

Плецан Христина Василівна,
доцент, кандидат наук з державного управління,
доцент Навчально-наукового інституту. Київський
національний університет культури і мистецтв, Київ

Khrystyna Pletsan,
Associate Professor, PhD in Public Administration,
Associate Professor of the Research Institute.
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД

Анотація. У дослідженні розкрито теоретико-методологічні підходи до визначення сутності креативних кластерів. У історичній ретроспективі проаналізовано українську практику формування і розвитку кластеризації креативних індустрій. Виокремлено основні ознаки, принципи, структурно-функціональні особливості організації та діяльності креативних кластерів. Доведено, що колоборація творчих товарів і послуг сприяє формуванню нових соціокультурних проявів на основі людиноцентризму. Доведено, що формування і розвиток креативних кластерів сприятиме культурно-творчій активності представників креативних індустрій, посиленню суспільної згуртованості, популяризації культурних цінностей, підвищенню громадянської гордості й рівня культури загалом. Теоретична основа, що використовується в статті, ґрунтується на культурологічному підході.

Ключові слова: культура, креативний кластер, креативні індустрії, культурологічний підхід, людиноцентризм, творчі ресурси, культурний розвиток суспільства.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Нові виклики, діджиталізація і нова парадигма культурного розвитку суспільства, сприяє формуванню модернізаційних впливів організації, активізації та популяризації культурно-творчих продуктів креативних індустрій. Концептуальні засади еволюції культурно-креативного простору спонукають до впровадження інновацій та активної колоборації з індустріями різних сегментів. Особливу роль у цих процесах потрібно відвести кластерним формуванням, в основі яких комплекс взаємодії між державними інституціями – громадськими організаціями – підприємцями креативного сектору – митцями – творчими особистостями і споживачами.

Оскільки сфера культури під впливом трансформаційних змін уже давно вийшла за рамки освітньо-розважальної специфіки, дедалі більше дослідників і практиків зосереджують свою увагу на концепції емоції вражень, творчості та культурному менеджменті. В основі цих процесів і понять функціонування креативних кластерів, що забезпечують

розвиток креативних індустрій і сприяють розвитку культурної, економічної і соціальної стратегії регіону, держави загалом. Саме тому в умовах зміни парадигми соціокультурного середовища креативний кластер є центром культурного розвитку суспільства та генерування нових ідей, проєктів, взаємодії секторів культурно-креативного середовища, що об'єднує творчих особистостей, культурних діячів, митців і творчих підприємців.

Синергетичний ефект культурних трансформацій та інновацій забезпечує розвиток креативних практик, ідей і підходів до організації креативних індустрій на основі людиноцентризму. Таким чином, зміни культурно-креативного середовища впливають на формування нових цінностей, що створюються в креативних кластерах. Запорукою успішного функціонування є поєднання творчих ідей, креативних проєктів, digital-інновацій та екосистем творчого підприємництва (активних творців креативного контенту) для створення, розвитку і популяризації культурно-креативного простору України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

дає можливість узагальнити, що динаміка сучасних наукових пошуків відзначається широким спектром досліджуваної проблематики. Зокрема, науково-теоретичну базу дослідження становлять праці таких науковців, як: Т. Андерсона, М. Бастун, Н. Бедової, Л. Варбанової, О. Гуменної, С. Еванса, Дж. О'Конора, Н. Кузнєцової, О. Кукліна, А. Маршалла, І. Петрової, Ю. Петренко, М. Портера, Л. Де Пропріс, Ю. Сабодаш, І. Скавронської, М. Скиби, А. Скотта, Н. Федотово, Д. Хокінса, О. Чуль та ін. У своїх працях дослідники і практики виокремлюють різні підходи щодо створення, функціонування та розвитку креативних кластерів, класифікацію і типологію кластерів, особливості реалізації, етапи, взаємодію та основні складові у різних сферах діяльності.

Попри дискусійність і відсутність єдиної думки щодо поняття креативних кластерів, проведений аналіз робіт вітчизняних і зарубіжних науковців дає змогу дійти висновку про те, що питання формування креативних кластерів розглядаються більш в економічному, соціологічному та технологічному аспектах. Тому актуальність дослідження зумовлена також і необхідністю розширення спектра культурологічних досліджень до формування кластерів креативних індустрій, їх концептуальних засад розвитку й узагальнення теоретико-методологічних положень. Саме культурологічний підхід і виводимо у дослідницьку площину пропонованої статті.

Підсумовуючи аналіз наукових досліджень, вважаємо доцільним **мету дослідження** зосередити на теоретико-методологічному осмисленні і обґрунтуванні особливостей реалізації культурологічного підходу до формування креативних кластерів в Україні. Для досягнення мети наукового дослідження виокремлено такі завдання: розкрити теоретико-методологічні основи формування креативних кластерів у культурно-креативному середовищі; обґрунтувати особливості культурологічного підходу до формування і розвитку кластерів креативних індустрій в Україні; виокремити та проаналізувати світову і українську практику реалізації кластеризації креативних індустрій; довести, що креативні кластери сприяють розвитку культурно-креативного середовища України. Методологічною основою дослідження є сукупність методів наукового дослідження загального та спеціального характеру. Зокрема, методи аналізу і синтезу, діалектичний, соціокультурний, історико-культурний та системний підходи.

Виклад основного матеріалу. Ретроспективний аналіз наукової і практичної літератури дає

можливість стверджувати, що кластерна теорія розпочала свою історію саме з економічного напрямку. Проте з 90-х років ХХ ст. спостерігаємо розвиток кластерної системи з різних підходів, зокрема, історичного, соціального, технічного, гуманітарного та культурологічного.

Оскільки креативні кластери мають значний вплив на формування культурних цінностей людини, формування взаємозв'язку людини з культурою, становлення людини як творчої особистості і як суб'єкта культури та розвитку культури загалом, вважаємо доцільним виокремити розуміння дослідження креативних кластерів крізь призму саме культурологічного підходу.

У словнику культурологічний підхід визначається як конкретно-наукова методологія пізнання, основою якої є цінності, поведінка і особливості прийняття особистістю культурного процесу (Гіптерс, 2006, с. 176). Водночас культурологічний підхід сприяє формуванню активного і критичного освоєння особистістю способів морального, ціннісного, рефлексивного напрямку думок у процесі пізнання, поведінки і діяльності (*Сучасна Культурологія*, 2019).

