо приклад села Іза в Закарпатській області, де це заняття вважається одним з головних промислів місцевих жителів і є базою для розвитку туризму в краї<sup>1</sup>.

**Килимарство.** Килими ремісничим способом виготовляють в багатьох традиційних осередках килимарства (Гуцульщина, Поділля, Буковина, Полтавщина). Виробництво килимів у таких умовах підпорядковане технологічним і естетичним традиціям локального осередку, що засновані на родинному досвіді та місцевих стереотипах (мотиви, схема розташування фігур, колорит, структура, фактура тощо). У такому домашньому килимарстві лише подекуди проявляються певні інновації, котрі стосуються, передовсім, сюжетної лінії та колористики. Прикладом такої креативності є авторські гобелени і килими родини Пілюгіних з Полтавщини, які, продовжуючи традиції решетилівської рослинної орнаменталістики, створюють роботи із цілком сучасними сюжетами<sup>2</sup>. Утім, основні функції килимів, які вони виконували в попередні роки (термоізоляція, статусність тощо), на сьогодні відмерли. Конкурувати із зарубіжними аналогами важко. Тому перспективи розвитку килимарства лежать, передовсім, у площині культурній, а не комерційній<sup>3</sup>.

**Різьблення по дереву** або сницарство є одним з видів художньої обробки дерева. Продукція цього ремесла представлена скульптурною, рельєфною (пласкою) та ажурною (наскрізною) різьбою. Цим ремеслом займаються як окремі майстри, котрі часто створюють родинні династії як, наприклад, родина Шкрібляків з Гуцульщини та Буковини, так і творчі майстерні на зразок львівської студії «Craftart». Різьблення, як виразний прийом, використовується сьогодні переважно для прикрашання меблів та інтер'єру. Типовим у роботах майстрів є поєднання національних художніх

---

<sup>1</sup> Дмитренко В., Дмитренко В. Ремесла як сектор креативних індустрій. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 40. Т. 1. С. 82–83.

<sup>2</sup> Сучасне українське килимарство та європейське визнання: художниця Ольга Пілюгіна створює гобелени у традиціях народного мистецтва. URL : <https://rozmova.wordpress.com/2019/03/24/olha-piluhina/> (дата звернення : 23.01.2022).

<sup>3</sup> Чегусова З. Український рукотворний килим: історичне минуле та перспективи. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії*. 2018. Вип. 18. С. 117.

традицій з новими прийомами та елементами обробки дерева, доповнене різноманіттям сюжетів, що надає виробам неповторності<sup>1</sup>.

**Гутництво.** «Скляне мистецтво» – це виготовлення скла і виробів з нього. Назва походить від великої конусоподібної печі (гути), в якій у глиняних тиглях за високої температури сплавлювали кварцовий пісок, вапняк і поташ, отримуючи скло. Ремісники-склярі виготовляли віконне, лампове, різнокольорове скло, кришталь, кухонний, побутовий, декоративний посуд. Окрім виплавлення застосовували техніку видування, декорування, розпису фарбами, позолотою тощо. Візитівкою традиційного українського гутництва вважають фігурний посуд для рідин, який виготовлявся у формі різноманітних тварин (ведмедів, коней, баранчиків, качок тощо). Наприкінці XVIII та на початку XIX століття гутне ремесло поступилося місцем промисловому виробництву.

Відродження авторського художнього склярства у країнах Західної Європи й США розпочалося в 60-х роках XX століття. Провідну роль в цьому процесі відіграли чеські художники Станіслав Лібенський і Ярослав Брихтов, а також творчий тандем художника Гарві Літлтона та майстра Домініка Лобіно. Саме вони 1963 року заснували у США майстерню, зорієнтовану на виробництво оригінальних, креативних виробів зі скла. Така продукція отримала узагальнюючу назву гутне скло, під яким розуміють виріб, виготовлений майстром безпосередньо біля скловарної печі вручну шляхом вільного видування або за допомогою оригінальних форм.

Відродження сучасного українського склярства пов'язують з ім'ям львівського майстра, професора Андрія Бокотей. У 1992 році він заснував Музей скла у Львові, був організатором низки симпозіумів гутного скла. Світову славу йому принесла виставка в Музеї мистецтв Центрально-Східної Європи «Грінвейв» у м. Усі, Китай. На ній була представлена композиція, створена художником упродовж 2018–2019 рр., що складається з восьми скляних копій воїнів знаменитої теракотової армії та фігури коня в натуральну величину, змонтованої на складній конструкції з листового скла<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ісаченко С. В руках майстрів народжується диво. *Урядовий кур'єр*. 2013. 29 травня.

<sup>2</sup> Бокотей М. А., Бенях Н. М., Принада О. Б., Іванишин О. В. Проектування художнього скла навчальний посібник. Львів: Львівська національна академія мистецтва, 2020. С. 20.



*Бокотей А. Скляна композиція воїнів теракотової армії та фігури коня*

Традиції авторського гутництва в Україні розробляють також Михайло Бокотей, Олександр Звір, Андрій Петровський, Орест Принада, Станіслав Кадочкін, Олесь Дзиндра та інші.

Таким чином, креативність ремесел базується на ручній роботі, часто модернізованій під потреби сучасності, водночас, опертій на традицію. А ремісничій професії часто притаманна династичність. Поєднання нехарактерних для виробів матеріалів ще більше осучаснює ремесла та дозволяє створювати унікальні й неповторні речі, що гідно представляють Україну на міжнародному креативному ринку.

## РОЗДІЛ 7. МУЗЕЇ

### 7.1. Загальна характеристика

Музей посідає вагоме місце в сучасному культурному просторі. За даними ЮНЕСКО в 2012 році в світі нараховувалося 94 000 музейних установ<sup>1</sup>. В Україні, згідно з переліком музеїв та заповідників, в яких зберігаються музейні предмети, що є державною власністю, затвердженим Постановою Кабінету міністрів України № 1388 від 2 грудня 2021 року діє 651 музейна установа<sup>2</sup>.

За століття існування музеїв напрацьована чимала наукова, методологічна, правнича база для їхньої діяльності. Втім, упродовж останнього часу спостерігається зміна поглядів на роль, функції та місце музеїв у соціокультурному просторі. Музей уже не сприймається виключно як сховище артефактів, у якому діє головне правило «руками не чіпати», а робота з відвідувачами перестає зводитися до нудного ходіння залами під монотонне бурмотіння екскурсовода. Від сучасного закладу вимагають організації не просто змістовного, а ще й цікавого дозвілля, надання нових, оригінальних послуг, активного пошуку нових відвідувачів, реалізацію культурних і соціальних програм не лише в межах свого регіону. Виклики часу спонукають музейних працівників до креативних і нестандартних рішень, залучення до діяльності музеїв інформаційних технологій, посиленої уваги до фінансової сторони свого функціонування. Все це перетворює музей на важливу складову сучасних креативних індустрій.

Музеї представлені в багатьох світових класифікаціях креативних індустрій. Зокрема, вони включені до другого кола циклічної класифікації Девіда Тросбі. Інститут статистики ЮНЕСКО відносить їх до провідних напрямів культурної сфери, а в систематизації ЮНКТАД музеї зараховано

---

<sup>1</sup> COVID-19 : UNESCO and ICOM concerned about the situation faced by the world's museums. URL : <https://en.unesco.org/news/covid-19-unesco-and-icom-concerned-about-situation-faced-worlds-museums> (дата звернення : 10.06.2022).

<sup>2</sup> Про затвердження переліку музеїв та заповідників, в яких зберігаються музейні предмети, що є державною власністю і належать до державної частини Музейного фонду України: Постанова Кабінету Міністрів України від 02.12.2021 р. № 1388. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1388-2021-%D0%BF#n11> (дата звернення : 10.06.2022).

до групи «Спадщина»<sup>1</sup>. В Україні музейна діяльність також зачислена до законодавчого переліку креативних індустрій<sup>2</sup>.

## 7.2. Тенденції розвитку

Головними напрямками проявів креативності в роботі сучасного музею вважаємо:

- пошук нових і розширення існуючих джерел фінансування закладу;
- діджиталізація музейного простору;
- сучасне представлення музейних колекцій та організація нестандартних експозицій;
- нові форми роботи з відвідувачами.

Креативність у пошуках нестандартних джерел фінансування зумовлена, насамперед, загальною комерціалізацією музейної сфери. Лідером тут є американські та британські музеї. В США кошти від приватних осіб або корпорацій, що надходять до музею, накопичуються в спеціальному фонді – ендаументі. Ендаумент (endowment) – це пожертвування для некомерційних організацій, що акумулюють у вигляді цільового капіталу, котрий потім інвестують. Витрачати можна виключно дохід від інвестування і тільки з метою, зазначеною жертводавцем. Початковий обсяг пожертвувань, як правило, залишається недоторканим, що дозволяє стабільно працювати економіці. Світовими лідерами за обсягом активів у ендаументах за підсумками 2018 року є музеї Нью-Йорка: Метрополітен-музей – 3,6 млрд. доларів, Музей сучасного мистецтва – 1 млрд. доларів, музей Гуггенхайма – 85 млн. доларів, Музей образотворчих мистецтв Х'юстона – 1,7 млрд. доларів, Смітсонівський інститут у Вашингтоні – 1,49 млрд. доларів. Наголосимо, що донорів, які вкладають кошти в ендаументи, звільняють від податків. Американські музеї також підпадають під категорію неприбуткових організацій, що дозволяє їм не сплачувати податків з основної форми діяльності, крамниці

---

<sup>1</sup> UN Creative economy report (2010) «Creative economy : a feasible development opinion»  
URL : [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

<sup>2</sup> Про затвердження переліку 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#Text> (дата звернення : 10.05.2022).

