

УДК 007 : 811.161.2'42 : 17.023.35

КУЛЬТУРНІ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ДИСКУРСІ: ПОШУКИ СИНЕРГІЇ СМИСЛІВ

ЄВГРАФОВА Алла,

канд. філол. наук, доцент,

e-mail: allaevgrafova38@gmail.com**ПРОКОПЕНКО Наталія,**

канд. філол. наук,

e-mail: prokopenko3377@gmail.com;

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна

У статті розглянуто концептуальні уявлення про номінацію, витоки терміну «культурні індустрії», презентовано еволюцію поглядів на природу, зміст цього феномену, починаючи з лінгвістичного контексту і завершуючи роллю сучасних креативних технологій. Пропонуються результати моніторингу матеріалів дискурсивних практик газети «День» (липень – грудень 2018 року), пов'язаних із різними сферами культурних індустрій, що супроводжується відповідними інтерпретаціями та коментарями. Робиться спроба визначитися із прогнозами щодо подальшої реалізації сфери творчих індустрій в українських реаліях.

Ключові слова: культурні індустрії, синергія смислів, соціокультурна сфера.

CULTURAL INDUSTRIES IN UKRAINIAN DISCOURSE: THE SEARCH OF MEANINGS SYNERGY

The article deals with the conceptual representations of nomination, the origins of the term “cultural industries”, presents the evolution of views on nature, the meaning of this phenomenon, starting with the linguistic context and ending with the role of modern creative technologies.

The article presents the results of monitoring the materials of the “Day” newspaper (July-December 2018) related to various spheres of cultural industries, accompanied by relevant interpretations and comments. An attempt is made to determine the prognoses for further realization of the sphere of creative industries in Ukrainian realities.

Key words: cultural industry, meanings synergy, socio-cultural sphere.

Вступ. Вирішення сучасних проблем у соціокультурній сфері потребує наукового обґрунтування тих явищ, які можна об'єднати під назвою «культурні індустрії» («творчі індустрії», «креативні індустрії»). Хронологія вживання «культурна індустрія» дозволяє розглянути зміст цього поняття і тенденції його розповсюдження у світових гуманітарних практиках.

Власне дискусію про культурну індустрію розпочав німецький соціолог Теодор Адорно в есе «Культурна індустрія: Просвітництво як обман мас», яке є складовою частиною філософського трактату «Діалектика Просвітництва» Макса Хоркхаймера і Теодора Адорно [23].

Цілком очевидно, що *Kulturindustrie* у розумінні й оцінці автора залишається поза ілюзіями просвітництва для широких мас. Теодор Адорно, представник Франкфуртської філософської школи кінця XIX – початку XX ст., демонструє свій погляд на культурну індустрію як засіб збагачення для одних і введення в оману, ошукування для більшості людей. Не варто говорити про спрощений, прямолінійний погляд на цю проблему. Це серйозний філософський трактат, де глибоко і послідовно аналізується новітнє (можна сказати, революційне) явище у культурній сфері, яке одержує у нього назву *Kulturindustrie*. Поява нових на той час технологій та їхнє широке

© Євграфова А., Прокпенко Н., 2018

входження в соціальний контекст змінює співвідношення між культурою та індустрією (явищами самими по собі цілком автономними), які починають сприйматися як єдність не тільки в аббревіатурі *культури́ндустрія*, а як ціле по суті своїй, а саме: культура зі сфери камерної, елітарної виходить завдяки радіо, кіно, телебаченню на широкий загал і стає доступною для всіх. У цій колізії Адорно побачив конфлікт між сферою культури і сферою індустрії, що у подальшому сприйматиметься як новий рівень цивілізаційного поступу, і взаємодія культури та індустрії стане органічною як у сенсі технологічному, так і лінгвістично культурна індустрія втратить свою негативну конотацію.

Науковим підґрунтям для нашого дослідження стали джерела різного характеру і професійного рівня:

- філософські твори (це, перш за все, фундаментальний трактат [23]);
- наукові розвідки (В. Виноградов, О. Зеленцова, М. Гладких, О. Олійник, М. Отрішко, Ф. Йоганссон, Р. Флорида, А. Флієр);
- матеріали Міжнародної науково-практичної конференції від 24 квітня 2017 р.;
- лексикографічні видання;
- документи країн ЄС та України, спрямовані на потрактування понять-термінів і виокремлення сфер використання культурних індустрій. Останні сприяють регламентації сфери «Культура і креативність».

З «Діалектики Просвітництва» М. Хоркхаймера і Т. Адорно почалося вивчення *Kulturindustrie* як явища індустріального виробництва продукту нематеріального призначення. Цей посыл став поштовхом для опрацювання теми, яка еволюціонувала від розуміння культурної індустрії до креативної світової економіки, що, безумовно, не є тотожними поняттями.

Серед наукових досліджень і обговорень практичних здобутків у галузі креативних індустрій можна виокремити такі напрямки:

- висвітлюються культурні індустрії в історії та сучасності та розглядаються типи технологій [20];
- розглядається феномен «культурні індустрії» з погляду походження та соціокультурного змісту [15];
- описуються теорії та практики феномену «творчі індустрії» та їхня роль в сучасному економічному, соціальному і культурному розвитку [4];
- опрацьовується сучасна ситуація з розвитком креативних індустрій (Н. Машіна, М. Сазонова, Х. Мінгареллі);
- досліджується зв'язок між дисциплінами, який породжує інновації на перехресті ідей, концепцій і культур [5];
- розробляється українська модель культурних та творчих індустрій [11];
- обмірковується «проблема про систему освіти, про шляхи підготовки культурних і арт-менеджерів, розвитку в них підприємницького вміння і творчих здібностей» [22];

систематизуються термінологічні поняття в науковому дискурсі та офіційних документах [17].