Розкриваючи поняття «культурологічний підхід» у процесі дослідження формування і розвитку креативних кластерів, слід виокремити три взаємопов'язані аспекти дії, а саме: аксіологічний, технологічний, особистісно-творчий. Зокрема: аксіологічний аспект культурологічного підходу обумовлений тим, що кожному виду людської діяльності (цілеспрямованій, мотиваційній, культурно-організованій) притаманні свої цілі, норми, стандарти, критерії і способи оцінювання; технологічний аспект культурологічного підходу пов'язаний з розумінням культури як специфічного способу людської діяльності; особистісно-творчий аспект культурологічного підходу характеризується об'єктивним взаємозв'язком особистості та культури, що безпосередньо впливає на формування творчої особистості (Бастун, 2012). Загалом культурологічний підхід у дослідженні формування і розвитку креативних кластерів розглядатимемо як науково-методологічну платформу пізнання культурно-креативного простору, в основі якої людиноцентризм у сприйнятті творчого середовища, успішність культурної активності, саморозвитку і самовизначення в світі культурно-творчих цінностей.

У контексті культурологічної проблематики розгляду саме поняття «кластер» (в перекладі з англ. «cluster») потрібно розуміти як зв'язуючу ланку, систему, синергію культурної взаємодії в се-

редовищі креативних індустрій. Загалом кластери можна визначити як групу творчих підприємств, організацій, інституцій, які розташовані поруч одне з одним і мають достатній масштаб для розвитку культурно-креативних послуг, пропозицій, ресурсів та навичок. Це екосистеми компанії й асоційованих установ, пов'язані через спільні риси та діяльність. У свою чергу кластерні організації є юридичними особами визначення та структурування управління кластером. Вони виступають посередниками кластерного партнерства, як постачальники спеціалізованих інноваційних послуг у конкретних галузях (Smart Guide to entrepreneurship support through clusters 2020, с. 9–10). Аналіз останніх досліджень кластерних підходів у сфері культури або суміжних сфер виявив три основні види, такі як: креативні, соціокультурні й туристичні кластери (Давимука & Федулова, 2017, с. 424). При цьому значну частину становлять саме креативні кластери, в основі діяльності яких культурно-творчий розвиток, реалізація та популяризація інтелектуальних і творчих виробництв.

Нові сфери культури актуалізують у ритмі сьогодення пошуки культурними менеджерами дедалі новіших форм успішної діяльності. Найефективніше у цьому контексті працює концепція формування та розвитку креативних кластерів, що передбачає колоборацію ідей, інтересів, цінностей і творчих проєктів. Як зазначає у своїй праці А. Скот (2004), культурно-креативне виробництво має свої відмінні характеристики, а тому також призводить до тенденції агломерації культурних і креативних індустрій у нові формації.

Наукова рефлексія у напрямі культурологічного підходу дає змогу визначити наступні дослідницькі вектори, які відображають різні розуміння феномену креативного кластера. Водночас зауважимо, що у науковій літературі дуже часто використовують два синонімічних визначення «творчий кластер» і «креативний кластер». Вважаємо доцільним їх чітко розмежувати. Бо під поняттям «творчі кластери» потрібно розуміти арт-кластери більш вузько спрямованого об'єднання мистецького спрямування. Водночас креативний кластер є мультифункціональним об'єднанням просторової організації креативних індустрій.

Саме поняття «креативний кластер» вводить провідний британський фахівець, куратор програми ЮНЕСКО «Creative Cities» у 2006 році С. Еванс (2006) і визначає його як співтовариство творчо-орієнтованих підприємців, які взаємодіють на замкнутій території. На думку автора, креативний кластер має суттєві відмінності від класичного

кластера, оскільки до його складу входять наукові парки, медіа-центри, установи культури, центри мистецтва та художники. Саме креативні кластери є колоборацією виробництва і споживання творчих ресурсів разом з їх виконавцями (Еванс, 2006). Водночас зауважимо, що у своєму дослідженні автор термін «креативний кластер» використовує для опису чотирьох видів просторових об'єктів. Зокрема: творчі робочі простори під єдиним дахом; творчі райони в містах; регіональні креативні кластери у сенсі, визначеному економістом Майклом Портером; віртуальні кластери онлайн. С. Еванс зазначає, що ці чотири види спільноти характеризуються різними видами зв'язку, співпраці, конкуренції та ідентичності. Це означає, що дії і результати, отримані в будь-якому з трьох видів фізичного кластера, не обов'язково переносяться на інші. Кожен тип кластерів має окремий профіль SWOT (сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози) (Еванс, 2006).

У праці І. Скавронської та І. Синківського (2017) проведено аналіз детермінант розвитку креативних кластерів у різних країнах світу. Крім того, цікавим для нашого дослідження є аналіз створення креативних хабів у різних містах України, що був проведений у рамках цієї праці. У свою чергу, О. Гуменна (2018) кластер креативних індустрій виокремлює як географічні мережі, де концентрується творчо-культурна діяльність.

Таким чином, можемо стверджувати, що кластерна форма організації забезпечує особливу форму культурно-креативного середовища в системі творчих продуктів і ресурсів. Важливою умовою реалізації формування креативних кластерів є забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками на основі концепції 7К (концентрація, кооперація, конкуренція, комунікація, координація, конкурентоздатність, компетенція) (Поплавська та ін., 2019, с. 17–19).

Цікавим для нашого дослідження є напрацювання Р. Флоріда, Н. Кліфтона, Л. Лазеретті та П. Кука (2008), які акцентують свою увагу на особливості та відмінності креативних кластерів від інших видів географічної концентрації творчих професіоналів, а не підприємств. У доповнення вищезазначеного виокремимо працю Л. Де Пропріс (2010), де креативний кластер розглядається крізь призму відповідних характеристик. А саме як: місце, що об'єднує творчих людей зі спільними інтересами до подій незалежно від територіального розташування; середовище, що поєднує свободу, різноманітність вираження думок; місце, де люди, ідеї, взаємовідносини, творчість і таланти можуть доповнювати одне одного; відкриті та постійно

мінливі мережі, що підтримують індивідуальну ідентичність та унікальність (Де Пропріс, 2010).