з продажу сувенірів та заклади харчування при музеях сплачують мізерний податок на прибуток з продажу. Поширена практика орендної плати за проведення різноманітних заходів у приміщенні музею.

У Британії поширений дещо інший підхід до пошуку коштів – фандрайзинг. Фандрайзинг (fundraising) – це процес залучення коштів чи інших ресурсів для реалізації певних проєктів, а також для вирішення конкретних задач, що виникають перед музейною установою. Наприклад, упродовж 2018–2019 років Британський музей залучив й освоїв 100 млн. фунтів стерлінгів спонсорських грошей для відбудови Великого двору, що вважається найуспішнішим прикладом музейного фандрайзингу<sup>1</sup>. Своєрідною формою фандрайзингу у цій країні є Національна Лотерея на підтримку спадщини (National Lottery Heritage Fund). Вона дозволяє збирати значні суми шляхом акумулювання невеликих внесків від продажу лотерейних квитків, випущених під конкретний проєкт. Із моменту заснування в 1994 році, Лотерея дозволила зібрати гроші на понад 36 тис. проєктів, вклавши в них 5,9 млрд. фунтів стерлінгів. Управляє Лотереєю спеціальна громадська організація, яка координує випуск і продаж лотерейних квитків й спрямовує надходження на певний культурний проєкт. Нагляд за розподілом коштів здійснює Департамент у справах культури, медіа та спорту Великої Британії<sup>2</sup>.

В Україні музейний фандрайзинг теж набирає обертів переважно за рахунок діяльності благочинних фондів, створених заможними особами. Так, 2012 року Природознавчий музей НАНУ у Львові подав заявку під назвою «Природничий музей: від теорії еволюції життя до практики Живого музею» на конкурс Фонду Ахметова «Динамічний музей». Його реалізували впродовж 2013–2015 років, а бюджет сягнув 10 млн. гривень. У підсумку ревіталізовано музейну експозицію через впровадження новітніх технологій, а установу перетворено на потужний освітній центр, де експозиційний сценарій пов'язаний зі шкільними і вузівськими освітніми програмами. При музеї відкрито науково-просвітницький центр, осередок дитячих освітніх програм та методичний центр природничої музеології для професіоналів. Виділено кошти на розвиток персоналу.

У рамках цього ж конкурсу впродовж 2013–2014 років було втілено проєкт «Актуальний музей: стратегія динамічного розвитку» на базі

---

<sup>1</sup> Сом-Сердюкова О. М. Сучасний музей України : зміст – форма. *МАЇСТЕРІУМ*. 2005. Вип. 19. Культурологія. С. 51–54.

<sup>2</sup> The National Lottery Heritage Fund. URL : <https://www.heritagefund.org.uk/>.

Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» з бюджетом 5 млн. гривень. Кошти були вкладені в проведення тренінгів для співробітників і створення експериментального творчого майданчика міжмузейного партнерства, в межах якого установи отримали змогу проводити спільні виставки і заходи<sup>1</sup>.

Українські музеї також упроваджують практику використання приміщення та експозиції під неекскурсійні івенти. Так, у музеї українського весілля, що знаходиться в селі Великі Будища Диканського району Полтавської області можна влаштувати, за попередньою домовленістю, реальне весілля з усіма обрядами та традиціями<sup>2</sup>. В київському музеї популярної науки і техніки «Експериментаніум» проводять незвичайні дні народження у формі квесту – цікавої інтерактивної гри, в ході якої діти упродовж 60 хвилин разом з двома ведучими шукають підказки, заховані на території музею. На маршруті їх чекають випробування: логічні завдання, загадки, шифри, перевірка на кмітливість. Мета гри – знайти ключ від таємної скрині, в якій чекає сюрприз для іменинника від музею. Квест може відбуватися в формі карнавального шоу за участі літературних чи мультиплікаційних героїв. Окрім квесту, дитяче свято можна доповнити науково-розважальними заходами й святкуванням у кафе на території музею<sup>3</sup>.

Організують у музеях й корпоративи. Так, музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків у період новорічно-різдвяних свят проводить театралізоване дійство – «Поклоніння волхвів». Воно включає тематичну екскурсію залами, присвячену творам, у яких превалує різдвяна тематика, інтерактивну постановку театру-студії «Оксюморон» та фуршет у стінах особняку. Запрошені здійснюють екскурс у Середньовічну Європу, а музейники відтворюють атмосферу цієї епохи у всіх аспектах. Гостям пропонують навідатись у закритий дворик музею, де на них чекатиме містерія від «Театру вогню», а приходити на такі заходи рекомендують у вечірніх чи карнавальних строях<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Динамічний музей. URL : <https://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/30/106008/> (дата звернення : 23.06.2022).

<sup>2</sup> Приймак В. Наїстися, напитися і одружитися можна у музеї весілля на Полтавщині. URL : <http://vlasno.info/spetsproekti/2/tourism/item/15890-naistysia-napytysia-i-odruzhytysia-mozhna-u-muzei-vesillia-na-poltavshchyni> (дата звернення : 23.06.2022).

<sup>3</sup> Дитячий день народження. URL : <http://experimentanium.com.ua/svyata/dytyachyj-den-parodzhennya/> (дата звернення : 23.06.2022).

<sup>4</sup> Корпоратив у музеї. URL : <https://lifepravda.com.ua/culture/2009/12/23/36027/> (дата звернення : 21.06.2022).



Однією з умов успішного функціонування музейної установи в ринкових умовах є її пізнаваність, котра досягається через перетворення музею на конкретну марку (бренд). Успішний маркетинг приходить у музейну сферу через брендинг. Він презентує музей як марку, котра має власне, неповторне обличчя, пропонує оригінальні продукти та послуги, використовується як упізнаваний символ в рекламі, втілюється в зовнішньому вигляді, поведінці та комунікації персоналу. Метою бренду є створення музейної пропозиції в усій її повноті. Зрозуміло, що розробка такої марки потребує чималої креативності.

Одним із перших почав застосовувати брендинг художній музей Соломона Гуггенхайма в Нью-Йорку. Внаслідок реалізації проекту Франка О. Гері з будівництва філіалу музею в Більбао (Іспанія) виник так званий «Більбао-ефект». Отож, відкритий у 1997 році музей із оригінальним архітектурним дизайном, став Меккою для туристів і за перші три роки роботи заробив 100 млн. євро. Цей успіх суттєво вплинув на розвиток брендингу музейної сфери. Його застосовують навіть відомі світові музеї. Так, американський художній музей мистецтва Метрополітен у 2016 році вирішив запровадити новий логотип «THE MET» замість традиційної літери «M», котру використовували до цього. Його розробило американське відділення агентства Wolff Olins. Логотип мав стати не просто новітнім символом музею, а й презентувати його нинішню філософію. Дизайнер свідомо підкреслює зв'язок людей у часі через мистецтво й культуру, тому зливає літери між собою, визнаючи тим самим унікальну здатність Метрополітен-музею охопити як класичне, так і сучасне мистецтво й створити цілісний соціокультурний простір<sup>1</sup>.

У нашій країні хвилю брендінгів започаткував Національний художній музей України. Київська агенція Vanda створила для нього логотип, покликаний відображати модерну концепцію музею: українськість, сучасність, динамічність, мистецтво. Фахівці розробили сім варіацій шрифтового накреслення, кожне з яких символізує певну епоху розвитку української культури, починаючи із XVI століття і закінчуючи сучасністю. Накреслення логотипу змінюється залежно від експозиції й стає тлом для героїв картин, скульптур та всього, що можна знайти в музеї,

---

<sup>1</sup> Брендинг музеєв – мировой опыт. URL : <https://medium.com/@dreambrand/ брендинг-музеєв-мировой-опыт-7f12d95ee0f1> (дата звернення : 21.06.2022).

підкреслюючи їхню унікальність й водночас – актуальність<sup>1</sup>. Аналогічні брендингові компанії провели музей Ханенків, Одеський художній музей, Вінницький, Тернопільський, Хмельницький обласні художні музеї та низка інших установ<sup>2</sup>.