Звичайно, спектр дослідження є значно ширшим. І представлена бібліографія може скласти уявлення лише про деякі сучасні тенденції в обговоренні проблеми.

Актуальність дослідження пов'язана з тим, що тільки в червні 2018 року Верховна Рада внесла у Закон «Про культуру» поняття «креативні індустрії». Зважаючи на те, що цей феномен перебуває у колі наукових інтересів з 1947 року, а з 1998 року він визнається пріоритетним у цій сфері в Європі, стає зрозумілим, що питання, пов'язані з культурними індустріями, розглядаються сьогодні в Україні як нагальні і невідкладні.

Об'єкт дослідження – культурні індустрії у масмедійних текстах сучасного українського дискурсу.

Предмет – креативні індустрії як феномен соціокультурної сфери.

Мета – визначення синергетичних смислів сучасних культурних індустрій і оцінювання перспективи науки в цій галузі.

Новизна дослідження полягає у вивченні культурних і креативних індустрій як лінгвістичного контексту в динамічній синхронії та інтерактивному аналізі сучасних дискурсивних практик.

Методи дослідження. Для розв’язання завдань, поставлених у дослідженні, ми послуговувались традиційним описовим методом, що дозволив на основі прийому зовнішньої інтерпретації встановити зв’язки з позамовними явищами. Використання принципів дистрибутивної методики допомагає визначити сукупність усіх оточень, у яких зустрічається досліджуваний елемент «культурні індустрії».

Основним прикладним інструментарієм стали контент-аналіз як суто журналістський прийом та аналіз і синтез як загальнонаукові методики дослідження, що допомагають наблизитися до всебічного пізнання концепту, який опрацьовується.

Результати й обговорення.

Питання номінації: лінгвістичний підхід. У понятті, як результаті складної мисленнєвої діяльності, людина фіксує головне, найсуттєвіше, абстрагуючись від другорядного, неважливого, неістотного, – тобто такого, що є додатковим при визнанні самої суті предмета. Як правило, поняття презентується у мові за допомогою слова – іменника (*контент, розвідка, простір*), але доволі широко представлена і номінація, скомпонована за моделлю «прикметник + іменник», наприклад: *комунікаційний контент, наукова розвідка, інформаційний простір*. У такій структурі перший компонент словосполучення – прикметник – «обмежує», конкретизує, уточнює значення другого компонента – іменника, створюючи складне поняття із «розчленованим значенням» [1, с. 231], називаючи в такий спосіб окреме явище (факт, феномен), у якому цей прикметник стає «доданою вартістю» до іменника, не змінюючи сутності названого словом поняття, а лише деталізуючи його.

У семантичному плані словосполучення *культурні індустрії* може сприйматися як парадоксальне (грец. *paradoxos* – несподіваний, дивний), бо в ньому передусім поєднуються, на перший погляд, непоєднувані поняття: «культурний» означає, перш за все, «той, що стосується культури, належить до неї» [18, с. 573], при цьому актуалізується лат. *cultura* – догляд, освіта, розвиток – в семах «освічений, вихований» (про кого), високорозвинений (про світ), цивілізаційний (про вплив), що фіксує С. Караванський [6, с. 177].

Таким чином *культурний* семантично асоціюється з ознакою досягнення певного рівня (чого, кого б це не стосувалося); характеристика етимологічно тяжіє до смислів «опрацьований», вишуканий, витончений, рафінований, «звільнений від домішок». Ця сема ексклюзивності природно накладається на *культурний* у смислі явища, що базується на творчості як на витворі мистецтва, індивідуальному доробку, авторському виконанні. У цьому випадку культура як високий рівень соціальних стандартів і культура як феномен творчості митця не протирічать поняттю із семантичним ядром «високий рівень».

Слово *індустрія* (однина) фіксується зі значенням «промисловість» [18, с. 409]. У випадку із вживанням іменника *індустрії* (множина) варто побачити, виокремити додаткову сему – зразок, різновид, тип (виробництва). Це дає розуміння того, що культура пов’язана з духовною сферою, а індустрія – промисловість – із матеріальною. Цей синтез народжує новий «продукт», який можна охарактеризувати як результат діяльності, виробництва благ у матеріальній сфері, проте призначених не для фізичного, а для духовного споживання [15, с. 71]. У сучасних дискурсивних практиках перевага надається терміну «креативні індустрії».

До речі, слово *креативний* не фіксує жоден традиційний український словник, і навіть «Активні ресурси сучасної української номінації. Ідеографічний словник но-

вої лексики» [7]. Але мовленнєва практика свідчить про те, що слово *креативний* увійшло до активного складу мовців, що можна, мабуть, пов'язувати з розповсюдженням англійської мови як світової, де *creative* – творчий, винахідливий. Отже, *креативні індустрії* – буквально такі, що пов'язані з творчістю, новацією, відкриттям, вигадкою, ідеєю, новиною і т. ін.

Детальний огляд змістовності поняття *креативність* подається у статті М. Отрішко, де розглядається ця категорія з погляду психології особистості як «здатність виходити за межі стереотипних асоціацій, як творча дослідницька діяльність, як чутливість до нових ідей» [16, с. 113], як інтелектуальні здібності, як спроможність долати стереотипи, кліше, штампи і т. ін., що цілком укладається у визначення, подані у термінологічних словниках (С. Головін, А. Ребер), на які посилається авторка.