Дослідниця Н. Федотова (2013) поняття «креативний кластер» розкриває у більш вузькому значенні, як спільноту творчих підприємств, що об'єднані спільною територією або зібрані в одній будівлі. До них можемо віднести комплекс галерей, залів для глядачів, майстерень, магазинів, кафе та офісів зі зручною інфраструктурою (Федотова, 2013). На потреби у формуванні креативного кластера як незалежного продуктивного середовища (місця) наголошує Н. Кузнецова (2018), яка узагальнює визначення «креативний кластер» та виокремлює типологію. Авторка зазначає, що формування креативного кластера забезпечує об'єднання на своїй території творчо орієнтованих підприємств з метою вільної комунікації, можливості генерування нових ідей та створення креативної продукції, як культурного продукту за рахунок поєднання технічних інновацій, творчості та підприємництва (Кузнецова, 2018). Отже колоборація творчої праці, людських ресурсів, творчих послуг і капіталу в креативних кластерах забезпечують реалізацію мультиплікаційних характеристик як рушія розвитку креативних індустрій, що сприяє синтезу культурних змін.

На основі аналізу наукових джерел виокремимо структурні елементи креативних кластерів, а саме: *творче середовище* (з його різноманітністю, сприятливою атмосферою для креативних ідей, свободи мислення, свободи вираження поглядів і творчого розвитку. Де люди, відносини, ідеї і таланти взаємно надихають один одного); *спільнота творчих людей* (генераторів творчих ідей, які поділяють інтерес до новизни і потенційно відкриті для співпраці); *система мережі відкритої міжособистісної комунікації та обміну ідеями* (сприяє формуванню унікальності учасників кластера і створенню культурно-креативних інновацій) (Де Пропріс, 2010). Загалом, до складу креативного кластера креативних індустрій віднесемо культурні установи, некомерційні підприємства, заклади мистецтва, наукові інституції, медіа та творчі особистості.

У контексті доречно звернутись до праць Європейської експертної групи кластерів (2021), Дж. О'Коннора (2009), Л. Варбанової (2020), які зазначають, що діяльність креативних кластерів насамперед засновані на творчості, інноваціях і мотивації учасників креативних індустрій. А також виокремленні основних елементів, таких як: *інтелектуальний потенціал* (забезпечує формування оригінальних творчих продуктів, творчих проєктів, креативних ідей, що є основою конкурен-

тоспроможності); *модель фінансування* (індивідуального, регіонального, державного спрямування); *економічний потенціал* (характеризується попитом споживачів на культурні й творчі пропозиції, товари, ресурси, що в основі економічного розвитку регіону, держави загалом забезпечують позитивний імідж і соціальне благополуччя); *інноваційні ресурси* (дає можливість підвищити рівень унікальності творчих продуктів, оригінальні творчі здібності креативних менеджерів); *digital-технології; колоборація та співпраця з іншими галузями*. Відповідно творчість формується на основі інтелекту і креативного мислення учасників креативних кластерів.

Для системного розуміння виокремимо основні складові креативних кластерів. Зокрема: *людський ресурс* (освітні заклади, спеціалізації); *стратегія* (лідерство, ефективне управління, кластерна політика на основі європейського підходу смарт-спеціалізації регіонів); *маркетингові технології* (відповідно до викликів часу і потреб споживачів); *культурний менеджмент* (успішні практики, соціокультурні цінності); *партнерство* (професійна підтримка, інфраструктура, кластерна організація, державні інституції); *фінансові ресурси* (фінансовий капітал) та *творчий потенціал* (продукт, проєкт, ідеї).

До основних принципів розвитку креативних кластерів віднесемо: фокус на діючих кластерах, що демонструють значний неререалізований потенціал; сприяння зростанню ресурсів (економічних, соціальних і культурних); заохочення колективної ефективності шляхом спільних дій учасників кластера; зміцнення механізмів управління кластером (Офіційний сайт Industry4ukraine, 2021). Вважаємо доцільним додати ще такі принципи, як: розвиток культурних цінностей, креативність, творчість і підприємництво, інноваційність, культурне розмаїття та людиноцентризм.

Виокремимо фундаментальні чинники, що впливають на основу функціонування кластерів креативних індустрій. Зокрема: *ресурсний розвиток креативних індустрій* (відповідно до вимог часу і потреб споживача); *людські ресурси* (що є запорукою успішного розвитку креативних індустрій) та *творчий продукт* (є ключовою особливістю ідентичності творчого кластера, оскільки в основі креативних індустрій творчість – як фактор і як інструмент).

З кожним роком в Україні дедалі більше з'являється креативних просторів, що є не лише роботою, а й місцем для спілкування, творчого розвитку, інновацій, освітніх лекторіїв, колоборації

культурних проєктів та генерування креативних ідей. Переймаючи кращий світовий досвід розвитку культурно-креативного середовища, українські митці та творчі підприємці поєднують створення, виробництво, поширення і популяризацію культурних послуг і товарів через кластеризацію.

Для більш цілісного розуміння проблематики формування і розвитку креативних кластерів вважаємо доцільним виокремити кращий світовий досвід. Перші креативні кластери сформувались на території Європи на початку 1990 років. Нині найбільші креативні кластери розташовані в центральній частині великих міст Європи. До основних характеристик цих кластерів віднесемо культурні і національні особливості, розмаїття нематеріальної культурної спадщини, культурні надбання і можливості креативного розвитку.

Зауважимо, що для врегулювання і сприяння формування і розвитку креативних індустрій та їх кластеризації у 2007 році прийнято The European Cluster Memorandum (чітке регулювання діяльності кластерів); у 2008 році сформовано Комісію з питань європейської кластерної політики. Пріоритетну роль у розбудові креативних індустрій відводять реалізації програми підтримки європейського культурного та креативного сектору «Creative Europe».

