

Отже, сьогодні людина є частиною урбаністичної культури і завдяки сучасним засобам перетворилась на «всесвітню», а культура та інше, на загально доступне.

Але водночас, ми бачимо як повертається індивідуальна, нібито залежність у просторі доповнена всесвітньою доступністю до інформації. Якщо додати до цього загальне зростання інформаційного потоку, прискорення його виробництва та перерозподіл між різними верствами населення актуальність теми дослідження, що заявлена нами, безумовна.

Креативні культурні практики базуються на сучасному інформаційному полі, що дає можливість мільйонам людей відкритого доступу до різноманітної інформації та водночас брати участь у створенні разом з традиційними інститутами варіативних інформаційних проявів культурного контенту. Все це принципово міняє характер комунікації, що в свою чергу визначає формування культурного середовища в напрямку його креативного характеру.

Люди завжди спілкувалися, і завжди знаходилися засоби спілкування - мова, інформаційні компоненти, психологічна складова.

Водночас соціально-психологічна чи культурна доступність визначається здатністю людини зрозуміти та освоїти певну інформацію. Дійсно, комп'ютер треба мати і вміти користуватися.

Особливо цікавими, в контексті нашого аналізу, постають засоби опосередкованого спілкування, що змінюється протягом століть. Чим принципово відрізняються зарубки, ієрогліфи, клинописні таблички від мемів, емоджи і таке інше.

Отже, метою дослідження повинен бути аналіз соціокультурних функцій сучасного культурного середовища, включаючи інформаційну складову. В свою чергу дослідження блогінгу в процесі інформаційного забезпечення розвитку культури, передбачає розкриття культуротворчої місії блогосфери, як складової частини креативних сучасних практик.

УДК УДК: 351.854

МИСТЕЦТВО ЯК ІНДУСТРІЯ

Ф. М. Проданюк, кандидат історичних наук, доцент

В.М. Сердюк, студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: мистецтво, креативні індустрії, креативна економіка

Наприкінці ХХ на початку ХХІ століть відбулися суттєві зміни не лише у світовій культурі та мистецтві, але й у світовій економіці. В цей період значно зростає роль креативних індустрій, а культурне підприємництво стало визначальним фактором розвитку світової економіки. Воно надало можливість діячам мистецтва відчувати певну фінансову незалежність у розвитку національної культури [1]. Мабуть не випадково, Генеральна Асамблея ООН визначила 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку. Зокрема, в спеціальній резолюції, прийнятій Генеральною Асамблеєю ООН, наголошувалося

на важливості створення умов для розвитку креативної економіки, розвитку людського капіталу та підтримці країн, що розвиваються у диверсифікації виробництва та експорту [2]. В резолюції також наголошувалося на особливому значенні синергії підприємства та творчості. В документі підкреслювалося, що креативний бізнес має визначальне соціальне значення. Креативний бізнес надає допомогу у вирішенні нагальних суспільних проблем, формує нові цінності та є важливою частиною трансформації міст. Інвестиції у творчий бізнес значно підсилюють ці ефекти [2].

Ряд наукових довідників тлумачать термін «креативність» як «творчість» чи «створення з нуля». Переважна більшість науковців розглядають креативний процес як початкове розуміння навіщо, для кого та як потрібно щось створювати і, власне, що саме потрібно створювати. На відміну від творчого процесу, що лише ґрунтується на натхненні, здібностях, традиціях, креативність передбачає, що творець здатний створювати не лише нові продукти, але й оригінально інтерпретувати наявні методи та прийоми для створення креативного продукту [3, 4]. Креативним індустріям приділяється особлива увага з другої половини 1980-х – початку 1990-х років. До того часу ключовими обговорюваними категоріями були: культура, мистецтво, культурні ресурси, культурні галузі, індустрія культури.

В останні роки культурна політика займає важливе, але не завжди пріоритетне місце в багатьох регіонах України. Виправити ситуацію може реформа децентралізації в культурі, покликана перенавчити культурних менеджерів на місцях, модернізувати їхні заклади та повернути їм аудиторію.