При лінгвістичному підході терміни *культурна індустрія* і *креативна індустрія* не сприймаються як взаємозамінні, бо, зрозуміло, що *культурний* і *креативний* – це дотичні, але все ж таки не еквівалентні характеристики (*індустрії*).

Але мовленнєва реальність не дає права сумніватися, що словосполучення *культурні індустрії* і *креативні індустрії* динамічно синхронізувалися у синонімічному слововживанні. Принаймні, *культурна сфера*, *культурна діяльність* і *креативні індустрії* у нижчеподаному контексті функціонують як цілком взаємозамінні.

Х'юг Мінгареллі: «Розвиток креативної індустрії в Україні сприятиме її економічному зростанню».

Глава Представництва Європейського Союзу в Україні Х'юг Мінгареллі переконаний, що розвиток креативної індустрії в Україні сприятиме економічному зростанню країни. «Ми інколи забуваємо про довготривалу та багату культурною традицією цієї країни, яка має бути фундаментом її економічного зростання. Сьогодні наш досвід у ЄС засвідчує, що в культурній сфері те, що ми називаємо креативною індустрією, має набагато вищий рівень зростання, чим у інших сферах. Тому ми переконані, що розвиток культурної діяльності в Україні та більш широкий розвиток креативної індустрії сприятиме економічному піднесенню, врешті-решт, створить робочі місця, які так потрібні цій країні», – сказав він на відкритті Першого міжнародного ярмарку грантів у сфері культури. Мінгареллі також зауважив, що Європейський Союз зацікавлений у розвитку культурних зв'язків із Україною» (День, 2018, № 114).

Тож мовна реалізація демонструє спроможність паралельного вживання двох словосполучень, а саме: *культурні індустрії та креативні індустрії*, – утверджуючи в мові синонімічну конкуренцію термінів.

Повертаючись до тлумачення поняття *культурна індустрія*, варто ще раз відзначити, що семантично культура асоціюється з вишуканістю, витонченістю, індивідуальністю, а індустрія – промисловість – з масовістю, тиражуванням, штампуванням, і об'єднання цих двох слів в одному терміні дозволяє сприймати його як складне поняття – індустріальне виробництво культурних продуктів, – що і нейтралізує у словосполученні закладений, на перший погляд, парадокс смислів.

Біля витоків Kulturindustrie. Питання про *культурну індустрію* (в оригіналі *Kulturindustrie*) вперше було розглянуто філософами Франкфуртської школи Максом Хоркхаймером (1895-1973) та Теодором Адорно (1903-1969) у праці «Діалектика Просвітництва», яка була видана в Керидо в Амстердамі у 1947 році. З того часу термін «культурна індустрія» увійшов у науковий обіг, але його розуміння змінилося, хоча «ідеї і сьогодні відповідають духу часу... і в той же час формулювання вже не відповідають реаліям сьогоднішнього дня», – як пише у Передмові І. Fisher [23]. І з цим варто погодитися, хоча б, по-перше, з тим, що сам термін «відповідає духу часу» (якщо ми апелюємо навіть до XXI століття); по-друге, інтерпретація самого поняття в сучасному світі змінилася докорінно.

Контекстний аналіз авторського тексту дозволяє визначити у главі «Культурна індустрія» із книги «Діалектика Просвітництва» М. Хоркхаймера і Т. Адорно суть *Kulturindustrie* через авторське ставлення до цього феномену, оціночні судження, численні конотативні смисли, негативні характеристики, упередження і, в цілому, несприйняття її (культурної індустрії) як відображення цивілізаційного прогресу.

Автори констатують, що:

- «техніка культіндустрії була перетворена у феномен стандартизації і серійного виробництва» [23, с. 87];
- таланти стають власністю індустрії [23, с. 87];
- культуріндустрія є запереченням стилю [23, с. 94];
- курс тримають на «комерційну систему» [23, с. 117];
- культура стає парадоксальним товаром, тому вона з'єднується з рекламою, яку можна назвати життєвим еліксиром культіндустрії [23, с. 118];
- кіно і радіо вже не потребують видавати себе за мистецтво [23, с. 87].

Та істина, що вони є нічим іншим, як бізнесом, використовується правителями як ідеологія, яка повинна легітимізувати той мотлох, який вони навмисно виробляють. Вони самі себе називають індустріями, і цифри про доходи, які публікують їхні гендиректори, знімають будь-який сумнів у суспільній необхідності подібного роду готових продуктів [23, с. 87].

Переповідаючи «Діалектику Просвітництва» близько до тексту, можна сформулювати думку авторів таким чином: культуріндустрія, маючи монтажний, синтетичний, диригований, фабричний характер, побудована на основі компіляції, все далі відходить від справжнього твору мистецтва і наближається до реклами, до товару, який продається.

Контекст в цілому і наведені цитати зокрема свідчать про оцінку *Kulturindustrie* як негативного явища, оскільки поєднання творчих, креативних, індивідуальних витворів мистецтва з індустріальною, стандартизованою, масовою формою розповсюдження перетворює їх (витвори мистецтва) у матеріальне явище, артефакт. Основна думка цього твору полягає в тому, що культурний феномен, коли він через радіо, кіно, концерт стає соціальним продуктом, втрачає свою елітарність, естетичність, неповторність, нарешті, одноразовість і однокви́линність. Твір мистецтва перестає бути адресованим на вишуканого, вибагливого естета; його масове тиражування знищує відчуття з'єднаності реципієнта із творцем високого, позбавляючи мистецтво своєї камерності, глибинної сутності.