*Логотип американського художнього музею мистецтва Метрополітен*



*Логотип Національного художнього музею України*

Утім, попри важливість фінансових і маркетингових стратегій, головною запорукою розвитку музеїв є робота з експозицією й музейними фондами. В умовах інформатизації сучасного суспільства вона передбачає залучення новітніх цифрових технологій. Тож діджиталізація – один із важливих напрямів діяльності музеїв як сектору креативних індустрій. Вона проявляється, передовсім, в оцифруванні колекцій та викладенні їх у мережу Інтернет. Це розширює доступ відвідувачів до музейних фондів, уможливорює здійснення інтерактивних подорожей у різні музеї світу та сприяє підвищенню рентабельності установи.

Найвідомішим прикладом діджиталізації є проєкт Google Arts & Culture (Гугл. Мистецтво та Культура). У процесі його реалізації створено online-платформу, використовуючи яку можна отримати доступ до зображень художніх робіт, що зберігаються у музеях-партнерах цієї ініціативи. Проєкт було запущено компанією Google 2011 року в співпраці з 17 відомими музеями, серед яких – галерея Тейт в Лондоні, музей Метрополітен в Нью-Йорку та галерея Уффіці у Флоренції. Він швидко набув популярності: вже через рік у ньому брав участь 151 музей, а в 2015 році на сайті було представлено майже 82 тис. робіт із 486 колекцій<sup>3</sup>.

Кожен музей-партнер, як правило, обирає для платформи один твір чи серію зі своєї колекції, котрий фотографують камерою високої

---

<sup>1</sup> Брендинг музеїв і бібліотек: рятівне коло для культури. URL : <https://wizart.agency/branding-muzeyiv-i-bibliotek/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> Вежбовська Л., Осадча Т. Ребрендинг українських художніх музеїв : дизайн як культурна стратегія. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2021. Том 4. № 2. С. 176–196.

<sup>3</sup> Андрощук Г. COVID-19 і музеї: економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. *Юридична Газета online*. 2020. 22 червня. URL : <https://cutt.ly/SnTy8sG> (дата звернення : 21.06.2022).

роздільної здатності та обробляють за допомогою новітніх технологій. Така вимога потребує від музейних працівників неабиякої креативності. Зокрема, для отримання максимальної якості, картину фотографують з різних ракурсів і при різному освітленні. Наприклад, полотно «No Woman No Cry» з галереї Тейт знімалося як при денному освітленні, так і вночі щоб зафіксувати фосфоресцентне зображення на картині, що світиться в темряві. Наразі користувачі сайту мають змогу побачити обидва зображення, що недоступно звичайному відвідувачу галереї. Після того, як фотокопію створено, фахівці «прив'язують» її до планів музеїв і карт Google, продукуючи ілюзію руху залами та вміщують спеціально підібрану інформацію. Таким чином, користувачі платформи можуть здійснити віртуальний тур приміщеннями музею, отримати необхідну інформацію та розглянути картину засобами Picasa. Ця програма надає відвідувачу чималі можливості, недоступні при звичайному огляді : він може побачити твір в цілому чи, навпаки, розглянути окремі деталі ніби під мікроскопом. За бажанням візитер може створити власну віртуальну колекцію, використавши зображення з різних галерей<sup>1</sup>.

Залучені до цього проєкту й українські музеї. Зокрема, на платформі представлено 50 фресок і мозаїк доби Русі з фондів Національного заповідника «Софія Київська» та колекція українського народного малярства з Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара»<sup>2</sup>.

Інші українські музеї теж намагаються не відставати від світових трендів, залучаючи кошти місцевих бюджетів і гранти міжнародних організацій. Наприклад, у 2021 році в Хмельницькому була прийнята міська п'ятирічна програма «Нова лінія культурних змін», в рамках якої планується оцифрувати фонди музею історії міста<sup>3</sup>. Цього ж року проєкт Волинського краєзнавчого музею «Діджиталізація музейних фондів» переміг у конкурсі інфраструктурних грантів за програмою House of Europe. У ході його реалізації планується оцифрувати 170 тис. предметів

---

<sup>1</sup> Valvo M. Google Goes Global with Expanded Art Project. *Press Release. Google Art Project*. 2013. URL : [web.archive.org/web/20130304050446/https://sites.google.com/a/presatgoogle.com/art-project/press-release](http://web.archive.org/web/20130304050446/https://sites.google.com/a/presatgoogle.com/art-project/press-release) (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> У Google Art Project з'явилися українські музеї. URL : <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/4028/2013-05-21-u-google-art-project-zuavylsya-ukrainski-muzei/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>3</sup> Музейна діджиталізація : у Хмельницькому оцифрують фонди музею історії міста. URL : <https://suspilne.media/102851-muzejna-didzitalizacia-u-hmelnickomu-ocifruut-fondi-muzeu-istorii-mista/> (дата звернення : 21.06.2022).

основного фонду, тобто тих, що належать до Державної частини Музейного фонду України<sup>1</sup>. Однак, для багатьох вітчизняних музеїв діджиталізація зводиться поки що до створення вебсайту чи сторінок у соціальних мережах, на котрих представлено поодинокі зразки із музейної колекції.

Важливою функцією діджиталізації є прокладання нових шляхів комунікації між експозицією та екскурсантами. Наразі важливо не просто показати виставку для тих, хто перед екранами, а й розповісти захопливу історію, надати доступ до наукових відкриттів, залучити відвідувача до таємничого світу музейного життя. Тому музеї, вибудовуючи нову комунікаційну стратегію в інформаційному суспільстві, роблять акцент саме на online-комунікації з використанням різноманітних гаджетів. Для цього музеї створюють аудіовізуальні гіді, мобільні додатки доповненої реальності (AR), анімовані постери, інформаційні довідники тощо<sup>2</sup>.

Наприклад, Лувр пропонує відвідувачам аудіовізуальний гід з 3D-зображеннями, що розповідає про експонати й містить інтерактивну карту, з допомогою якої можна прокласти оптимальний маршрут музеєм саме до тих картин, котрі найбільше тобі цікаві<sup>3</sup>. Доступні такі гіді й відвідувачам окремих українських музеїв. Наприклад, Національний музей українського народного декоративного мистецтва до 120-річчя Катерини Білокур розробив спеціальний аудіовізуальний гід, що дозволяє екскурсантам познайомитися з маловідомими фактами її життєвого шляху та творчості<sup>4</sup>. У Національному музеї історії України для проєкту «Музеї. Як це працює» теж використовують аудіовізуальний гід<sup>5</sup>. Тож аудіовізуальні гіді в українських реаліях розробляють переважно під конкретні проєкти.

---

<sup>1</sup> Діджиталізація волинських музейних скарбів. URL : [http://volyn-museum.com.ua/news/didzhitalizacija\\_volinskikh\\_muzejnikh\\_skarbiv/2021-12-08-6248](http://volyn-museum.com.ua/news/didzhitalizacija_volinskikh_muzejnikh_skarbiv/2021-12-08-6248) (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> Буцикіна Є. Музеї після локдауну : відкриваючи нові напрямки руху. *Korydor. Журнал про сучасну культуру*. 2020. 6 серпня. URL : <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/museums-after-lock-down.html> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>3</sup> VR/AR-додатки для музеїв. URL : <https://nachasi.com/creative/2019/11/01/museum-of-future/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>4</sup> Картини Катерини Білокур «оживуть» в музеї декоративного мистецтва. URL : <https://platfor.ma/kartyny-kateryny-bilokur-ozhyvut-v-muzeyi-dekoratyvnogo-mystetstva/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>5</sup> Віртуальна екскурсія. URL : <https://nuft.edu.ua/news/podiyi/virtualna-ekskursiya> (дата звернення : 21.06.2022).

Зараз особливою популярністю користується технологія доповненої реальності. Вона реалізується в декількох варіантах, один із яких передбачає наявність віртуального екскурсовода, котрого можна замовити, завантаживши відповідний додаток на гаджет. Він супроводжує відвідувача й надає інформацію про експонати. Інший – інтерактивна інсталяція, коли екскурсант наводить гаджет на певний предмет експозиції, а технологія доповненої реальності «оживляє» його. Одними із перших переваги AR технологій оцінив лондонський Тейт, де систематично почали організовувати інтерактивні виставки та інсталяції з їхнім застосуванням. Завдяки впровадженню таких «новинок» у період з 2015 по 2018 роки музей визнавали одним із найбільш відвідуваних у Великобританії. За даними соціологічних досліджень, використання технологій доповненої реальності здатне збільшити кількість відвідувачів у музеї на 30–40%<sup>1</sup>.

Такі технології можна віднайти й в Україні не лише в Національному художньому музеї України – вітчизняному піонері з їх реалізації. Їх, наприклад, використовує Полтавський художній музей імені Миколи Ярошенка, Полтавський літературно-меморіальний музей Володимира Короленка, Полтавський літературно-меморіальний музей Панаса Мирного<sup>2</sup>. У Музеї українського живопису в Дніпрі у такий спосіб можна переглянути роботи Сальвадора Далі та «оживити» постійну виставку картин художників дніпровської школи<sup>3</sup>. Унікальним за своїм технічним виконанням є проєкт Pinsel.AR, в рамках якого створено п'ять тривимірних високоточних моделей скульптур майстра Йогана Георга Пінзеля, що знаходяться в музеях Івано-Франківська та Бучача. Для їхнього перегляду запущено спеціальний сайт та записано відео-лекторій про творчість митця<sup>4</sup>.

