

<https://doi.org/10.31108/2.2022.2.26.14>
УДК:[159.9.01:331.102.312'008]:005.966

Марта Тиченко

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ ФАХІВЦЯМИ У СФЕРІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Тиченко Марта. Психологічні особливості здійснення професійної кар'єри фахівцями у сфері креативних індустрій.

Вступ. Професійна кар'єра особистості змінюється в умовах інтенсифікації діяльності, актуальних та складних викликів – пандемії COVID-19, загроз і наслідків війни. Саме тому професійна кар'єра потребує осмислення, зокрема крізь призму сфери креативних індустрій, які є динамічними за своєю специфікою, мають великий потенціал до зростання та істотне значення для економічного поступу країни.

Мета. На основі аналізу досліджень українських та зарубіжних науковців окреслити сутність, види, роль та психологічні особливості креативних індустрій, проаналізувати підходи до їх вивчення в контексті здійснення професійної кар'єри фахівцями цієї сфери.

Результати. У статті розкрито специфіку креативних індустрій. Описано їх види та значення в контексті суспільного та особистісного розвитку. Визначено психологічні особливості креативних індустрій. Охарактеризовано психологічні особливості професійної кар'єри фахівців у цій сфері.

Висновки. Креативні індустрії є важливою складовою економіки, водночас до їх складу належать різні види економічної діяльності, що мають свою специфіку та можливості щодо здійснення професійної кар'єри.

Ключові слова: креативні індустрії, види креативних індустрій, психологічні особливості креативних індустрій, професійна кар'єра в сфері креативних індустрій.

Tychenko, Martha. Psychological features of a professional career in creative industries.

Introduction. A person's professional career is changing due to complex challenges caused by the COVID-19 pandemic and war in the east of Ukraine. That is why a professional career needs to be understood through in terms of creative industries, which are dynamically developing, have an excellent growth potential, and are essential for the country's economic progress.

Aim. Based on the analysis of research of Ukrainian and foreign scientists, to outline the nature, types, role and psychological features of creative industries, and to analyze approaches to their study in the context of professional career in creative industries.

Results. The article analyzes the features of creative industries, their types and significance for social and personal development, as well as discusses the psychological characteristics of the professional career in creative industries.

Conclusions. Creative industries are a vital part of the economy, and they correspond to different types of economic activities that have their specifics and opportunities in the context of a career development.

Key words: creative industries, types of creative industries, psychological features of creative industries, professional career in the creative industries

Вступ. Науковці підкреслюють роль конкурентоздатних фахівців як важливої цінності будь-якої організації, адже саме вони і генерують продукти, надають послуги, формують культуру взаємин (Лозовецька, 2015). Справді, «people make the place» – «люди створюють місце». Перефразовуючи цей вислів, можна сказати, що працівники формують організацію загалом, є її наріжним каменем (Schneider, B., Smith, D.B., 2004). Водночас важливо, щоб фахівець чітко розумів можливі траєкторії для подальшого вдосконалення та професійного зростання, міг сповна розкрити власний потенціал. У цьому контексті істотним є питання вивчення професійної кар'єри, що розглядають її як поліаспектний та комплексний феномен (Лозовецька, 2015), як певні переміни поведінки та позиції людини не лише в організаційному, суспільному, але й особистісному вимірі, що має зв'язок з досвідом людини та її професійною діяльністю (Мішина, Мішин, 2014). Загалом схоже визначення простежується в статті

зарубіжних дослідників, де підкреслюється параметр послідовності професійного досвіду, який описується через професійну кар'єру (Rudolph, et al., 2021).