Контекст, запропонований Адорно, дає підстави стверджувати, що зміст, який він вклав у поняття *Kulturindustrie*, не коригується з позитивною оцінкою цього явища.

Kulturindustrie знищує високе авторське мистецтво, здійснене за рахунок індивідуальних пошуків та винаходів ініціативних, талановитих людей і перетворює його на масову культуру, що для авторів «Діалектики Просвітництва» М. Хоркхаймера і Т. Адорно було неприйнятним.

Основний акцент в есе із «Діалектики Просвітництва» під назвою «Культурна індустрія: Просвітництво як обман мас» робиться на виробництві художньої продукції методами масового тиражування. Суть культурної індустрії у М. Хоркхаймера і Т. Адорно пов'язується з перетворенням богомного мистецтва в суцільну імітацію. Фабула симбіозу культури та індустрії могла реалізуватися в різних сегментах (форматах).

Такою виявляється ідеологія *Kulturindustrie* в першоджерелі про цю категорію.

Культурні індустрії в сучасному світі: зміна парадигми. Концепт «культурні індустрії» в сучасному науковому і культурологічному контекстах, урядових документах і політичних програмах не тільки зафіксувався, а й отримав нові інтерпретації, оцінки реального існування, визначення сфери використання і ролі в суспільстві.

Сучасна історія використання терміну «культурна індустрія» призвела до чіткої кристалізації самого поняття, в якому закамфльовані культура, економіка і соціальна політика. На сьогодні канонічною визнається така дефініція, сформульована Департаментом культури, медіа та спорту Великобританії у 1998 році: творчі індустрії – це «діяльність, в основі якої покладені індивідуальне творче начало, навички або талант і яка несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва і експлуатації інтелектуальної власності» [8].

У розвиток ідеї М. Хоркхаймера й Т. Адорно про культурну індустрію 1947 року в Документі 1998 року розставлені інші акценти і пріоритети, де звертається увага на економічні категорії: додана вартість, робочі місця, – чим підкреслюється індустріальний характер виробництва по відношенню до творів нематеріальної культури. Цей феномен охоплює культуру в широкому розумінні, включаючи рекламу, дизайн, моду, кінематограф, книговидання, медіа, інтернет, програмне забезпечення, архітектуру тощо.

Тема культурних індустрій стає предметом обговорення у світовому масштабі: прийнято Конвенцію про заохочення розмаїття форм культурного самовираження від 20.10.2005 р. [9] (ратифікована Україною 20.01.2010 р., набрала чинності для України 10.06.2010 р.). Конвенція прийнята Генеральною конференцією Організацією Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури на засіданні в Парижі з 3 до 21 жовтня 2005 року під час своєї 33-ї сесії.

Конкретно в Україні Верховна Рада постановила внести зміни до Закону України «Про культуру» (Відомості Верховної Ради України. 2011 р. № 24, ст. 168, 2017 р. № 26 ст. 298), доповнивши 1) частину першої статті пунктом 5¹ такого змісту: «креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості»; 2) частину другу статті 4 абзацом шостим такого змісту: «охорони, заохочення та підтримки культурного розмаїття як одного з найважливіших чинників сталого розвитку держави» [3].

Очевидним є той факт, що в українських дефініціях використані базові напрацювання вищезгаданих інституцій (Департаменту культури, медіа та спорту Великобританії 1998 р. та Паризької конвенції 2005 р.). З одного боку, це свідчить про авторитет цих організацій і прийнятність їхніх позицій для українських реалій, а з іншого боку, варто було б за цей період (з 1998 р. по 2018р.) не просто транспонувати чужий досвід на український ґрунт, а осмислити його, враховуючи національну самобутність і те, як «перетікають різні концепції, дисципліни і культури», або дати зрозуміти, як не тільки вигадувати нове, а й як його створювати. Тобто, як будуть використовуватися попередні напрацювання, як буде узагальнюватися досвід, у чому буде полягати інноваційний процес в Україні. Тому, мабуть, дефінування *креативних індустрій* може стати завданням для майбутніх дослідників. І важливо, на наш погляд, продемонструвати еволюцію процесу від поглядів Адорно, який «був далеким від ілюзій та замилювання». Він вказував, що у США та Західній Європі дуже стрімко утверджується масова «індустрія культури» (Адорно критикував термін «масова культура», підкреслюючи, що реальна, справжня культура мас – зовсім інша, і нічого спільного зі згаданою «індустрією» не має). Цій «індустрії культури», на думку вченого, глибоко, органічно притаманна «стандартизація людських взаємин» в керованому, а до того ж і монополістичному суспільстві. Наслідками цього, на переконання німецько-американського філософа (йдеться про Т. Адорно – А.Є.), є «втрата людиною індивідуальної свідомості та індивідуальних ціннісних установок» («люди знають, чого вони хочуть, тому що вони знають, чого саме хочуть інші люди»), перемога «всезагального», перемога «системи». Супутником же «культурної революції» стає схематизація «культури» – як у вестернах», – цитує Т. Адорно журналіст газети «День» І. Сюдюков (День, 2018, № 142–143).

Самі ці перестороги Т. Адорно можуть стати початком переосмислення «культурної індустрії», перебудування її концепції, системи і політики в сучасному світі в цілому і в Україні зокрема.

До речі, ця тема на сьогодні отримала широкий розголос і пояснення причини переосмислення того, що первісно називають культурною індустрією (*Kulturindustrie* у Т. Адорно), а в подальшому еволюціонізувало у творчі індустрії – креативні індустрії і ширше – креативну економіку у світі.