В останні десятиліття в музейній діяльності відбувається переформатування підходів і розумінь до здавалося б усталеного поняття

---

<sup>1</sup> Доповнена реальність для музеїв. URL : <https://flexreality.pro/ua/ar-v-muzei/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> «Доповнена реальність у музеї»: з нагоди дня туризму у Полтаві презентували новітню інформаційну технологію. URL : <https://rada-poltava.gov.ua/news/63761841/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>3</sup> «Доповнену реальність» презентували у Музеї українського живопису. URL : <http://museum.net.ua/afisha/dopovnenu-realnist-prezentuvali-umuze%D1%97-ukra%D1%97nskogo-zhivopisu> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>4</sup> Pinsel.AR Барокова скульптура у доповненій та віртуальній реальності. URL : [http://culturebridges.eu/success\\_stories/pinsel\\_ar](http://culturebridges.eu/success_stories/pinsel_ar) (дата звернення : 21.06.2022).

«музейна експозиція». Новітнім трендом тут є так звана «трансмедійна сценографія». Вона, на думку спеціаліста в галузі музейного проектування Уве Брюкнера (Uwe R. Brückner), базується на драматургічному дизайні просторового розміщення музейних предметів, контекстуалізації експонатів, хореографічному зв'язку між залами, створенні ситуації діалогу реципієнта й об'єкта. Метою процесу є введення відвідувача у стан здивування та захоплення, спонукання до роздумів та надання можливості по новому подивитися на музейний предмет і простір, пов'язати його з реальністю<sup>1</sup>.

На основі цієї концепції було оновлено експозицію музею Т. Г. Шевченка в Каневі. За проектом Лариси Скорик вона оформлена з використанням аскетичних геометричних форм, монохромної світлової поверхні та мультимедійних засобів, застосування яких створює особливий простір мистецьких інсталяцій. Цікавим рішенням є створення ефекту відкритого неба з хмарами, що вдалося досягти через проєкцію на натяжну стелю. За задумом нова експозиція має продемонструвати ексклюзивність закладу в соціокультурному просторі, справити враження експресії, величчя й монументальності та повернути відвідувача до усвідомлення музею як сакрального місця, збудованого поряд з могилою поета. Реальні та віртуальні експонати об'єднані в єдиний експозиційний ряд із лаконічним мультимедійним коментарем, доступ до якого можливий через тач-скрін. Експозицію доповнює музичний супровід із творів композиторів-класиків і сучасників<sup>2</sup>.

У Національному художньому музеї України запровадили акустичну інтервенцію – «Підслуханий музей». Її автори Олексій Шмурака та Олег Шпудейка створили саундтрек до картин із зали пейзажу XIX століття, озвучивши зображені на полотнах звуки й шуми. Додавання звуку

---

<sup>1</sup> Brückner Uwe R. Scenography: making spaces talk; projects 2002–2010. URL : <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/yys7ujeyru7f5ac3rh2554qlm6otdmb> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> Брижицька С. А. Шевченківський національний заповідник у світовому національному соціокультурному контексті. *Шевченкова скарбниця*: матеріали I Всеукраїнського з'їзду музейних працівників, присвяченого 200-річчю від дня народження Т. Г. Шевченка та актуалізації вшанування пам'яті Великого Кобзаря напередодні його 200-літнього ювілею. Черкаси : Брама-Україна, 2012. С. 44–45.

створило новий вимір сприйняття, своєрідний інтерактивний простір у якому картину сприймають не лише візуально, а й акустично<sup>1</sup>.

Ще одним прикладом організації креативної експозиції став виставковий проєкт «ЯВЛЕННЯ. Пам'ятки Братського монастиря», котрий у 2018–2019 роках реалізували на базі Національного художнього музею. Кураторам експозиції не лише вдалося зібрати в одному місці експонати із різних музейних сховищ, а й представити мистецтво українського бароко за допомогою сучасних технологій. Інформація про твори доносилася до відвідувачів за декількома каналами: безпосередньо у вигляді експонатів чи елементів виставки, через матеріали в буклетах, за допомогою освітніх лекторіїв, через екскурсії, відео та квести. Новинкою стало відсутність етикеток під експонатами, довідатися про них можна було з буклету-путівника. За задумом організатора це мало налаштувати відвідувача не просто на споглядання твору, а на його дослідження та аналіз. На особливу увагу заслуговує інноваційний дизайн експозиції художника Івана Світличного. За його ініціативи було підібрано спеціальний темний колір стін, спроектовано світлотіні на ікони, що змінювалися упродовж дня, створюючи щоразу нові умови для сприйняття експозиції. Ікони представлені без захисного скла щоб глядач зміг відчутти їх енергетику. Розроблено 3D-модель іконостасу Богоявленського собору<sup>2</sup>.

Утім, цікава експозиція в поєднанні з вдалим маркетингом, ще не гарантує напливу візитерів. Перед сучасним музеєм постає нагальна потреба систематичної роботи із залучення екскурсантів до музею. В світовій практиці виділяють два підходи комунікації музеїв із відвідувачами. Перший, традиційно маркетинговий, зводиться до запровадження знижок, безкоштовних днів чи піар-заходів. Другий, партисипативний, передбачає залучення відвідувача до роботи в музеї, тобто до співтворчості. За такої умови відвідувач стає не споглядачем, а творцем. Він бачить як створюється експозиція, відслідковує взаємодію між артефактами та контекстом, досліджує через музейні предмети певну історичну епоху, а, отже, краще розуміє мотиви народження того чи іншого художнього твору або явища.

---

<sup>1</sup> Креативна еволюція музеїв : від «храмів муз» до простору співтворчості. URL : <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/kreatyvna-evoliutsiia-muzeiv-vid-khramiv-muz-do-prostoru-spivtvorchosti/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> В NAMU пройшла виставка «ЯВЛЕННЯ. Пам'ятки Братського монастиря». URL : <https://tyzhden.ua/Culture/228586> (дата звернення : 21.06.2022).

Партисипація як якісно новий підхід до роботи з аудиторією була запроваджена Ніною Саймон (Nina Simon) – директоркою Музею мистецтва та історії Санта-Круз в Каліфорнії, США. Вона визначає партисипативний музей як місце, де відвідувачі можуть творити й поширювати контент, комунікуючи один з одним. Тобто музей забезпечує платформу, на базі якої відбувається обмін інформацією та враженнями. Партисипативний музей – це медіатор між людьми, інституціями, концепціями, смислами. Робота такого музею базується на культурі участі, що протилежна культурі споживання й покликана розвивати в людині здатність сприймати іншу думку, співпереживати, допомагати<sup>1</sup>.

Прикладом партисипації є електронний додаток Бруклінського музею «ASK Brooklyn Museum». Його можна безкоштовно завантажити в смартфон і, перебуваючи в музеї, ставити запитання та отримувати відповіді від експертів у реальному часі. Цей додаток створено та впроваджено в рамках проєкту AIP (Applications Programming Interface), який дозволяє відвідувачам не тільки завантажувати фото експонатів, а й відтворювати їх у новій обробці, створюючи нове мистецтво зі старих предметів і тим самим розвивати музейну експозицію<sup>2</sup>.

Іншим прикладом залучення відвідувачів до «живої» комунікації з командою музею є «коктейль з куратором». Його вперше було реалізовано в музеї Зібрання Фріка (Frick Collection) у Нью-Йорку. В ході таких «посиденьок», які проходять як наживо, так і online, відбувається обмін думками й ідеями, формується коло прихильників музею, здатних допомогти йому.

Використовують музеї й можливості соціальних мереж, створюючи різноманітні товариства чи фан-клуби, поширюючи за їхньої допомоги заклики до участі в популярних, особливо серед молоді, челенджах, як от наприклад, #GettyMuseum в Instagram, учасники якого відтворюють один із творів мистецтва в домашніх умовах. Останнім часом музей стає популярним місцем Instagram-блогерів, які понад усе цінують незвичайну, привабливу та яскраву «картинку», котру музеї здатні забезпечити повною мірою. Це призвело до появи глобального руху #empty, метою якого є популяризація музеїв і мистецтва через формат інстаграм-фотографії. До нього долучилися лондонський Тейт (#emptyTate), паризький Лувр

---

<sup>1</sup> Simon N. The Participatory Museum. Santa Cruz, CA : Museum 2.0, 2010. 390 p.

<sup>2</sup> Ловак В. Б. Виклики для сучасного музею: зрозуміти та підготуватися. *VITA ANTIQUA*. 2019. № 11. С. 174–179.



