

вербальної креативності американського вченого Сарноффа Медника [2], методика виявлення творчих здібностей Джонні Кінчера [3].

Джой Гілфорд запропонував три основні чинники творчого прояву особистості – оригінальність (здатність пропонувати свій, незвичайний спосіб мислення), чутливість і інтеграцію. Остання інтерпретується як здатність одночасно враховувати або об'єднувати кілька протилежних умов, передумов або принципів. Тест віддалених асоціацій С. Медника (вербальна креативність). В якості стимулюючого матеріалу в тесті використовується сорок словесних тріад. Елементи кожної тріади належать до взаємно віддалених асоціативних областей. Перед основними завданнями проводиться розминка (тренувальна серія). Друга серія проводиться через 3-5 днів після першої. Тест проводиться індивідуально або в групах по 5-7 чоловік. Тестове завдання пред'являється на окремих аркушах, на яких записуються і відповіді. Тест «Виявлення творчих здібностей» (методика Джонні Кінчера) спрямований на визначення творчого потенціалу особистості.

У представлених методиках, які добре зарекомендували себе в практиці та дозволяють отримати найбільш достовірні результати дослідження для їх подальшого використання стосовно виявлення творчих здібностей у дітей та підлітків.

Список використаних джерел

1. Guilford J.P. Intelligence, creativity and their Educational Implications. Robert R. Knapp, Publisher San Diego, California, 1968. 229 p.
2. Mednick Sarnoff. The associative basis of creativity. Psychological Review. 69 (3). 1962. P. 220–232 .
3. Кинчер Джонни. Книга о тебе: 40 тестов-самоисследований. Санкт-Петербург: Питер: Питер-пресс, 1997. 220 с.

УДК 33+007:008(083.132)

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ТА ЕКОНОМІКА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

О.О.Сив'юк студ. гр. БХФ-2-21

науковий керівник Р.В. Множинська, кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії та культурології

Київський національний університет технологій та дизайну

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

Креативні індустрії вважаються попередниками нових, динамічних форм економічної діяльності. Здатність креативних індустрій створювати стиль і розробляти дизайн в поєднанні з навичками маркетингу допомагає

трансформувати виробництва, дозволяючи їм витримувати конкуренцію, яка стає все більшою. Саме тому взаємозв'язок між культурою і підприємництвом в XXI столітті визнаний основним джерелом економічного зростання і конкурентоспроможності [1,2].

Традиційні культурні інститути (театри, музеї, бібліотеки і концертні зали), які створюють живий культурний продукт, протягом останніх двох століть були основою культурного споживання, однак сьогодні вони недостатньо володіють технологіями менеджменту і погано інтегровані в сферу сучасних медійних технологій. Розвиток цих зв'язків – головне завдання інтегрального розвитку творчих індустрій. Якщо не буде змоги реінтегрувати традиційні культурні інститути в сучасну систему комунікації, вони будуть фактично виключені з культурного процесу. Існують потужні причини того, чому креативна економіка буде переважною формою економіки в XXI ст. Серед таких причин можна виокремити:

1) еволюція фізичних і соціальних індивідів. З автоматизацією у виробничих галузях промисловості і, в меншій мірі, в сфері послуг – скоротилася потреба в ручній праці, а відтак, молодь шукає іншу роботу і знаходить її в креативних індустріях, які можуть запропонувати більш привабливий стиль життя і економічну винагороду;

2) обсяг продукції, що випускається, продовжує зростати, що призводить до зростання купівельної спроможності та зростання інтересу до видів діяльності, які складають левову частку продукції креативних індустрій;

3) в порівнянні із загальною економічною системою, креативна економіка зростає швидше на 3–4%, і така тенденція збережеться в майбутньому. Зростає розрив між людьми, здатними реалізувати себе в креативній економіці, і тими, хто внаслідок географічного розташування своєї країни, політичної дискримінації, відсутності відповідної освіти чи структури ринку, на це не здатний;

4) нові цифрові технології створили нові можливості для створення контенту. У той же час низькі витрати на цифрові технології дозволяють багатьом людям створювати, поширювати і обмінюватися з іншими власним матеріалом в їх особистих соціальних спільнотах;

5) нові індустрії виникли на основі нових комунікаційних технологій, в кожній з яких існує нагальна потреба у відповідних компетенціях та ідеях. Основними навичками, які лише нещодавно стали важливі, але складають звичний набір креативної людини є: використання уяви, управління інтелектуальним капіталом, кращі методи заохочення і винагороди креативних людей [2].

Загалом в Україні сектор креативних індустрій представлений та розвивається переважно такими галузями:

- послуги індустрії моди та дизайну (графічний, промисловий дизайн і дизайн інтер'єру);
- аудіовізуальні послуги: кінематограф, телебачення, радіомовлення,

кіноіндустрія, видавничі та інші виконавські і візуальні мистецтва;
– культурні та цифрові послуги, реклама та зв'язки з громадськістю;
– образотворче і сценічне мистецтво;
– традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі;
– пам'ятки культурної спадщини: бібліотеки, пам'ятки археології, музеї та виставки [1].

Отже, Україна залишається осередком національної самобутності та унікальності, завдяки традиціям та історичним подіям міжнародного значення, динамічній культурі і людям різних національностей, що в сукупності забезпечує її сталі переваги та відчуття натхнення і спритності для посилення економічного зростання в найближчому майбутньому. Відтак, в Україні є значний потенціал для розвитку як креативних індустрій, так і стимулювання креативних проектів в інших галузях економіки.

Список використаних джерел

1. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. / Креативна економіка та креативні індустрії : навчальний посібник, 2020. – 218. ISBN 978-966-683-558-4
2. Креативна економіка та менеджмент : навчальний посібник / Г. В. Назарова, Ю. В. Сотнікова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 160 с. ISBN 978-966-676-718-2

УДК 008-026.15(1-11)(1-15)-04

МІЖКУЛЬТУРНІ ВІДМІННОСТІ У КРЕАТИВНОМУ ВИМІРІ

Р.В. Множинська, кандидат філософських наук, доцент

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: східна культура, творчість, система переконань, західна культура, генеративний процес, концепції.

Дослідників завжди цікавило питання, як певна національна культура формує креативність різних народів світу та яким шляхом йдуть їх емпіричні узагальнення. Вплив культури на творчість зазвичай проявляється трьома способами: люди з різних культур або середовищ мають різні концепції творчості; особи з різних культур, особливо з індивідуалістичних і колективістських культур, демонструють відмінності в творчих процесах і способах обробки творчого мистецтва (наприклад, корисність здається важливішою за новизну на Сході, тоді як новизна здається важливішою за корисність на Заході), творчість може бути оцінена за допомогою різних показників на основі саме культурного змісту і результати є точними лише тоді, коли використовуються культурно відповідні або культурно справедливі засоби.