Процес зміни парадигми пояснюється по-різному:

1) Франс Йоганссон пов’язує виникнення інновацій на межі ідей, концепцій та культур, бо, на його думку, «дисциплінарна наука померла» [5, с. 24]. Майбутнє знаходиться там, де перетинаються і перетікають одна в одну різні галузі, сфери, дисципліни, що «призводить до синтезу наук» (Джордж Кюен). Результат такого перетинання як джерела інновацій Йоганссон називає ефектом Медичі [5]. Такий погляд, дійсно, фіксує результат як наслідок взаємодії представників різних сфер.

2) Мабуть, пояснення цих змін пов’язане з більш широким спектром проблем і, перш за все, з рухом цивілізації, яка пройшла три рівні свого розвитку: доіндустріальний – індустріальний – постіндустріальний (Деніел Белл). І кожний рівень обумовлює нове розуміння взаємодії духовної сфери і матеріального виробництва і, відповідно, пояснює те, що стверджував Альберт Ейнштейн: ніяку проблему не можна вирішити на тому ж рівні, на якому вона виникла.

Kulturindustrie як поняття з’явилося в той період, коли індустріальна складова пов’язувалась зі створенням матеріальних артефактів, що розглядались як речі, несумісні з високим, духовним мистецтвом. У наш час поєднання в одному понятті «творчості і бізнесу, економіки і культури, культурних досягнень і комерційного успіху сприймається як досить органічне» [4, с. 7]. Цьому сприяє той факт, що креативний клас (інтелігенція) продукує те, чого не існувало в його досвіді, створюючи нові цінності на основі трьох Т: технологій, таланту, толерантності [21].

Таким чином, змінилася парадигма виробництва, в якому тепер головну роль відіграє мозок, інтелект і креативність. З’являється запит на новий продукт на основі високих інформаційних технологій, бізнес-послуг і креативного сектору [4, с. 30]. Індустрія як така виходить на рівень стандартизації і продукування масової культури в розумінні її не як позбавленої індивідуальності і творчості, а на рівень інноваційних відкриттів. Творчі індустрії працюють у всіх сферах людської діяльності, включаючи архітектуру, міські ландшафти, зелений туризм, інтернет, імерсійну журналістику, венчурні інвестиційні фонди, ревіталізацію промислових об’єктів, «розумних» роботів і т. ін.

Заявлені у Вступі терміни-поняття (*культурні індустрії – творчі індустрії – креативні індустрії*) називають явища одного ґатунку – це результати творчості будь-якої (авторської чи колективної (групової), які несуть на собі ознаки особистісного мистецтва, арт-об’єкту, професійних художників, майстрів, чогось унікального, які через сучасні технології й новітні «індустріальні» можливості стають доступними для широкого загалу слухачів, глядачів. Так персоніфікується синергетичний контекст кожної нової цивілізаційної епохи.

Всупереч загрозливим тенденціям глобалізації світу, кожна країна намагається зберегти автентичність, свою національну окремішність, щоб, розвиваючи свої виняткові обриси, отримати «дохід від цінностей».

Контекстний аналіз матеріалів газети «День». У нашому дослідженні залучається як джерело газета «День», що, адресована інтелектуалам і зорієнтована на час, який ще не настав, намагається впливати на світ синергетичними властивостями мови, актуалізуючи сучасний науковий дискурс і таким чином сприяючи прогресу в різних сферах людського життя. У цій парадигмі редакційної політики опинилися і культурні індустрії, в арсеналі яких розглянуті імерсійна журналістика, венчур-

ні інвестиційні фонди, індустрія розваг, дизайнерський сезон весни-літа-2019, scienceart (наука-мистецтво), культурологічна журналістика.

Почнімо з культурологічної журналістики. Про неї у парадигмі «культура+індустрія» можна говорити опосередковано, але якщо зважити на думку Оксани Пахльовської (День, 2018, № 170-171, с. 9), що «сама по собі культурологічна журналістика – це надзвичайно ефективний інструмент інтерпретації, який пов’язує науку з суспільством, виводить науку з кабінетів на різні обшири сприйняття, вживлює академічне знання в живу матерію суспільної свідомості», то стає очевидним, що саме завдяки «культурологічній журналістиці» газета «День» і поширює знання про наявність так званих культурних індустрій, їхню роль у сучасному світі, можливості зробити світ більш успішним і модерним.

Важливо зазначити, що слово *індустрія* помітно збагатило спектр синтаксичних зв’язків за рахунок поширення семантичного поля: «...література змагається не тільки, наприклад, з кіно, а й з усією індустрією розваг» (Марія Чадюк. Книжки для всіх. – День, 2018, № 155-156, с. 17).

Говорячи про дизайнерський сезон весна-літо-2019 Ukrainian Fashion Week, автор статті про колекцію «чуттєвих сарафанів, костюмів, шорт, легких літніх пальт і курток...», називаючи тканини – шовк, шифон, льон, батист, віскоза і т. д., – робить висновок, що клейонка і бавовна з латексним напиленням є нічим іншим, як «втіленням духу it-епохи» (Алла Дубровик-Рохова. Мова... «уповільнюється» і «розумнішає». – День, 2018, № 160-161, с. 17).