(#emptyLouvre), нью-йоркський Музеї Гугенхайма (#emptyGuggenheim), Національна Галерея Шотландії (#emptyScotmodern) та низка інших музеїв. Україна приєдналася до цієї хвилі у 2016 році, коли три львівські музеї – Національний, Історичний та Етнографічний – провели акцію #ВідкритийМузей, в ході якої влаштували безкоштовні, ексклюзивні екскурсії для найкращих львівських Instagram-блогерів, котрі отримали можливість показати аудиторії відомі місця й предмети з незвичного ракурсу<sup>1</sup>.

Ще одним напрямом роботи з відвідувачами є долучення музеїв до різноманітних освітніх програм для школярів. Особливі здобутки в ньому мають музеї Скандинавії. Наприклад, в археологічному музеї Ставангера (Stavanger) в Норвегії дітям пропонується дослідити експозицію з кольоровим листком та олівцем. Екскурсія таким чином нагадує навчальний квест, відповіді на питання в якому можна отримати уважно придивляючись до експонатів. Ігрові коди постійно змінюються, треба постійно шукати потрібні компоненти чи викреслювати зайві, створювати логічні ланцюги, знаходити необхідні номери та назви предметів, з назв складати кросворди, описувати властивості того чи іншого предмета тощо. У процесі всієї екскурсії дитина користується тільки олівцем, що дає змогу побороти страх помилитися, а також спонукає до уваги й самоконтролю. Передбачено й практичні заняття, під час яких школярі можуть відчутися себе вікінгом. Учні користуються давніми знаряддями рибальства, полювання, видобування вогню, вичісування вовни, прядіння тощо. Юний відвідувач може відчутися й археологом, розкопуючи у великій скрині з піском муляжі музейних експонатів. Усі ці елементи викликають у дітей зацікавленість і бажання ще раз прийти до музею<sup>2</sup>.

В українських музеях теж зустрічається подібна практика. Так, Національний художній музей започаткував проєкт «Дружня школа» в рамках якого для учнів початкової школи проводять інтерактивні екскурсії, знайомлячи їх із живописом, скульптурою та графікою. Для дітей організують майстер-клас, на якому вони мають можливість побачити й потримати в руках різноманітні графічні матеріали та намалювати рисунок вугіллям. При вивченні скульптури дітей знайомлять

---

<sup>1</sup> Найкращим львівським Instagram-блогерам влаштовують безкоштовні екскурсії в музеях. URL : <https://zaxid.net/news/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> Сом-Сердюкова О. М. Сучасний музей України : зміст – форма. *МАЙСТЕРІУМ*. 2005. Вип. 19. Культурологія. С. 51–54.

з різноманітним матеріалом, демонструють його властивості, надають можливість створити власний витвір. Для старших учнів діє програма «Герої», в ході якої учасники екскурсії можуть висловлювати власні думки, гіпотези та ідеї щодо осіб, зображених на полотнах, а також заповнювати посібник, спеціально розроблений для цієї програми: наприклад, записати діалог, який міг відбутися між героями певного сюжету<sup>1</sup>.

Подібні проєкти пропонують й інші музейні установи. Так, у Львівському музеї історії релігії проводять «Родинний день у музеї», коли для батьків і дітей організують інтерактивні екскурсії з елементами квесту та театралізації, акцентуючи увагу на оригінальних експонатах, цікавих фактах чи інтригуючи легендах<sup>2</sup>.

Як показує дослідження, проведене американськими музеями мистецтв, 75% випускників освітніх музейних програм заявляють, що музейна освіта була одним з найцінніших життєвих досвідів, а 96% опитаних відвідали музеї упродовж 2 останніх років<sup>3</sup>. Отож докладені до розробки освітніх музейних програм зусилля в майбутньому віддячують музеєві постійними відвідувачами.

Таким чином, музей – це важлива складова креативних (культурних) індустрій. Креативність у їх діяльності проявляється в пошукові нових джерел фінансування закладу, передовсім, через музейний фандрайзинг й організацію неекскурсійних івентів. Важливою тенденцією розвитку музею як індустрії є діджиталізація музейного простору, котра відбувається за рахунок оцифрування існуючих колекцій та використання різноманітних програм для гаджетів таких як: аудіовізуальні гіді, мобільні додатки доповненої реальності, анімовані постери, інформаційні довідники. Творчість проявляється й в організації нестандартних експозицій, заснованих на трансмедійній сценографії з широким застосуванням сучасних технологій. У роботі з відвідувачами, поряд з традиційним маркетинговим, застосовують й новий партисипативний підхід, що передбачає залучення відвідувача до співтворчості. Велика увага при

---

<sup>1</sup> Як зробити музеї цікавими: українське рішення для дітей. URL : <https://rubryka.com/article/interesting-museum-for-children/> (дата звернення : 21.06.2022).

<sup>2</sup> Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and cultural studies*. 2016. Vol. 3. Num. 1. С. 1–5.

<sup>3</sup> Рябчук С. Як музеї наповнюють життя дітей. URL : <https://lifepravda.com.ua/columns/2016/06/16/214036/> (дата звернення : 21.06.2022).

цьому приділяється дітям і молоді як потенційним відвідувачам, здатним підтримати музейну установу.

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Москва, Санкт-Петербург : Медиум, Ювента, 1997. 257 с.

2. Акімов Д. І. Арт-ринки та арт-продукти у структурі маркетингу мистецтва. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 3. С. 70–76.

3. Алексей Мирошниченко – о новом «Лебедином озере», настойчивости курентзиса и адаптации спектаклей для стран арабского мира. URL : <https://www.business-class.su/news/2015/12/09/udvoenie-klassiki> (дата звернення : 12.02.2022).

4. Андрощук Г. COVID-19 і музеї : економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. *Юридична Газета online*. 2020. 22 червня. URL : <https://cutt.ly/SnTy8sG> (дата звернення : 21.06.2022).

5. Багдасарова С. Правда ли, что один современный художник продал свои фекалии за огромные деньги? URL : <https://provereno.media/2021/04/07/pravda-li-chto-odin-sovremennuyj-hudozhnik-prodal-svoi-fekalii-za-ogromnye-dengi/> (дата звернення : 23.01.2022).

6. Базела Д. Д. Танцювальні шоу кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2015. Вип. 16. С. 84–89.

7. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and cultural studies*. 2016. Vol. 3. Num. 1. С. 1–5.

8. Білик А., Ткаченко Р. Сучасне мистецтво крізь призму артринку. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 32. Т. 1. С. 19–23.

9. Бондар Г. Архітектурні конкурси та конкурси розвитку територій : демократія в дії. Київ : Арт-книга, 2017. 292 с.

10. Бокотей М. А., Бенях Н. М., Принада О. Б., Іванишин О. В. Проектування художнього скла навчальний посібник. Львів : Львівська національна академія мистецтва, 2020. 35 с.

11. Браун Л. Пластикові іграшки: настав час від них відмовитися? URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47899007> (дата звернення : 23.01.2022).

12. Брендинг музеїв – мировой опыт. URL : <https://medium.com/@dreambrand/брендинг-музеїв-мировой-опыт-7f12d95ee0f1> (дата звернення : 21.06.2022).

13. Брендинг музеїв і бібліотек : рятівне коло для культури. URL : <https://wizart.agency/branding-muzeiv-i-bibliotek/> (дата звернення : 21.06.2022).

14. Брижицька С. А. Шевченківський національний заповідник у світовому національному соціокультурному контексті. *Шевченкова скарбниця* : матеріали I Всеукраїнського з'їзду музейних працівників, присвяченого 200-річчю від дня народження Т. Г. Шевченка та актуалізації вшанування пам'яті Великого Кобзаря напередодні його 200-літнього ювілею. Черкаси : Брама-Україна, 2012. С. 44–45.

15. Будинок Suite Vollard з квартирами, що обертаються на 360°. *Вікна. Новини Калуша та Прикарпаття*. URL : <https://vikna.if.ua/sikavo/49415/view> (дата звернення : 01.02.2022).

16. Бурнашов І. Ю. Артринок та його вплив на розвиток сучасного візуального мистецтва України (оглядова довідка за матеріалами преси, інтернету та неопублікованими документами 2019–2020 pp.). С. 12. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2020/oglyad1.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2020/oglyad1.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

17. Бурнашов І. Ю. Арт-ринок та світові горизонти сучасного образотворчого мистецтва України (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017–2018 pp.). С. 6–8. URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2018/Art-rinok,%20aukc%D1%96oni%202018.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/Art-rinok,%20aukc%D1%96oni%202018.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

18. Бурнашов Ю. І. Бум незалежних театрів (оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами 2017–2018 pp.). URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2018/teatr18.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/teatr18.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

19. Буцикіна Є. Музеї після локдауну : відкриваючи нові напрямки руху. *Korydor. Журнал про сучасну культуру*. 2020. 6 серпня. URL : <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/museums-after-lock-down.html> (дата звернення : 21.06.2022).

20. В NAMU пройшла виставка «ЯВЛЕННЯ. Пам'ятки Братського монастиря». URL : <https://tyzhden.ua/Culture/228586> (дата звернення : 21.06.2022).