Проблематика професійної кар'єри вивчалась багатьма науковцями (Briscoe & Hall, 2006; Hall, Yip & Doiron, 2017; Карамушка & Канівець, 2012; Карамушка, 2017). Серед різних видів професій особливої уваги заслуговують ті, які стосуються креативних індустрій. І на це є декілька причин. Передусім, з огляду на глобальні зміни у світовій економіці та на ринку праці. Так, вислів «світ, що стрімко змінюється» вже став константою нашого життя зараз та майбутнього загалом. Цьому є очевидні пояснення. За даними Світового Економічного Форуму (2020), постійна зміна розподілу праці може витіснити 85 мільйонів робочих місць у світі в найближчі роки. Натомість у галузях, які лише набирають популярність чи виникають, може з'явитися понад 97 мільйонів нових професійних ролей. За цих обставин мільйони існуючих працівників змушені будуть перекваліфікуватися чи виконувати зовсім нову для себе роботу (The Future of Jobs Report, 2020). Тож світова та національна економіки, ринок праці реагують на нові обставини та теж модифікуються. Істотним несприятливим фактором стала світова пандемія, яка розпочалася у 2020 році. За даними Worldometers.info (2022), пандемія станом на сьогодні зачепила понад 540 мільйонів осіб по всьому світу. Вона суттєво вплинула і продовжує впливати на різні рівні та напрямки людської життєдіяльності (приміром, на безпеку праці, формати роботи, особливості роботи в командах тощо). Без сумніву, ці впливи стосуються і кар'єри як соціально-психологічного феномену.

В умовах повномасштабної війни рф проти України виклики стають ще складнішими. І якщо в часи пандемії можна було стверджувати про певний «негативний вплив соціальної напруженості» (Карамушка, 2021), то зараз нагальним є питання «психічного здоров'я в умовах війни», що включає не лише здатність давати раду зі щоденними стресовими обставинами, налагоджувати стосунки, але й ефективно працювати на благо своєї організації, громади, країни, а також розпізнавати та вдосконалювати власні здібності (Карамушка, 2022). Це особливо важливо в умовах життєдіяльності громад та країни загалом й подальшої її відбудови у післявоєнний період.

Такі виклики та істотні зміни світової й національної економіки, ринку праці потребують гнучких та ефективних рішень і кроків. Таку перевагу може надати розвиток сфери креативних індустрій (Dronyuk, Moiseienko & Greguš, 2019; Щурко, 2021). Більше того, світовий ринок креативних індустрій демонструє невпинний ріст у довготерміновій перспективі, постійно збільшуються можливості для інтенсифікації торгівлі та розширення інвестицій (Експортна стратегія для сектору креативних індустрій, 2019). Тому цей напрямок є актуальним та перспективним для здійснення професійної кар'єри, високо динамічним щодо отримання доходу, створення робочих місць та загалом щодо впливу на національну економіку (Карасьова, 2019).

Щоправда, наукові дослідження психологічних особливостей креативних індустрій характеризуються деякою фрагментарністю – розглядалися окремі психологічні аспекти діяльності фахівців, які працюють в цих напрямках. Приміром, дослідження В. Ситник (2020) стосувалось вивчення психологічних чинників професійного зростання фахівців з програмування. В. Кот (2017) досліджувала психологічні умови професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу. Праці В. Орлова (2017) та С. Алексєєвої (2018) стосувалися різних аспектів професійної кар'єри майбутніх дизайнерів. Крім того, істотним у питанні здійснення професійної кар'єри є особливості різних напрямків креативних індустрій, адже це поняття є багатовимірним за своєю структурою. Тому питання специфіки професійної кар'єри в сфері креативних індустрій як важливого напрямку економічної діяльності потребує додаткової уваги.

Мета дослідження. На основі аналізу досліджень українських й зарубіжних науковців окреслити сутність та особливості креативних індустрій, з'ясувати специфіку та проаналізувати підходи до їх вивчення в контексті здійснення професійної кар'єри.

Завдання дослідження.

1. Розкрити сутність креативних індустрій.
2. Окреслити основні види креативних індустрій.

3. Проаналізувати роль креативних індустрій для забезпечення суспільного та особистісного розвитку.
4. Визначити психологічні особливості креативних індустрій.
5. Охарактеризувати психологічні особливості вивчення професійної кар'єри фахівців у цій сфері.

Результати дослідження.

1. Сутність креативних індустрій.

Нові ідеї та технології є особливо значущими в умовах сучасної економіки. Зростає роль креативного потенціалу як каталізатора соціально-економічного розвитку. Креативність, як наголошує О. Чуль (2017), є не просто одним з важливих ресурсів, як-от: земля, обладнання, капітал, а навіть «приходить їм на зміну». У цьому ракурсі креативність розглядається як певний необмежений ресурс, «джерело економічної цінності довготермінового розвитку» економіки на різних рівнях (Чуль, 2017). І власне «креативність» – це ознака сфери креативних індустрій, розвиток яких є актуальною світовою тенденцією, що дозволяє посилювати економіку на рівні міста, регіону та країни загалом. Таку думку можемо простежити у працях різних науковців (Dronyuk et al., 2019; Ніколаєва, Онопрієнко, Таран, Шоломицький & Яворський, 2021; Чуль, 2017; Щурко, 2019). Очевидно, що креативність сама по собі не може зумовлювати якісь зрушення чи перетворення.