Попри традиційне трактування культурних індустрій як індивідуальної творчості, виготовленої за допомогою «індустріального» способу і, можливо, тиражованої (і яка стає доступною широкому загалу), дещо екстравагантно виглядає досвід львівського художника, а ще вченого і педагога Аскольда Романовича Кучера, який створює свої шедеври на ...УЗД-пристрої, презентуючи в такий спосіб scienceart (Аліса Антоненко. Життя у клубі «Медитація» Аскольда Кучера. Між мистецтвом і медициною. – День, 2018, № 168, с. 6).

Для нас важливим є зауваження художника Ігоря Гулика: «Мистецтво Кучера – попри його модерність і технологічну складову – явно не вписується у контекст «масової культури». Це ще раз дає привід повернутися до першоджерела [23], де «мистецтво (яке перетворюється у саму культуру – А.Є.) зрікається своєї власної автономії, гордо стає в ряди товарів широкого вжитку» [23, с. 114].

Як у тексті Т. Адорно, так і в наш час за масовою культурою закріпилося негативне сприйняття як чогось нестандартного, позбавленого оригінальності. Масова культура асоціюється з несмаком, вона є загальнодоступною, поширеною, популярною, чого не можна сказати про згаданий витвір Аскольда Кучера.

Все це ще раз змушує замислитися над дефініцією *культурної індустрії* щодо змістового наповнення цього явища.

У розчленованому понятті «культурна індустрія» прикметник *культурна* означає нематеріальні цінності, те, що утворюється для задоволення духовних потреб людини.

Масова культура – це вже симбіоз досконалих творів, які стають доступними для всіх охочих завдяки індустріальному способу розповсюдження. І дійсно твори Аскольда Кучера не вписуються в контекст масової культури.

Культурні індустрії і масова культура виступають антагоністами у Хоркхаймера і Адорно, бо ними не сприймається зведення з п’єдесталу творів культури, де культура розглядається як рівень досконалості будь-чого.

Усвідомлюючи фрагментарність і різнорідність наведених прикладів із газети «День», автори цієї статті кваліфікують їх лише як приклади окремих нестандартних, нетрадиційних виявів того, що може бути експліковано як культурні індустрії. Ще раз підкреслюємо, що проблема, пов’язана з номінацією *культурні індустрії*,

потребує «нових очей», тобто нових поглядів, креативної аналітики, нових технологій моніторингу українського (як і будь-якого) дискурсу.

Висновки та перспективи.

1) Опрацьований матеріал дозволяє стверджувати, що обговорювана проблема для українського дискурсу є актуальною.

2) Можна відмітити значний вплив англомовних першоджерел на розробку проблеми креативних технологій як у світі, так і в Україні.

3) Розробляються спроби оцінити перспективи науки в галузі культурних індустрій, щоб визначити стратегічні напрямки досліджень і прогнозування можливих сценаріїв майбутнього.

4) Проаналізовані текстові матеріали української газети «День» дають можливість визначити основні напрямки і здобутки у сфері культурних індустрій.

5) У підсумку варто визначити деякі моменти, які могли б скласти підґрунтя для подальшої роботи над темою: продовжувати форсайт-дослідження, створювати фокус-групи, здійснювати прогнозування економічних підрахунків діяльності того чи іншого проекту. А щодо наукового гуманітарного підходу, то варто чітко визначити термін-поняття «культурні індустрії», розмежувавши «долю» культури та індустрії і визначивши сфери дії кожної з них, не забуваючи при цьому про перестороги першовідкривачів М. Хоркхаймера і Т. Адорно.

1. *Виноградов В. В.* Вопросы изучения словосочетаний (На материале русского языка) // Избранные труды. Исследования по русской грамматике. – М. : Из-во «Наука». – 559с. – С. 231-253.

2. *Головин С. Ю.* Словарь практического психолога. – Минск : Харвест, 1998. – 800 с.

3. *Закон України* «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії» від 19.06.2018 № 2458-VIII. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2>.

4. *Зеленцова Е. В., Гладких Н. П.* Творческие индустрии: теории и практики. – М. : Издательский дом «Классика – XXI», 2010. – 240 с.

5. *Йоганссон Ф.* Эффект Медичи : возникновение инноваций на стыке идей, концепций и культур. / [Пер. с англ.]. – М. : ООО «ИД Вильям С», 2008. – 192 с.

6. *Караванський С.* Практичний словник синонімів української мови. 3-є вид. – Львів, 2008. – 496 с.

7. *Карпіловська Є. А.* Активні ресурси сучасної української номінації. Ідеографічний словник нової лексики / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. І. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пузирева, Ю. К. Романюк. – К., 2013. – 414 с.

8. *Картографічні документи творчих галузей 2001.* – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>.

9. *Конвенція про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження* від 20.10.2005. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_008.

10. *Культурні і креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики* : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (24 квітня 2017р.). – К. : Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. – 160 с.

11. *Культурні та творчі індустрії: українська модель.* – Режим доступу : <http://demcult.org/kulturni-ta-tvorchi-industrii-ukrain/>.

12. *Любовець Г. В., Король В. Г.* Комунікаційно-контентна безпека : проблематика, підходи, етапи становлення. – К. : ВВІКНУ, 2018. – 462 с.

13. *Машіна Н. І., Сазонова М. В.* Творчі індустрії у світлі міжнародного досвіду. // Університетські наукові записки, 2006 – № 2(18). – С. 389-393.

14. *Овчаренко С.* Форсайт-дослідження креативних і культурних індустрій // Культурні і креативні індустрії : теорія та сучасні практики : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (24 квітня 2017р.). – К. : Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. – 160 с. – С. 105-107.

15. *Олійник О.* Феномен «культурні індустрії» : походження та соціокультурний зміст. // Культурологічна думка. – 2009. – № 1. – С. 67-73.