Аналіз світових тенденцій дає можливість виокремити такі кращі практики формування і реалізації креативних кластерів: *De Hallen Amsterdam (Амстердам)* – простір для культури та бізнесу, моди, мистецтва і ремесл; *Factory Berlin (Німеччина)* – симбіоз креативного простору і цифрової платформи, лабораторії інновацій і подій, що об'єднує технологію, політику, мистецтво та науку; *Living Lab (США)* – відкриті інноваційні екосистеми, орієнтовані на користувача, засновані на систематичному підході до спільної творчості користувачів, інтегруючи процеси досліджень та інновацій у реальному житті спільноти та культурного середовища; *Creative Clusters (Ліверпуль, Манчестер, Шеффілд)* – креативний простір у кварталах для творчої реалізації митців (художників, музикантів, дизайнерів), що перетворились на туристичні магніти; *GoWork (Індонезія)* – креативний простір для митців, інноваторів та бізнесу; *Kreativ Ipari Klaszter* – кластерна генерація розвитку секторів креативних індустрій та мультикультурного простору; *Центр креативних індустрій*, що здійснює роботу з локалізації креативних кластерів і їх продукції (*Китай, Шанхай*); лондонський креативний простір «Внутрішній Лондон» (*Великобританія*), який є одним із найуспішніших кластерів як у країні, так і в Європейському союзі. (Креативні про-

стори: світовий досвід, 2020; Європейська кластерна обсерваторія, 2021). Цікавим і корисним для України є досвід саме Великобританії, оскільки вона є однією з провідних країн успішного розвитку креативних кластерів і креативних індустрій загалом. Щороку відбувається провідна наукова конференція «Creative Clusters» з питань розвитку креативних індустрій. На території Великобританії діє понад 50 креативних кластерів, що генерують креативні проєкти, культурний розвиток суспільства, популяризацію культурних цінностей і надбань та економічне збагачення (NESTA The Geography of Creativity in the UK, 2015, с. 16–18). Кластер креативних індустрій має потенціал бути стійкою творчою екосистемою, що працює на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

Аналіз кращого зарубіжного досвіду дає можливість виокремити основні детермінанти формування і розвитку креативних кластерів. Зокрема: креативні кластери ефективно впливають на розвиток культурно-креативного сектору; надають можливість високого рівня взаємодії та високої концентрації талановитих, висококваліфікованих особистостей; сприяють збільшенню інтенсивності створення нових підприємств, робочих місць, конкурентоспроможності; сприяють збереженню та популяризації творчих надбань та історичної культурної спадщини; забезпечують туристичну привабливість регіонів і країн в цілому; забезпечують розвиток інноваційної інфраструктури; сприяють культурному самовираженню, успішній самореалізації креативних особистостей.

Найбільший креативний кластер в Україні, це креативний майданчик «Креативна Україна» – міжнародний форум, що є найбільшою платформою для обговорення формування державної політики у сфері креативних індустрій. Головним організатором його є державна інституція, Міністерство культури та інформаційної політики України (Офіційний сайт форуму «Креативна Україна», 2021). Щороку організаторами та учасниками форуму обираються провідні тематики дискусій і обговорень задля розробки ефективних рекомендацій і стратегій нових форм роботи та розвитку креативних індустрій загалом.

Концептуальні основи формування та організації креативних кластерів в Україні регулюються відповідними державними та регіональними нормативно-правовими документами. Серед основних: Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року, Державна стратегія регіонального розвитку на 2021–2027 роки, Стратегія інноваційного розвитку України на період до

2030 року та Національна програма кластерного розвитку до 2027 року. Зокрема, у програмі (Національна програма кластерного розвитку, 2020) кластер чітко визначено як галузеве територіальне та добровільне об'єднання організацій, які співпрацюють між собою, а також з іншими суб'єктами в ланцюжку створення цінності з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції, її експорту й сприяння економічного розвитку регіону.

Нині у формуванні та розвитку креативних кластерів в Україні важливу роль відведемо Міністерству культури та інформаційної політики, Українському культурному фонду, Асоціації креативних індустрій, «CLUST-UA» (українське тренінгове агентство з розвитку кластерів); Порталу українських кластерів (об'єднує регіональні кластери для колоборації та співпраці); регіональним державним інституціям; творчим підприємствам; громадським організаціям, освітнім інституціям та безпосередньо митцям.

Загалом креативний кластер в регіональному вимірі – це група організацій, що співпрацюють, та приватних осіб, які походять з місцевих і регіональних товариств і які представляють бізнес, науку, мистецтво, освіту, охорону здоров'я, розваги та дозвілля. Кластерна динаміка походить від створення регіональної ідентичності, інноваційного використання ресурсів та пошуку талантів із захистом і розвитком місцевих і регіональних цінностей. Саме тому, креативні кластери є резервуаром творчих ресурсів і навичок для інших кластерів та інноваційних середовищ (Кноп, Stachowicz & Olko, 2013 с. 27–34). Розставлені акценти саме на регіональному культурному, соціальному, інноваційному та економічному розвитку. Таким чином, саме регіон розглядаємо як платформу для збереження, змін і відтворення культурних товарів і послуг з акцентом на творчості, що дає культурно-креативний поштовх. До пріоритетних мотивів державної культурної політики відносимо культурний розвиток суспільства, стимулювання інноваційного розвитку, попередження відтоку митців і талантів за кордон, сприяння розвитку творчих товарів і послуг, збереження культурної та історичної спадщини, кооперація творчого виробництва, інтелектуального потенціалу, сприяння конкурентоспроможності ринку.

Креативні кластери за своєю специфікою є культурним центром регіону та держави загалом, оскільки на своїй території об'єднують творчих підприємців, митців, креативних особистостей, громадські організації. Зазвичай такими територіальними розміщеннями є будівлі великих про-

мислових споруд, покинутого заводу, що дають можливість розміщення декількох культурних просторів, творчих локацій (майстерні, галереї, арт-кафе, дизайн-студії, експериментальні і наукові майданчики, освіторії тощо) та культурних заходів.

Аналіз практичної діяльності креативних кластерів дає можливість стверджувати, що креативні платформи, крізь призму регіонального виміру, забезпечують культурно-креативний розвиток, формують сприятливі умови для генерування творчих ініціатив, розвитку освітніх послуг, розвитку культури, мистецтва і сприяють просуванню культурної привабливості та позитивного туристичного іміджу регіону.

До *атрибутів кластерного утворення* належать: цілі, що покладені в основу створення кластера; інструментарій співпраці учасників кластерних відносин, які представляють ядро та основу і які здатні генерувати ідеї та можуть сприяти формуванню знань, компетенцій, навичок (Гаврилюк, 2019). Проаналізувавши діяльність найбільш ефективних креативних кластерів регіонів України, пропонуємо вибірку основних ідей і результатів діяльності, як це показано у таблиці 1.