21. В Україні появился бренд комбинеzonов с изображениями картин украинских художников. URL : <https://www.ukrinform.ru/rubric-culture/3198111-v-ukraine-poavilsa-brend-kombinezonov-s-izobrazeniami-kartin-ukrainskih-hudoznikov.html> (дата звернення : 23.01.2022).
22. В Україні розвивається новий напрямок будівництва – «органічна архітектура». *ECO TOWN*. 2015. 11.03. URL : <https://ecotown.com.ua/news/V-Ukrayini-rozvyvayetsya-orhanichna-arkhitektura/> (дата звернення : 23.01.2022).
23. Видавнича галузь України: огляд сектора. Заключний звіт 2020. Лютий–березень 2021 року. 65 с. URL : [https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333\\_research\\_uk\\_ua\\_v10.pdf](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/333_research_uk_ua_v10.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).
24. Вежбовська Л., Осадча Т. Ребрендинг українських художніх музеїв : дизайн як культурна стратегія. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2021. Том 4. № 2. С. 176–196.
25. Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии» : границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*. 2017. № 1. С. 38–48.
26. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко. Київ, 2019. 272 с.
27. Віртуальна екскурсія. URL : <https://nuft.edu.ua/news/podiyi/virtualna-ekskursiya> (дата звернення : 21.06.2022).
28. Вотінов М. А., Смірнова О. В. Інноваційні прийоми формування інтерактивних будівель і споруд у міському середовищі: монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 112 с.
29. Все, що потрібно знати про Демієн Херст. URL : <https://499c.ru/uk/vse-chto-nuzhno-znat-o-demiene-herste-demien-herst---odin-iz-samyh/> (дата звернення : 23.01.2022).
30. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2014. Вип. 9. Частина 4. С. 9–13.
31. Гуржій І., Соловйова А. О. Роль декоративно-художньої кераміки у формуванні середовища сучасних інтер'єрів. *Науковий вісник Закарпатського художнього інституту*. 2013. № 4. С. 216–221.
32. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки : досвід та напрями розбудови : монографія. Львів, 2017. 528 с.

33. 10 тонн декорацій та іспанські дзеркала. Розповідаємо про виставу «Інші» – технологічний цирк світового рівня. URL : <https://bit.ua/2021/05/inshi-tsyrk-svitovogo-rivnya/> (дата звернення : 10.02.2022).

34. Дещук А. Яворівська дерев'яна іграшка кінця XIX – XX ст.: конструктивні особливості та орнаментальні мотиви. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2013. Вип. 23. С. 138–145.

35. Динамічний музей. URL : <https://www.istpravda.com.ua/articles/2012/12/30/106008/> (дата звернення : 23.06.2022).

36. Директива № 88/378/ЄЕС Ради про гармонізацію законодавства держав-членів щодо безпеки іграшок. URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_a90#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_a90#Text) (дата звернення : 23.01.2022).

37. Дитячий день народження. URL : <http://experimentanium.com.ua/svyata/dytyachyj-den-narodzhennya/> (дата звернення : 23.06.2022).

38. Діджиталізація волинських музейних скарбів. URL : [http://volyn-museum.com.ua/news/didzhitalizacija\\_volinskikh\\_muzejnikh\\_skarbiv/2021-12-08-6248](http://volyn-museum.com.ua/news/didzhitalizacija_volinskikh_muzejnikh_skarbiv/2021-12-08-6248) (дата звернення : 21.06.2022).

39. Дмитренко В. А., Дмитренко В. І. Креативні індустрії як складова національної економічної моделі. *Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку*: зб. наук. ст. учасників третьої всеукраїнської наук.-практ. конф. / редкол.: С. В. Степаненко (голова ред.) та ін. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022. С. 113–117.

40. Дмитренко В. Технічні новації як прояв креативності в сучасних опері та балеті. *Сучасні соціокультурні процеси: компетентісно-аксіологічний аспект*: Збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції (10–11 листопада 2021 р.). Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. С. 52–54.

41. Дмитренко В. А., Дмитренко В. І. Вплив цифрових технологій на креативні індустрії. *Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі*: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конференції., м. Київ, 20–21 квітня 2022 р. Київ: Видавничий центр КНУКіМ, 2022. Ч. 2. С. 27–30.

42. Дмитренко В., Дмитренко В. Архітектура як сектор креативних індустрій. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 37. Т. 1. С. 54–60.

43. Дмитренко В., Дмитренко В. Виконавські мистецтва як сектор креативних індустрій: основні тенденції розвитку. *Fine Art and Culture Studies*. 2022. № 1. С. 49–53.

44. Дмитренко В., Дмитренко В. Ремесла як сектор креативних індустрій. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 40. Т. 1. С. 79–85.
45. Доповнена реальність для музеїв. URL : <https://flexreality.pro/ua/ar-v-muzei/> (дата звернення : 21.06.2022).
46. Доповнена реальність у музеї» : з нагоди дня туризму у Полтаві презентували новітню інформаційну технологію. URL : <https://rada-poltava.gov.ua/news/63761841/> (дата звернення : 21.06.2022).
47. «Доповнену реальність» презентували у Музеї українського живопису. URL : <http://museum.net.ua/afisha/dopovnenu-realnist-prezentuvali-umuze%D1%97-ukra%D1%97nskogo-zhivopisu> (дата звернення : 21.06.2022).
48. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. URL : [https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU\\_3017\\_95.pdf](https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU_3017_95.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).
49. «ECOLIBRUM» – цирк нової генерації. Експеримент розпочато! URL : <https://kievlast.com.ua/style/ecolibrumtsirk-novoi-generatsii-eksperiment-rozrochato> (дата звернення : 10.02.2022).
50. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. Київ, 2019. 161 с.
51. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій (дослідження). 2019–2023. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=994b0513-1759-4b3b-a80a-0e70f015017d&tag=SektorKreativnikhIndustrii> (дата звернення : 02.02.2022).
52. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури: Словник-довідник. Київ: Довіра, 2006. 703 с.
53. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / за наук. ред. В. Різуна. Вид. 2-ге, виправл. Київ : Жнець, 2018. 436 с.
54. Загарницька І. Проблеми та перспективи становлення вітчизняної індустрії дитячих товарів. *Вісник Інституту розвитку дитини*. Сер.: Філософія, педагогіка, психологія. 2015. Вип. 37. С. 23–29.
55. Запустили бренд одягу з картинами українських художників. URL : <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-news/308167-zapustili-brend-odyagu-iz-kartinami-ukrayinskih-hudozhnikov> (дата звернення : 23.01.2022).



56. Інформаційний бюлетень щодо ролі індустрії культури і творчості. URL : [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Factsheets/pdf-3/03\\_Factsheet\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Factsheets/pdf-3/03_Factsheet_UA.pdf) (дата звернення : 12.02.2022).

57. Ісаченко С. В руках майстрів народжується диво. *Урядовий кур'єр*. 2013. 29 травня.

58. Калашнікова А. Ринок образотворчого мистецтва: соціальні чинники становлення і розвитку в сучасному українському суспільстві. дис... канд. соціол. наук : 22.00.04. Харків, 2015. 211 с.

59. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. № 3. С. 110–120.

60. Картини Катерини Білокур «оживуть» в музеї декоративного мистецтва. URL : <https://platfor.ma/kartyny-kateryny-bilokur-ozhyvut-v-muzeyi-dekoratyvnogo-mystetstva/> (дата звернення : 21.06.2022).

61. КВЕД-2010 : Клас 32.40. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/32/KVED10\\_32\\_40.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/32/KVED10_32_40.html) (дата звернення : 12.02.2022).

62. КВЕД-2010 : Клас 58.11. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_11.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_11.html) (дата звернення : 02.02.2022).

63. КВЕД-2010 : Клас 58.13. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_13.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_13.html) (дата звернення : 02.02.2022).

64. КВЕД-2010 : Клас 58.14. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_14.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_14.html) (дата звернення : 02.02.2022).

65. КВЕД-2010 : Клас 58.19. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10\\_58\\_19.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/58/KVED10_58_19.html) (дата звернення : 02.02.2022).

66. КВЕД-2010 : Клас 74.30. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/74/KVED10\\_74\\_3.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/74/KVED10_74_3.html) (дата звернення : 02.02.2022).

67. КВЕД-2010 : Клас 90.01. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10\\_90\\_01.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10_90_01.html) (дата звернення : 12.02.2022).

68. КВЕД-2010 : Клас 90.03. URL : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10\\_90\\_03.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/90/KVED10_90_03.html) (дата звернення : 23.01.2022).

69. Клименко О. Українське гончарство XX – початку XXI століття : традиції, інновації, аматорство, кітч. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії. Збірник наукових праць*. 2011. Вип. 11. С. 4–11.