16. *Отрішко М.* Змістовність поняття «креативність». // Культурні і креативні індустрії : історія, теорія та сучасні практики : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

(24 квітні 2017 р.). – К. : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. – 160 с. – С. 112-120.

17. *Пархоменко І.* Поняття «культурні та креативні індустрії» в науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та країн європейського Союзу. // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (24 квітня 2017р.). – К. : Нац. академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. – 160 с. – С. 116-120.

18. *Пустовіт Л. О.* Словник іншомовних слів / Л. О. Пустовіт, О. І. Скопненко, Г. М. Сjuta, Т. В. Цимбалюк. – К. : Вид-во «Довіра» УНВЦ «Рідна мова», 2000. – 1017 с.

19. *Ребер А.* Большой толковый психологический словарь. / [Пер. с англ. Е. Ю. Чебротарева]. – Т. 1 (А-О). – М. : Вега: АСТ, 2000. – 592 с.

20. *Флиер А. Я.* Культурные индустрии в истории и современности : типы и технологии // Научная библиотека Library.Ru информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – № 3. – 2012. – Режим доступа : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/.

21. *Флорида Р.* Креативный класс : люди, которые меняют будущее. – М. : Классика – XXI, 2005 – 430 с.

22. *Хетагурі Л., Мгебришвілі Ю.* Чи є креативними креативні індустрії? – Режим доступу : <http://demcult.org/chi-ie-kreativnimi-kreativni-industrii/>.

23. *Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. – М – СПб : Медиум, Ювента, 1997. – 312 с.

1. Vynohradov, V. V. Voprosy izucheniya slovosochetaniy (Na materiale russkogo yazyka) [Problems of studying phrases (On the material of Russian language)] // Selected Works. Studies in Russian grammar. – Moscow : publishing house «Nauka». – 559p. – pp. 231-253.

2. Golovin, S. Yu. Slovar prakticheskogo psikhologa [Practical psychologist's dictionary]. – Minsk : Kharves, 1998. – 800 p.

3. The Law of Ukraine «On Amendments to the Law of Ukraine “On Culture” regarding the definition of «creative industries” dated June 19, 2018 no. 2458-VIII. – Access mode : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2>.

4. Zelentsova, E. V. and Gladkikh, N. P. Tvorcheskiye industrii: teorii i praktiki [Creative industries: theory and practice]. – Moscow. : publishing house «Klassika – XXI», 2010. – 240 p.

5. Yoganesson, F. The Medici effect: the emergence of innovations at the intersection of ideas, concepts, and cultures. / [Transl. from English.]. – Moscow : ООО «ID Viliam S», 2008. – 192 p.

6. Karavanskyi, S. Praktychnyi slovnyk synonimiv ukrainskoi movy [Practical dictionary of Ukrainian synonyms]. – Lviv, 2008. – 496 p.

7. Karpilovska, Ye. A. Aktyvni resursy suchasnoi ukrainskoi nominatsii. Ideografichnyi slovnyk novoi leksyky [Active resources of the modern Ukrainian nomination. The ideographic dictionary of the new vocabulary]. / Ye. A. Karpilovska, L. P. Kysliuk, N. I. Klymenko, V. I. Krytska, T. K. Puzdyrieva and Yu. K. Romaniuk. – Kyiv, 2013. – 414 p.

8. Cartographic documents of creative industries 2001. – Access mode : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>.

9. Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions dated October 20, 2005. – Access mode : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_008.

10. Kulturni i kreatyvni industrii: istoriia, teoriia ta suchasni praktyky [Cultural and Creative Industries: History, Theory, and Modern Practice] : Proceedings of International Scientific and Practical Conference (dated April 24, 2017). – Kyiv : National Academy of Government Managerial Staff of Culture and Arts, 2017. – 160 p.

11. Kulturni ta tvorchy industrii: ukrainska model [Cultural and creative industries: Ukrainian model]. – Access mode : <http://demcult.org/kulturni-ta-tvorchy-industrii-ukrain/>.

12. Liubovets, H. V. and Korol, V. H. Komunikatsiino-kontentna bezpeka : problematyka, pidkhody, etapy stanovlennia [Communication-content security : problems, approaches, stages of formation]. – Kyiv : VVIKNU, 2018. – 462 p.

13. Mashina, N. I. and Sazonova, M. V. Tvorchy industrii u svitli mizhnarodnoho dosvidu [Creative industries in the light of international experience]. // Universytetski naukovi zapysky, 2006 – no. 2(18). – pp. 389-393.

14. Ovcharenko, S. Forsait-doslidzhennia kreatyvnykh i kulturnykh industrii [Foresight research of creative and cultural industries]. // Kulturni i kreatyvni industrii : istoriia, teoriia ta suchasni praktyky [Cultural and Creative Industries: History, Theory, and Modern Practice] :

Proceedings of International Scientific and Practical Conference (dated April 24, 2017). – Kyiv : National Academy of Government Managerial Staff of Culture and Arts, 2017. – 160 p. – pp. 105-107.

15. Oliinyk, O. Fenomen «kulturni industrii» : pokhodzhennia ta sotsiokulturnyi zmist [The phenomenon of «cultural industries» : the origin and socio-cultural content]. // Kulturolohichna dumka. – 2009. – no. 1. – pp. 67-73.