Адже, культура - це не лише про розваги. Коли осмислювати життя через фільми, вистави, пісні й танці, з'являються нові ідеї. Так виникають креативні бізнеси, а водночас робочі місця та простір для єднання, розвитку [5]. В розвитку мистецтва другої половини ХХ – початку ХХІ століть в науковій літературі прийнято виділяти декілька етапів:

Перший – 1960-1970-ті роки, відомі діячі світового мистецтва шукали альтернативу модернізму спершу у нових способах та засобах вираження. Це проявилось в зосередженні головної уваги із художнього образу на процес. Названі процеси сприяли утвердженню нових мистецьких форм: перфоменс, хеппенінг чи флешмоб [6].

Другий – 1990-ті роки, коли в мистецтво на зміну кураторів та арт-критиків прийшли арт-менеджери, продюсери та арт-фінансисти. В сучасних умовах значного поширення набули процеси комерціалізації культури – використання надбань культури та мистецтва не для їхнього збереження і розвитку, а з метою отримання прибутку. Серед наукової літератури, яка присвячена названим проблемам автори звертають особливу увагу на роботу Дона Томпсона – відомого економіста, професора маркетингу та стратегії в Шуліхській школі бізнесу при Йоркському університеті в Торонто. Д. Томпсон автор понад 15 праць. Серед них ряд бестселерів: «Опудало акули за 12 мільйонів доларів: цікава економіка сучасного мистецтва» (2010) та «Супермодель і коробка “Брілло”: особлива економіка сучасного мистецтва» (2014), «Помаранчевий надувний пес. Буми, потрясіння та жадова на сучасному арт-ринку» (2014). Зокрема, в останній роботі він пропонує читачам свіжий і провокативний погляд на елітний арт-ринок, досліджує, що вступає у гру, коли

йдеться про колообіг величезних сум, і що штовхає покупців, навіть на несвідомому рівні, надавати творам такої високої комерційної вартості [7].

Список використаних джерел

1. Коли мистецтво заробляє. Як креативні індустрії в Україні можуть стати потужною економічною силою. <https://theukrainians.org/koly-mystetstvo-zarobliaie/>
2. Міжнародний рік креативної економіки та сталого розвитку. <https://dei.kyivcity.gov.ua/news/534.html>
3. Креативна економіка: нова економічна епоха ХХІ ст. Концепт креативної економіки Глобальні тренди Потенціал та перспективи розвитку креативної економіки в Україні. https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf
4. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. – Львів, 2017. – 528 с.
5. Великий потенціал. Як перенести культурне й мистецьке життя з Києва до містечок і сіл. <https://theukrainians.org/velykyi-potentsial/>
6. Муха О.Я. Формування некласичних категорій естетики для оцінки сучасного мистецтва. <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/21056/Mukha.pdf;jsessionid=BEFCA78B7C4F0E068B5B2180712B3664?sequence=1>
7. Томпсон Дон. Помаранчевий надувний пес. Буми, потрясіння та жадова на сучасному арт-ринку / Пер. із англ. Р. Свято. Київ : ArtHuss, 2018. 256 с.

УДК 159.923

МОТИВАЦІЯ ДОСЯГНЕНЬ: СУБ’ЄКТИВНА ЦІННІСТЬ ТА ПРИВАБЛИВІСТЬ УСПІХУ

А.В. Колодязна, кандидат психологічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: мотивація, діяльність, ефективність, поведінка, продуктивність.

Від мотивації як однієї з найважливіших змінних залежить ефективність поведінки. Між людьми, які мають рівні здібності, але різну мотивацію, є відмінності. В даному випадку можна помітити прояв однієї з основних функцій активації, яку виконує саме мотивація. Головним процесом є вплив мотивації на результати діяльності, це процес вибору мети особистістю або процес формування мети. Найчастіше об’єкт мотивації людини це не матеріальний об’єкт, а конкретний результат, якого збирається досягти людина чи досягнення якого вимагає суспільство. В експериментальному плані деяке світло на процес формування мети було пролито у роботах, присвячених рівню домагань. Генез цього процесу було виявлено у процесі досліджень у галузі генетичної психології. [3].