Вищезазначене дає можливість стверджувати, що креативні кластери сприяють активізації культурно-креативного ресурсного потенціалу, який комплексно стимулюватиме розвиток територій, сприятиме підвищенню добробуту населення, забезпечуватиме конкурентні переваги та розвиток культурно-креативного середовища загалом. До таких ресурсів потрібно віднести різні культурні феномени, такі як: культурна та природна спадщина, видатні особистості та місця, фестивалі і культурні події, інтелектуальний ресурс, нематеріальні ресурси (Мікула, 2010), а також наукові парки, медіа-центри, установи культури, центри мистецтва та митці. При цьому кожному учасникові креативного кластера важливо зберегти власну унікальність, ідентичність, інноваційність і творчість. Важливо зберегти місцевий колорит, історичну спадщину та культурну уніфікацію. Переконані, успішна діяльність креативних кластерів забезпечить об'єднання громади навколо сучасної культури та історико-культурної спадщини; формування просторів для спілкування, обміну думок та ідей; колоборацію діяльності різних секторів; створення платформ проведення дозвілля дорослих і дітей; популяризацію культурних цінностей; формування туристичної привабливості регіонів та розвиток креативних індустрій загалом.

Цікавим у контексті розгляду є також і дослідження громадської організації «Львівський ме-

Таблиця 1

Основні креативні кластери регіонів України

№	Назва креативного кластера	Місто	Основна ідея	Напрями діяльності	Результати діяльності	URL
1	Інноваційний центр Промприлад. Реновація	м. Івано-Франківськ	формування інноваційної платформи для створення можливостей і суспільних трансформацій, консолідації креативного потенціалу міста та розвитку культури регіону	нова економіка, сучасне мистецтво, урбаністика, освіта	Проект ілюструє важливість та дієвість взаємодії у трикутнику « <i>сромада – бізнес – органи місцевого самоврядування</i> ». Неформальна освіта, сучасна культура та соціальна сфера отримують можливості та простір для свого розвитку.	promprylad.ua
2	Інноваційний парк «Вимірвач»	м. Житомир	забезпечення синергії креативно-освітнього простору, де освітні та культурно-мистецькі програми для людей різного віку сприяють реалізації креативних ідей	дизайн, освіта, музика та акустика, інженерія, архітектура, театр, мистецтво і кіно	Середовище забезпечує функціонування великої експериментальної лабораторії і працює як прискорювач для реалізації ідей, фабрика прототипів з виробничого інфраструктурою, простір культурного обміну та мистецьких експериментів.	https://vmyrvch.com
3	Мультифункціональний майданчик Арт-завод «Механіка»	м. Харків	формування культурно-ділового центру для створення творчого середовища, єдиного механізму, що покликаний розвивати креативні індустрії і надихати на нові ідеї талановитих і творчих людей	музика, мистецтво, кіно, фото, дизайн, освіта, театр	Креативний простір реалізує для молодих фахівців і креативних підприємців можливість самореалізації, а також підвищує туристичну привабливість регіону.	https://artzavodmechanica.com.ua
4	Креативний кластер «Простір»	м. Одеса	створення активного творчого співтовариства, культурно-освітньої платформи для культурно-креативного розвитку	дизайн, освіта, музика та акустика, інженерія, архітектура, театр, мистецтво і кіно	Креативне середовище реалізує творчі ініціативи культурно-освітніх івентів для культурно-креативного розвитку і трансформаций.	https://www.facebook.com/prostranstvo.cluster
5	Мистецький арсенал	м. Київ	сприяння модернізації українського суспільства та інтеграції України до світового контексту, спираючись на ціннісний потенціал культури	інституція культури, що інтегрує різні види мистецтва, освіти і культури	Забезпечує платформу взаємодії зі світовою культурною спільнотою через спільні культурні проекти, інтегрує та розвиває різні напрями-лабораторії мистецтва та культурні практики.	https://artarsenal.in.ua/pro-nas/misiya
6	Центр креативних індустрій Urban CAD	м. Херсон	розширення можливостей та збільшення частки креативних індустрій в економічній, культурній та соціальній сферах	дизайн, освіта, музика, архітектура, мистецтво і кіно	Платформа реалізує комунікацію між креативним бізнесом, владою та навчальними закладами задля розвитку креативних індустрій міста.	https://www.facebook.com/creativeindustries-cluster/about/?ref=page_internal
7	Dnipro Center for Contemporary Culture	м. Дніпро	осмислення власної історичної та культурної спадщини, формування нових смислів і міфів, отримання голосу в контексті міжнародної спільноти та інтегрування у глобальний культурний процес	нові технології, медіа, театр, сучасне мистецтво, неформальна освіта	Креативний простір реалізує міжнародну співпрацю, дослідження місцевого контексту, посилення міської творчої спільноти, обміну досвідом, виникнення колабораций культурного потенціалу міста між митцями, науковцями та підприємцями.	https://dniproccsc.com
8	Креативний простір «LEM Station»	м. Львів	створення інноваційно-креативного простору, який забезпечує перетин та самореалізацію митців, підприємців, науковців і представників інших креативних індустрій	нові технології, медіа, театр, сучасне мистецтво, неформальна освіта	Інтерактивне місце реалізує комунікації підприємців, єдність історії та комунікативного простору для забезпечення колаборацій культурного потенціалу міста між митцями, науковцями та підприємцями.	http://lemstation.com

Сформовано авторкою на основі джерел: Портал українських кластерів; Скиба М., 2016; Український фонд підтримки підприємництва; Офіційний сайт платформи Industry4Ukraine

діафорум» культурного і креативного потенціалу «малих» міст України та інструментів його реалізації. Експерти пропонують рекомендації, які через прийняття ефективних комунікативних рішень/стратегій дадуть змогу «малим» містам розвинути культурний і креативний потенціал, розширити сфери його застосування та використовувати для розвитку традиційні переваги (культурну й історичну спадщину, географію, інфраструктуру, людський ресурс тощо). (Комунікативні стратегії для реалізації культурного та креативного потенціалу «малих міст» України 2021, с. 7–9). У межах проекту проаналізовано 12 малих міст різних областей України (вибірка спирається на історичний, культурний, географічний, освітній, інноваційний, економічний бекграунд міст) (Офіційний сайт УКФ, 2020). Загалом, команда проекту у проведеному дослідженні інноваційно розкриває культурно-креативний потенціал «малих» міст України, як це зазначено у таблиці 2.