16. Otrishko, M. Zmistovnist poniattia «kreatyvni» [The content of the concept of «creativity»]. // Kulturni i kreatyvni industrii : istoriia, teoriia ta suchasni praktyky [Cultural and Creative Industries: History, Theory, and Modern Practice] : Proceedings of International Scientific and Practical Conference (dated April 24, 2017). – Kyiv : National Academy of Government Managerial Staff of Culture and Arts, 2017. – 160 p. – pp. 112-120.

17. Parkhomenko, I. Poniattia «kulturni ta kreatyvni industrii» v naukovomu dyskursi ta uriadovo-instytutsiinykh praktykakh Velykobrytanii ta krain yevropeiskoho Soiuzu [The notion of «cultural and creative industries» in the scientific discourse and the institutional practice of Great Britain and European Union countries]. // Kulturni i kreatyvni industrii : istoriia, teoriia ta suchasni praktyky [Cultural and Creative Industries : History, Theory, and Modern Practice] : Proceedings of International Scientific and Practical Conference (dated April 24, 2017). – Kyiv : National Academy of Government Managerial Staff of Culture and Arts, 2017. – 160 p. – pp. 116-120.

18. Pustovit, L. O. Slovyk inshomovnykh sliv [Foreign words dictionary]. / L. O. Pustovit, O. I. Skopnenko, H. M. Siuta and T. V. Tsymbaliuk. – Kyiv : publishing house «Dovira» UNVTs «Ridna mova», 2000. – 1017 p.

19. Reber, A. Bolshoy tolkovyy psikhologicheskii slovar [Big Definition Psychological Dictionary]. / [Transl. from English E. Yu. Chebrotarev]. – Vol. 1 (A-O). – Moscow : Vege: AST, 2000. – 592 p.

20. Fliyer, A. Ya. Kulturnyye industrii v istorii i sovremennosti : typy i tekhnologii [Cultural industries in history and modern times : types and technologies]. // Scientific Library Library.Ru informational humanitarian portal «Znaniye. Ponimaniye. Umeniye». – no. 3. – 2012. – Access mode : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/.

21. Florida, R. Kreativnyy klass : lyudi, kotoryye menyayut budushcheye [Creative class : people who change the future]. – Moscow : Klassika – XXI, 2005 – 430 p.

22. Khetahuri, L. and Mhebrishvili, Yu. Are creative industries creative? – Access mode : <http://demcult.org/chi-ie-kreativnimi-kreativni-industrii/>.

23. Khorkkhaymer, M. and Adorno, T. Dialektika Prosveshcheniya. Filosofskiy fragmenty [Dialectic of Enlightenment. Philosophical fragments]. – Moscow–SPb : Medium. Yuventa, 1997. – 312 p.

UDC 007 : 811.161.2'42 : 17.023.35

CULTURAL INDUSTRIES IN UKRAINIAN DISCOURSE: THE SEARCH OF MEANINGS SYNERGY

Yevgrafova Alla, PhD (History),
e-mail: allaevgrafova38@gmail.com

Prokopenko Nataliia, PhD (Philology),
e-mail: prokopenko3377@gmail.com

Sumy State University, Sumy State University, 2, Rymsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine.

Introduction. The article deals with the conceptual representations of nomination, the origins of the term “cultural industries”, presents the evolution of views on nature, the meaning of this phenomenon, starting with the linguistic context and ending with the role of modern creative technologies.

Relevance and purpose. The content of this concept is researched retrospectively: from the “Dialectics of Enlightenment” (1947) of M. Horkheimer and T. Adorno, which became a textbook for the study of the processes of mass culture formation and is considered as a cultural and philosophical manifesto, being the basis for further judgments about creative industry in the XX–XXI centuries.

The relevance of the research is due to the fact that nowadays in Ukraine this phenomenon is recognized as a priority for Europe and is actualized as urgent.

With **the aim** of defining the synergetic meanings of modern cultural industries and evaluating the prospects of science in this field, their research in the linguistic context in dynamic synchrony and interactive analysis of contemporary discursive practices has become groundbreaking.

Methods. To solve the tasks set in the study, we used a descriptive method which allowed establishing connections with extralinguistic phenomena on the basis of external interpretation, the principles of distribution methodology to determine the totality of all environments in which the researched element “cultural industries” occurs, content analysis as a purely journalistic method, and analysis and synthesis as a general scientific research methodology that helps to get closer to the comprehension of the concept that is analyzed.

Results. The article presents the results of monitoring the materials of the “Day” newspaper (July-December 2018) related to various spheres of cultural industries, accompanied by relevant interpretations and comments. An attempt is made to determine the prognoses for further realization of the sphere of creative industries in Ukrainian realities.

Conclusions. The researched material suggests that:

- 1) the problem discussed is relevant for Ukrainian discourse;
- 2) the development of the problem of creative technologies in the world, as well as in Ukraine, was significantly influenced by English documents;
- 3) Ukrainian scientists are attempting to assess the prospects of science in the field of cultural industries in order to determine the strategic directions of research and to forecast possible scenarios of the future;
- 4) the analyzed text materials of the Ukrainian newspaper “Day” give an opportunity to characterize the main directions and achievements in the field of cultural industries.

As a result, it is worth formulating some of the points that could form the basis for further work on the topic: to continue the foresight research, to create focus groups, and to make prognoses of economic calculations of some projects. Concerning the scientific humanitarian approach, the notion of “cultural industry” should be clearly determined, differentiating the “fates” of culture and industry, and defining the scope of each of them without forgetting the warnings of path-breakers M. Horkheimer and T. Adorno.

Key words: *cultural industry, meanings synergy, socio-cultural sphere.*

Стаття надійшла до редакції 12.11.2018