70. Ковальова А. Популяризація сучасної художньої кераміки як мистецтва: інтерактивна кераміка. *Художні практики початку XXI століття : новації, тенденції, перспективи : збірник наукових праць /*

Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука. Київ, 2019. Вип. 1. С. 89–99. URL : [https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019\\_zbirnyk\\_hudozhni\\_praktyku-1.pdf](https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019_zbirnyk_hudozhni_praktyku-1.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

71. Константинова К. Владислав Єрко, ілюстратор: Портрет чарівника в юності. URL : <https://rozмова.wordpress.com/2019/11/30/vladyslav-erko-9/> (дата звернення : 02.02.2022).

72. Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду. *Наукові записки*. 2015. №2 (51). С. 196–204.

73. Корпоратив у музеї. URL : <https://life.pravda.com.ua/culture/2009/12/23/36027/> (дата звернення : 21.06.2022).

74. Креативна еволюція музеїв : від «храмів муз» до простору співтворчості. URL : <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/kreatyvna-evoliutsiia-muzeiv-vid-khramiv-muz-do-prostoru-spivtvorchosti/> (дата звернення : 21.06.2022).

75. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / О. Ніколаєва, А. Онопрієнко, С. Таран, Ю. Шоломицький, П. Яворський. С. 16. URL : <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

76. Кулик Ю. С. Художня кераміка як вид декоративно-прикладного мистецтва: історичний аспект. *Молодий вчений*. 2018. № 9 (61). С. 350–352.

77. Кульбабська О. В. Найнеймовірніші у світі книги. URL : <https://kulbabska.com/news/aktualni-novyny/97-knigi> (дата звернення : 02.02.2022).

78. Лесюк О. В. Видавнича справа та редагування : навч. пос. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. 103 с.

79. Литвинчук Н. В. Україна, держава: ремесла та промисли. *Енциклопедія історії України: Україна – Українці*. Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ: В-во «Наукова думка», 2018. 608 с. URL : [http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu\\_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=1.%204.%202](http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=1.%204.%202) (дата звернення : 23.01.2022).

80. Луців Н. В. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих іграшок в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки*. 2020. № 23. С. 180–186.

81. Луць С. Ювелірне мистецтво України на зламі ХХ–ХХІ ст.: генезис поступу. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2019. Том 2. № 1. С. 90–111. URL : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=ditpd\\_2019\\_2\\_1\\_10](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ditpd_2019_2_1_10) (дата звернення : 23.01.2022).

82. Ловак В. Б. Виклики для сучасного музею : зрозуміти та підготуватися. *VITA ANTIQUA*. 2019. № 11. С. 174–179.

83. Максименко. Ю., Синенький Д. Теоретичні засади пізнання художнього образу. *Психологія і суспільство*. 2009. № 4. С. 181–185.

84. Матоліч І. Я. Тенденції розвитку ковальського мистецтва (за підсумками міжнародного фестивалю «Свято ковалів», м. Івано-Франківськ). *Art and Design*. 2020. №2. С. 75–76. URL : <http://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2020/09/73-82-МАТОЛІЧ.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

85. Мельник Ю. В. Діджиталізація світового арт-ринку. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин»*. 21.11.2019 р. С. 42–44. URL : [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/issue/view/225](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/issue/view/225) (дата звернення : 23.01.2022).

86. Мельник Ю. В. Трансформація світового ринку творів мистецтва в умовах четвертої промислової революції. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 51–53.

87. Меньших Т. М. Аналіз класифікації іграшок у судовій товарознавчій експертизі. URL : <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.69.html> (дата звернення : 23.01.2022).

88. Мироненко М. Твір архітектури як об'єкт договірних відносин. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2013. № 6. С. 10–18.

89. Момот Т. В., Момот Д. Т. Інфраструктура ринку арт-індустрії: аналіз сучасної структури та функцій. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2018. № 2 (4). С. 34–44.

90. Морі Є. 10 геніальних українських художників, яких знає увесь світ. URL : <https://suspihne.media/181929-10-genialnih-ukrainskih-hudoznikov-akih-znae-uves-svit/> (дата звернення : 23.01.2022).

91. Москвичова А. Майя, дві її мами і сімейні цінності: чим особлива нова книжка Лариси Денисенко. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/28431465.html> (дата звернення : 02.02.2022).

92. Музейна діджиталізація : у Хмельницькому оцифрують фонди музею історії міста. URL : <https://suspihne.media/102851-muzejna-didzitalizacia-u-hmelnickomu-ocifruut-fondi-muzeu-istorii-mista/> (дата звернення : 21.06.2022).

93. Найкращим львівським Instagram-блогерам влаштують безкоштовні екскурсії в музеях. URL : <https://zaxid.net/news/> (дата звернення : 21.06.2022).

94. Наконечна О. В. Проблеми та перспективи танцювальних шоу-програм в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2017. № 2. С. 159–163.

95. Овчинников П. Ринок іграшок України в 2021 році в цифрах. URL : <https://ua-retail.com/2021/11/rinok-igrashok-ukra%D1%97ni-v-2021-gosi-v-cifrax/> (дата звернення : 23.01.2022).

96. Онлайн-звіт програми ЄС «Креативна Європа» в Україні в 2016–2020 роках. URL : <https://creativeeurope.in.ua/report#block-2> (дата звернення : 11.05.2022).

97. Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. Статистичний огляд. Київ, 2021. 17 с.

98. Офіційний сайт OPERAFEST TULCHYN. URL : <https://operafest.com.ua/> (дата звернення : 10.02.2022).

99. Офіційний сайт Raw Art. URL : <http://rawart.ua/> (дата звернення : 10.02.2022).

100. Павліченко Н. В. Художній ринок як культурологічний та економічний феномен. *МАЇСТЕРІУМ*. 2017. Випуск 68. Культурологія. С. 72–75.

101. Пархоменко І. І. Поняття «культурні» та «креативні індустрії» в західноєвропейському науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та Європейського Союзу. *Українські культурологічні студії*. 2017. № 1. С. 74–78.

102. Погореловська І. Як ідентифікують електронні видання й аудіокнижки у системі ISBN. *Читомо*. 2020. 7.12. URL :

<https://chytomo.com/iak-identyfikuiut-elektronni-vydannia-j-audioknyzhky-u-systemi-isbn/> (дата звернення : 02.02.2022).

103. Поліщук К. М. До питання класифікації сучасної іграшки. *Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету* : Збірник наукових праць звітної-наукової конференції викладачів університету за 2011 рік, 9-10 лютого 2012 року. Частина 2. Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2012. С. 96–97.

104. Поліщук К. М. Сучасна іграшка : актуальність, тенденції, перспективи впливу на дитину. *Освітній дискурс. Гуманітарні науки*. 2019. Вип. 13. С. 79–88.

105. Популярні тенденції іграшок для розвитку дитини. *Рівне–ракурс*. 2019. № 940. URL : <https://rakurs.rovno.ua/info.php?id=28862&print=1> (дата звернення : 23.01.2022).

106. Поп'юк І. Архітектурний кований метал : традиційне й модерне в доробку буковинських майстрів Андрія Хорта й Ігоря Веренька. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії*. 2011. Вип. 11. С. 72–77.

107. Приймак В. Наїстися, напитися і одружитися можна у музеї весілля на Полтавщині. URL : <http://vlasno.info/spetsproekti/2/tourism/item/15890-naistysia-napytysia-i-odruzhytysia-mozhna-u-muzei-vesillia-na-poltavshchyni> (дата звернення : 23.06.2022).

108. Про архітектурну діяльність : закон України від 20.05.1999 р. № 687-XIV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/687-14#Text> (дата звернення : 03.05.2022).

109. Про видавничу справу : Закон України від 05.06.1997 р. № 318/97-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1997. № 32. Ст. 206.

110. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» : Закон України від 19.06.2018 р. №2458-VIII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2> (дата звернення : 11.05.2022).

111. Про затвердження переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.04.2019 р. № 265-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення : 10.05.2022).

112. Про затвердження переліку музеїв та заповідників, в яких зберігаються музейні предмети, що є державною власністю і належать до державної частини Музейного фонду України: Постанова Кабінету Міністрів України від 02.12.2021 р. № 1388. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1388-2021-%D0%BF#n11> (дата звернення : 10.06.2022).

113. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80#Text> (дата звернення : 23.01.2022).

114. Проскуріна М. О. Значення просторових факторів в розвитку культурних індустрій. *Інтелект XXI*. 2017. № 6. С. 84–89.

115. Радіонова О. М., Оболенцева Л. В., Александрова С. А. Креативність і туризм : діалектика взаємозв'язку (міжнародний досвід). *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 29. С. 138–141.

116. Роготченко С. Досвід одеського підприємства «Артферрум» як один зі шляхів відродження ковальського мистецтва. *Мистецтвознавство України*. 2018. №18. С. 209–216.

117. Роготченко С. Збереження традицій та впровадження інновацій у ковальському мистецтві України від 1970 років до сьогодення. *Сучасне мистецтво*. 2018. Вип. 14. С. 287–298.