У вищезазначеному проекті експерти оцінили культурно-креативний потенціал досліджуваних міст за ключовими сегментами: готовність до управлінських рішень; якість і активність середовища; схильність до підприємництва; стан інфраструктури; готовність ринку, попит на продукти культурно-креативних індустрій; медіаготовність (Комунікативні стратегії для реалізації культурного та креативного потенціалу «малих міст» України 2021, с. 240). Цілком очевидно, що галузі культура – економіка – політика – суспільство між собою тісно переплетені через взаємозв'язок, взаємовплив і взаємодоповнення. Саме тому можемо стверджувати, що колоборація творчих товарів і послуг, креативних практик, ідей і підходів сприяє культурно-креативному розвитку.

Підсумовуючи наголосимо, що організація роботи в креативному кластері крізь призму культурологічного підходу та регіонального виміру, спрямована на розвиток і реалізацію насамперед культури і творчості. Розвиток креативних кластерів здійснюється на основі трансформаційних змін регіонів України за допомогою колоборації інновацій, креативних ідей і проєктів, нових технологій, культурно-творчих промислів. Об'єднання секторів культурно-креативного простору, освіти, бізнесу та зацікавлених сторін сприяє підвищенню культурної активності, розвитку культурно-творчої унікальності, інноваційності та формуванню привабливості регіонів для туристів, інвесторів, партнерів, що сприятиме розвитку культурно-креативного середовища в Україні.

Висновки. На нашу думку, представлений матеріал переконливо показує, що в культурній ретроспективі перевагами формування креативних кластерів креативних індустрій є: мультифункціональний характер, де культурні проєкти сприяють розвитку міста, регіону, держави; концентрація культурно-творчих ресурсів та залучення нових творчих людей; посилення конкурентних переваг учасників креативного кластера на противагу самостійним організаціям, підприємствам, майстрам креативних індустрій; відродження культурної самобутності міст і регіонів за допомогою активізації культурно-творчих ресурсів.

Дослідження засвідчує, що креативні кластери в Україні перебувають на початковому етапі розвитку. Є низка успішних ініціатив, проте низький рівень державної підтримки формування і розвитку креативних кластерів сповільнює темпи інноваційного розвитку культурно-креативного простору. Також зауважимо, що слабкі комунікації між експертами

Таблиця 2

Малі міста – великі ідеї

№	Місто	Область	Креативна ідея
1	Мукачево	Закарпатська	Місто на українському західному фронті
2	Дрогобич	Львівська	Місто, у якому ще не вивітрилась сіль
3	Острог	Рівненська	Місто між князями і університетами
4	Кам'янець-Подільський	Хмельницька	Місто, де все є, але чогось немає
5	Умань	Черкаська	Місто в паралельних площинах
6	Олександрія	Кіровоградська	Місто футбольного суму за шахтами
7	Миргород	Полтавська	Місто-курорт на добре і на зле
8	Шостка	Сумська	Місто нескінченної конверсії
9	Слов'янськ	Донецька	Місто прихованих романтиків
10	Маріуполь		Місто сильних людей, які можуть більше
11	Бердянськ	Запорізька	Місто людей, які творять море можливостей
12	Нова Каховка	Херсонська	Місто, яке не поспішає

Складено на основі джерела: (Комунікативні стратегії для реалізації культурного та креативного потенціалу «малих міст» України. Офіційний сайт УКФ, 2021:7–9)

кластерного розвитку, відсутність єдиних стандартів якості та стратегії розвитку є пріоритетним викликом, який потрібно вирішувати вже нині. У свою чергу, культурним менеджерам креативних кластерів важливо шукати шляхи для співпраці з європейськими партнерами. Цікавим інструментом є платформа Європейський онлайн-центр для галузевих кластерів (правильне написання – European cluster collaboration platform – The European online hub for industry clusters). Важливо врахувати пріоритетність отримання послуг Європейської платформи співпраці з креативними кластерами для підтримки і розвитку діяльності, оволодіння необхідними навичками для реалізації культурно-творчих задумів, обміну знаннями і досвідом, інформаційної обізнаності подій, тендерів, можливостей фінансування.

Резюмуючи підкреслимо, що дослідження формування і розвитку креативних кластерів крізь призму культурологічного підходу дає можливість стверджувати наступне. Синергетична колоборація в креативних кластерах креативної ідеї, культурних проєктів і креативних стартапів, творчого продукту, культурно-творчого виробництва, сприяння державних інституцій, співпраці підприємницьких структур, людського ресурсу та ефективного культурного менеджменту в середовищі креативних індустрій забезпечить прискорений темп впровадження можливостей для інновацій у культурно-креативному середовищі. Це сприятиме широкому культурно-креативному розмаїттю та конкурентоспроможності держави на міжнародній арені.

Джерела та література

- Бастун, М. В. (2012). Культурологічний підхід як засіб розвитку духовної культури особистості. Освіта впродовж життя: вимоги часу: *Зб. матеріалів IV Всеук. нед. читань пам'яті видатного вченого-педагога Олени Степанівни Дубінчук*. С. 34-37.
- Бедова, Н. С. (2020). *Креативная лаборатория: диалог творческих практик: монография*. Академический Проект. 476 с.
- Гіперс, З. В. (2006). *Культурологічний словник-довідник*. ВД «Професіонал». 328 с.
- Гуменна, О. (2018). *Розвиток кластеру креативних індустрій в Україні*. Офіційний сайт спільноти Доктрина збалансованого розвитку «Україна 2030». URL: <http://ukraine2030.org/uk/blog/view/104-Rozvitok-klasteru-kreativnih-industrij-v-Ukrayini>.
- Давимука, С. А., & Федулова Л. І. *Креативний сектор економіки: досвід та напрямки розбудови: монографія*. 2017. 528 с.
- Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року*. URL: <http://metodist.libnadvirna.info/wp-content/uploads/2015/12-2025-20022016.pdf>
- Кластери – як драйвери розвитку та протидії кризовим явищам*. (2021, 10 листопада). Офіційний сайт платформи Industry4Ukraine. <https://www.industry4ukraine.net/digest-5>.
- Комунікативні стратегії для реалізації культурного та креативного потенціалу «малих міст» України*. (2021, 1 листопада). URL: <https://uaculture.org/wp-content/uploads/2021/01/4.komunikatyvni-strategiyi.pdf>
- Креативні простори: світовий досвід*. (2021, 1 листопада). Офіційний сайт LEMstation. <http://lemstation.com/blog>.
- Кузнецова, Н. Б. (2018). Концептуальні основи формування та розвитку креативних кластерів. *Web of Scholar*, (Т.3), 2(20), 7-11.
- Мікула, Н., & Дацко О. (2010). Кластер народних промислів у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності регіону. *Міжнародна економічна політика*. 1-2 (12-13). URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/1038>.
- Національна програма кластерного розвитку до 2027 року. (2020). *Концепція, орієнтири розвитку, рекомендації*. [О. В. Юрчак, М. В. Крікунов, С. О. Кропельницька та ін.]. Industry4Ukraine. 74 с.
- Офіційний сайт Український культурний фонд (2020). *Комунікативні стратегії для реалізації культурного та креативного потенціалу «малих міст» України*. URL: <https://ucf.in.ua/archive/60631718f6a90203105c5fac>.
- Офіційний сайт форуму «Креативна Україна». (2021, 2 листопада). <https://creativeukraine.tilda.ws/#rec349522111>.
- Поплавська, Ж. В., Михальчишин, Н. Л., Данилович-Кропівницька, М. Л., Гошовська, О. В., & Комаринець, С. О. (2019). *Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія*. (Ж. В. Поплавської, ред.). ТОВ «Галицька видавнича спілка». 201 с.
- Портал українських кластерів*. (2021, 1 листопада). Офіційний сайт. <https://ucluster.org>.
- Скавронська, І. В., & Синківський І. І. (2017). Детермінанти кластеризації креативних індустрій в міжнародному контексті. *Молодий вчений*, 4(44). С. 752-757.
- Скиба, М. (2016). Креативні індустрії в Україні: вистояти, просвітити(ся). *Український тиждень*. URL: <http://tyzhden.ua/Society/158758>.
- Сучасна культурологія: актуалізація теоретико-практичних вимірів*: кол. моногр. (2019) ; за заг. ред. Ю. С. Сабадаш ; ред.-укл.: Ю. С. Сабадаш, І. В. Петрова. Київ, Ліра-К. 308 с.
- Федотова, Н. Г. (2013). Векторы региональной культурной политики в сфере капитализации культуры. *Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств*. СПб, 199. С. 17-32.
- Allen, J. Scott. (2014). Cultural-Products Industries and Urban Economic Development: Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context. *Urban Affairs Review*. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1078087403261256>.
- De Propriis L. (2010). Creative Clusters and innovation. URL: <http://designophy.com/uploadedfiles/pdf/2010/1291972436-6007.pdf>
- European Expert Group of Clusters. (2021). Recommendation Report. *Publications Office of the European Union*. 32 с.
- Evans, S. (2006). *Key concepts: creative clusters*. URL: http://creativeclusters.com/?page_id=1599.
- Knop, L., Stachowicz, J., Krannich, M., & Olko, S. (2013). Modele zarządzania klastrami. Wybrane przykłady. *Wydawnictwo Politechniki Śląskiej*, Gliwice, 311.
- NESTA. (2015). The Geography of Creativity in the UK. *NESTA*, 17.
- Havryliuk, A. M. (2019). Scientific and educational tourism cluster of education and popularization of the intangible cultural heritage in Ukraine. *The scientific heritage*, 41. Pp. 49-51.
- O'Connor, J. (2009). Creative Industries: A new direction? *International journal of cultural policy*, 15.4. Pp. 387-404.
- R. Florida, N. Clifton Cooke, P. and Lazzaretto, L. (2008) «Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development». *Cheltenham: Edward Elgar*. Pp. 258-286.

Smart Guide to entrepreneurship support through clusters. (2020). European observatory for clusters and industrial change. URL: https://clustercollaboration.eu/sites/default/files/eu_initiatives/eocic_smart_guide.pdf

Varbanova, L. (2020). Creative clusters: Typology, characteristics, financial models and success factors. *Kultura*, (169)/ Pp. 249-276.

References

Bastun, M. V. (2012). *Kulturolohichniy pidkhd yak zasib rozvytku dukhovnoi kultury osobystosti*. [Culturological approach as a means of developing the spiritual culture of the individual]. *Osvita vpravdovzh zhyttia: vymohy chasu: Zb. materialiv IV Vseuk. ped. chytan pamiati vydatnoho vchenoho-pedahoha Oleny Stepanivny Dubinchuk*. Ss. 34-37. [in Ukrainian]

Bedova, N. S. (2020). *Kreativnaya laboratoriya: dialog tvorcheskih praktik: monografiya*. [Creative laboratory: dialogue of creative practices: monograph]. Akademicheskii Proekt. 476 s. [in Russian]

Gipters, Z. V. (2006). *Kulturologichnij slovník-dovidnik*. [Culturological dictionary-reference book]. VD «Profesional». 328 s. [in Ukrainian]

Gumenna, O. (2018). *Rozvitok klasteru kreativnih industrij v Ukrayini*. [Development of a cluster of creative industries in Ukraine]. Oficijnij sajt spilnoti Doktrina zbalansovanogo rozvitku «Ukrayina 2030». Retrieved from: <http://ukraine2030.org/uk/blog/view/104-Rozvitok-klasteru-kreativnih-industrij-v-Ukrayini>. [in Ukrainian]

Davimuka, S. A., & Fedulova L. I. *Kreativnii sektor ekonomiki: dosvid ta napryami rozbudovi: monografiya*. [Creative sector of economy: experience and directions of development: monograph], 2017. 528 s. [in Ukrainian]

Dovgostrokova strategiya rozvitku kulturi v Ukrayini do 2025 roku. [Long-term strategy for the development of culture in Ukraine until 2025]. Retrieved from: <http://metodist.libnadvirna.info/wp-content/uploads/2015/12-2025-20022016.pdf> [in Ukrainian]

Klasteri – yak drayveri rozvitku ta protidivi krizovim yavisham [Clusters – as drivers of development and counteraction to crisis phenomena]. (2021, 10 listopada). Oficijnij sajt platformi Industry4Ukraine. <https://www.industry4ukraine.net/digest-5>. [In Ukrainian].