118. Романенкова Ю. В. Мистецтво як творчий процес і арт-бізнес як його наслідок. URL : [https://www.researchgate.net/publication/343862851\\_MISTECTVO\\_AK\\_TVORCIJ\\_PROCES\\_I\\_ART-BIZNES\\_AK\\_JOGO\\_NASLIDOK](https://www.researchgate.net/publication/343862851_MISTECTVO_AK_TVORCIJ_PROCES_I_ART-BIZNES_AK_JOGO_NASLIDOK) (дата звернення : 23.01.2022).

119. Русаков С. С. Феномен арт-ринку як проблема сучасної культурології. *Культурологічна думка*. 2019. № 16. С. 175–183.

120. Рябчук С. Як музеї наповнюють життя дітей. URL : <https://life.pravda.com.ua/columns/2016/06/16/214036/> (дата звернення : 21.06.2022).

121. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.

122. Седых И. А. Индустрия исполнительских искусств. 2018. С. 2. URL : <https://dcenter.hse.ru/data/2018/08/21/1154843600/Индустрия%20исполнительских%20искусств%202018.pdf> (дата звернення : 12.02.2022).
123. Серіков А. В., Коваль І. М. Інтрапренерство як необхідна умова життєдіяльності сучасного українського репертуарного театру у креативних індустріях. *Економічний простір. Збірник наукових праць*. 2019. № 145. С. 56–68.
124. Серіков А. В., Коваль І. М. Місце сучасного репертуарного театру в креативних індустріях. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 2(56). С. 170–178.
125. Силко Р. М., Силко Є. М. Арт-ринок як соціальна система. *Modernní aspekty vědy: XI. Díl mezinárodní kolektivní monografie/ Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o.*, 2021. С. 317–337.
126. Сімончук О. Як сучасні технології змінюють мистецтво. URL : <https://supportyourart.com/stories/art-technology/> (дата звернення : 23.01.2022).
127. Смірнова О. В. Архітектурні стилі як засоби формування сучасних інноваційних будівель і споруд у міському середовищі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Архітектура*. 2016. № 856. С. 37–41.
128. Сом-Сердюкова О. М. Сучасний музей України : зміст – форма. *МАЇСТЕРІУМ*. 2005. Вип. 19. Культурологія. С. 51–54.
129. Сучасне українське килимарство та європейське визнання : художниця Ольга Пілюгіна створює гобелени у традиціях народного мистецтва. URL : <https://rozmova.wordpress.com/2019/03/24/olha-piluhina/> (дата звернення : 23.01.2022).
130. Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу. URL : <http://upba.org.ua/index.php/uk/zakonodavstvo/knyzhkova-palata/item/121-deiaki-tendantsii> (дата звернення : 02.02.2022).
131. «Театр 360 градусів» : між мистецтвом і технологіями. URL : <https://gwaramedia.com/teatr-360-gradusiv-mizh-mistecztvom-i-tehnologiyami/> (дата звернення : 10.02.2022).
132. Теремко В. Стратегічні виклики сучасному вітчизняному книговидаванню. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. 2010. Вип. 2. С. 483–494.

133. Ткаченко А. В. Художній образ як ключове поняття в естетичному вихованні. *Наука і освіта*. 2016. № 12. С. 63–67.

134. Угода між Україною та Європейським Союзом про участь України у програмі «Креативна Європа» (2021–2027). URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_001-21#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_001-21#Text) (дата звернення : 11.05.2022).

135. Український бренд у співпраці з художниками представив колекцію digital одягу. URL : <https://celement.com.ua/archives/5472> (дата звернення : 23.01.2022).

136. У Google Art Project з'явилися українські музеї. URL : <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/4028/2013-05-21-u-google-art-project-zyavylysyua-ukrainski-muzei/> (дата звернення : 21.06.2022).

137. Феденков Є. Архінезвичайна архітектура українських широт. *OUTLOOK*. URL : <https://theoutlook.com.ua/article/966/арх%D1%96nezvichajna-арх%D1%96tektura-ukrajnskix-shirot.html> (дата звернення : 10.02.2022).

138. Федів Ю. Креативна Україна в контексті програми ЄС «Креативна Європа». URL : <https://euprostir.org.ua/practices/134281> (дата звернення : 11.05.2022).

139. Фіголь Н. М. Електронні видання України. *Обрії друкарства*. 2018. № 1 (6). С. 244–254.

140. Хананова Н. Сучасна кераміка та інтерактивне мистецтво. *Художні практики початку XXI століття : новації, тенденції, перспективи : збірник наукових праць / Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука*. Київ, 2019. Вип. 1. С. 111–116. URL : [https://kdidpamid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019\\_zbirnyk\\_hudozhni\\_praktyku-1.pdf](https://kdidpamid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2020/07/2019_zbirnyk_hudozhni_praktyku-1.pdf) (дата звернення : 23.01.2022).

141. Чегусова З. Особливості художньої трансформації та інтерпретації національних традицій образотворення у професійній кераміці України періоду 1990–2010-х років. *Студії мистецтвознавчі*. 2014. Число 4. С. 79–98. URL : <http://sm.etnolog.org.ua/zmist/2014/4/79.pdf> (дата звернення : 23.01.2022).

142. Чегусова З. Український рукотворний килим : історичне минуле та перспективи. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії*. 2018. Вип. 18. С. 111–122.



143. Черкас Б. С., Лінда С. М. Архітектура сучасності. Навчальний посібник. Друге видання. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 384 с.
144. Шаталюк Ю. В. Методичні рекомендації щодо проектування адаптивних архітектурних об'єктів. *Архітектурний вісник КНУБА*. 2017. Вип. 11–12. С. 545–550.
145. Шість найвідоміших в світі цирків без тварин. URL : <https://osvitanova.com.ua/posts/3686-shist-naividomishykh-v-sviti-tsyrviv-bez-tvaryn> (дата звернення : 10.02.2022).
146. Юдова-Романова К. В. Цифрові 3D меппінг технології у творах сценічного мистецтва в Україні. *DANCE STUDIES*. 2020. Vol. 3. № 2. С. 163–178.
147. Юдова-Романова К., Стрельчук В., Чубукова Ю. Режисерські інновації у використанні технічних засобів і технологій у сценічному мистецтві. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Сценічне мистецтво*. 2019. № 2(1). С. 52–72.
148. Які види діяльності належать до креативних індустрій. Уряд затвердив перелік. URL : <https://news.dtkr.ua/state/entrepreneurship/54945> (дата звернення : 11.05.2022).
149. Як зробити музеї цікавими : українське рішення для дітей. URL : <https://rubryka.com/article/interesting-museum-for-children/> (дата звернення : 21.06.2022).
150. Якобчук О. В. Еволюція шоу-програм: минуле та сучасність. *Культура України*. 2018. Випуск 61. С. 329–341.
151. Brückner Uwe R. Scenography : making spaces talk; projects 2002–2010. URL : <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/yps7u3euyru7f5ac3rh2554qlm6otdmb> (дата звернення : 21.06.2022).
152. «Coffee, Books & Vintage Festival». URL : <https://chytomo.com/u-lvovi-projde-festyval-coffee-books-vintage-festival-2/> (дата звернення : 02.02.2022).
153. COVID-19: UNESCO and ICOM concerned about the situation faced by the world's museums. URL : <https://en.unesco.org/news/covid-19-unesco-and-icom-concerned-about-situation-faced-worlds-museums> (дата звернення : 10.06.2022).
154. Creative economy report 2010. Creative economy : a feasible development opinion. URL : [http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення : 02.02.2022).

155. Department for Culture Media and Sport. URL : [www.gov.uk/government/publications/creative-industriesmapping-documents-1998](http://www.gov.uk/government/publications/creative-industriesmapping-documents-1998) (дата звернення : 11.05.2022).
156. International flows of selected cultural goods and services, 1994–2003. Defining and capturing the flows of global cultural trade. UNESCO Institute for Statistics. Montreal, 2005 98 p. (дата звернення : 11.05.2022).
157. Hesmondhalgh David. The Cultural Industries. London : Sage Publications, 2002. 290 p. (дата звернення : 11.05.2022).
158. Hiscox Online Art Trade Report 2021. *Hiscox*. 2021. URL : <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report> (дата звернення : 23.01.2022).
159. Hiscox Online Art Trade Report Archive. *Hiscox*. 2020. URL : <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report/archive> (дата звернення : 23.01.2022).
160. Pinsel.AR Барокова скульптура у доповненій та віртуальній реальності. URL : [http://culturebridges.eu/success\\_stories/pinsel\\_ar](http://culturebridges.eu/success_stories/pinsel_ar) (дата звернення : 21.06.2022).
161. Simon N. The Participatory Museum. Santa Cruz, CA : Museum 2.0, 2010. 390 p.
162. Throsby David. Economics and Culture. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 208 p.
163. Valvo M. Google Goes Global with Expanded Art Project. *Press Release. Google Art Project*. 2013. URL : [web.archive.org/web/20130304050446/https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/art-project/press-release](http://web.archive.org/web/20130304050446/https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/art-project/press-release).
164. VR/AR-додатки для музеїв. URL : <https://nachasi.com/creative/2019/11/01/museum-of-future/> (дата звернення : 21.06.2022).