Komunikativni strategiyi dlya realizaciyi kulturnogo ta kreativnogo potencialu «malih mist» Ukrayini [Communicative strategies for realizing the cultural and creative potential of «small towns» of Ukraine]. (2021, 1 listop). Retrieved from: <https://uaculture.org/wp-content/uploads/2021/01/4.komunikativni-strategiyi.pdf>. [in Ukrainian]

Kreativni prostori: svitovij dosvid. [Creative spaces: world experience]. (2021, 1 listop). Oficijnij sajt LEMstation. <http://lemstation.com/blog>. [in Ukrainian]

Kuznecova, N. B. (2018). Konceptualni osnovi formuvannya ta rozvitku kreativnih klasteriv. [Conceptual bases of formation and development of creative clusters]. *Web of Scholar*, 3, 2(20). Ss. 7-11. [in Ukrainian]

Mikula, N., & Dacko O. (2010). *Klaster narodnih promisliv u pidvishenni mizhnarodnoi konkurentospromozhnosti regionu* [Cluster of folk crafts in increasing the international competitiveness of the region]. *Mizhnarodna ekonomichna politika*. 1-2 (12-13). Retrieved from: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/1038>. [In Ukrainian].

Nacionalna programa klasterного rozvitku do 2027 roku. [National program of cluster development until 2027]. (2020). *Koncepciya, oriyentiri rozvitku, rekomendacii*. [O. V. Yurchak, M. V. Krikunov, S. O. Kropelnicka ta in.]. Industry4Ukraine, 74.

Oficijnij sajt Ukrayinskogo kulturnogo fondu. (2020). *Komunikativni strategiyi dlya realizaciyi kulturnogo ta kreativnogo potencialu «malih mist» Ukrayini*. [Communicative strategies for

realizing the cultural and creative potential of «small towns» of Ukraine]. Retrieved from <https://ucf.in.ua/archive/60631718f6a90203105c5fac>. [in Ukrainian].

Oficijnij sajt forumu «Kreativna Ukrayina». [Official site of the forum «Creative Ukraine»]. (2021, 2 listop). Retrieved from <https://creativeukraine.tilda.ws/#rec349522111>. [in Ukrainian].

Poplavska, Zh. V., Mihalchishin, N. L., Danilovich-Kropivnicka, M. L., Goshovska, O. V., & Komarincec, S. O. (2019). *Suchasni форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія*. [Modern forms of competitive interaction of business entities: a monograph]. (Zh. V. Poplavskoyi, Red.). TOV «Galicka vidavnicha spilka», 201. [in Ukrainian]

Portal ukrayinskih klasteriv. [Portal of Ukrainian clusters]. (2021, 1 listop). Oficijnij sajt. <https://ucluster.org>. [in Ukrainian]

Skavronska, I. V., & Sinkivskii I. I. (2017). Determinanti klasterizaciyi kreativnih industrij v mizhnarodnomu konteksti. [Determinants of clustering of creative industries in the international context]. *Molodii vchenii*, 4(44). Ss. 752-757. [in Ukrainian]

Skiba, M. (2016). Kreativni industriyi v Ukrayini: vistoyati, prosvititi(sya). [Creative industries in Ukraine: to survive, to be enlightened]. *Ukrayinskij tizhden*. Retrieved from <http://tyzhden.ua/Society/158758>. [in Ukrainian]

Suchasna kulturologiya: aktualizaciya teoretiko-praktichnih vimiriv: kol. monogr. [Modern culturology: actualization of theoretical and practical dimensions: col. monograph]. (2019) za zag. red. Yu. S. Sabadash; red.-ukl.: Yu. S. Sabadash, I. V. Petrova. Kyiv, Lira-K, 308 s. [in Ukrainian]

Fedotova, N. G. (2013) Vektory regionalnoi kulturnoi politiki v sferi kapitalizaciyi kultury. [Vectors of regional cultural policy in the field of cultural capitalization]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*, 19. Ss. 17-32. [in Russian]

Allen, J. Scott. (2014). Cultural-Products Industries and Urban Economic Development: Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context. *Urban Affairs Review*. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1078087403261256>. [in English]

De Propriis L. (2010). Creative Clusters and innovation. Retrieved from <http://designophy.com/uploadedfiles/pdf/2010/1291972436-6007.pdf>. [in English]

European Expert Group of Clusters. (2021). Recommendation Report. *Publications Office of the European Union*. 32 s. [in English]

Evans, S. (2006). Key concepts: creative clusters. Retrieved from http://creativeclusters.com/?page_id=1599. [in English].

Knop, L., Stachowicz, J., Krannich, M., & Olko, S. (2013). Modele zarzadzania klasterami. Wybrane przyklady. *Wydawnictwo Politechniki Śląskiej*, Gliwice. 311s. [in English].

NESTA. (2015). The Geography of Creativity in the UK. *NESTA*, 17. [In English].

Havryliuk, A. M. (2019). Scientific and educational tourism cluster of education and popularization of the intangible cultural heritage in Ukraine. *The scientific heritage*, 41. Ss. 49-51. [in English]

O'Connor, J. (2009). Creative Industries: A new direction? *International journal of cultural policy*, 15.4. Ss. 387-404. [in English]

R. Florida, N. Clifton Cooke, P. and Lazeretti, L. (2008) «Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development». *Cheltenham: Edward Elgar*. Ss. 258-286. [in English]

Smart Guide to entrepreneurship support through clusters. (2020). European observatory for clusters and industrial change. Retrieved from https://clustercollaboration.eu/sites/default/files/eu_initiatives/eocic_smart_guide.pdf. [in English]

Varbanova, L. (2020). Creative clusters: Typology, characteristics, financial models and success factors. *Kultura*, (169). Ss. 249-276. [in English]

Khrystyna Pletsan

Theoretical and methodological fundamentals of formation and development of creative clusters of creative industries in Ukraine: culturological approach

Abstract. The study reveals theoretical and methodological approaches to defining the essence of creative clusters. In historical retrospect, the Ukrainian practice of formation and development of clustering of creative industries is analyzed. The main features, principles, structural and functional features of the organization and activities of creative clusters are highlighted. It is proved that the collaboration of creative goods and services contributes to the formation of new socio-cultural manifestations on the basis of anthropocentrism. It is proved that the formation and development of creative clusters will promote cultural and creative activity of representatives of creative industries, strengthening social cohesion, popularization of cultural values, increasing civic pride and the level of culture in general. The theoretical basis used in the article is based on a culturological approach.

Key words: culture, creative cluster, creative industries, culturological approach, anthropocentrism, creative resources, cultural development of society.