В офіційних державних документах креативні індустрії тлумачаться передусім в контексті певного визначеного переліку типів економічної діяльності, які мають потенціал для продукування доданої вартості, створення нових робочих місць через культурно-мистецьку та/або креативну складову. Водночас наголошується на ролі навичок, талантів та індивідуальної творчості загалом для створення і надання відповідних продуктів та послуг («Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії», 2018).

Креативні індустрії розуміються як такі, що своєю кінцевою ціллю мають генерувати, продукувати та комерціалізувати креативні сенси, що можуть набувати форми продукту чи послуги та захищені інтелектуальним правом (Dronyuk et al., 2019; Щурко, 2019). Власне це визначення ми надалі використовуватимемо для окреслення специфіки креативних індустрій, адже воно ґрунтується, як зауважує У. Щурко (2019), на підході міжнародної організації ЮНЕСКО, спеціалізованої установи Організації Об'єднаних Націй.

Зазначимо, що в науковій літературі часто паралельно з поняттям «креативні індустрії» вживається інший термін – «культурні індустрії». Підтримуємо точку зору І. Пархоменко (2017), згідно з якою поняття культурних індустрій є вужчим, аніж креативні індустрії, адже діяльність організацій, які належать до останніх, здійснюється з метою «інноваційно-технологічного виробництва продукту» і має відповідну цінність корисності для своїх споживачів. Метою тут є отримання прибутку та прагнення його примножити, що не виключає за такої умови можливості здійснення моделі соціального підприємництва чи інших соціально орієнтованих напрямків. Крім того, креативна діяльність є підґрунтям для культурної, адже безпосередньо пов'язана з генерацією ідей індивідом, який володіє відповідними здібностями та талантами. Фінальний продукт культурної діяльності – та чи інша культурна цінність як наслідок креативної діяльності особи, групи осіб, громади тощо (Пархоменко, 2017).

2. Основні види креативних індустрій.

Закономірним є питання: а які саме види економічної діяльності можна віднести до сфери креативних індустрій? Засадничим є розпорядження Кабінету Міністрів України щодо роз'яснення специфіки та власне видів діяльності, які сюди можна віднести (розпорядження КМУ від 24.04.2019 № 265-р). Приміром, до цього переліку належать такі напрямки діяльності: видавництво; програмування; виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; їх компонування та розповсюдження; діяльність інформаційних агентств, зв'язків із громадськістю, рекламні агентства; функціонування бібліотек, архівів, музеїв тощо. Загалом в розпорядженні Кабінету Міністрів України міститься понад 30 видів економічної діяльності.

Очевидно, що кожен із напрямків креативних індустрій має свої унікальні особливості, виклики і, звісно, можливості. І фахівці, які тут працюють та будують власну кар'єру, мають свої потреби та очікування. Тому важливо чіткіше окреслити ті напрямки, які становлять для

нас найбільший дослідницький інтерес. З цією метою було використано офіційний звіт Київської Школи Економіки, створений у співпраці з Міністерством культури та інформаційної політики (Ніколаєва, et al., 2021). Тут дослідники аналізували різні напрямки креативних індустрій крізь призму соціально-економічних показників. Згідно з даними досліджень, з одного боку – *ІТ*, а з іншого, – *реклама, маркетинг, PR*, – є двома найбільшими креативними індустріями в нашій країні. Адже вони продукують найбільш ґрунтовну валову додану вартість, окрім того, тут задіяна більша кількість працівників у порівнянні з іншими. Саме з цих міркувань фокус нашого майбутнього дослідження стосуватиметься цих двох напрямків.

Перший напрямок, ІТ, включає чотири види економічної діяльності: розробка комп'ютерних ігор; розробка іншого програмного забезпечення; комп'ютерне програмування; консультування з питань інформатизації. Сфера *ІТ* демонструє високі темпи зростання, і, незважаючи на несприятливий вплив пандемії, умов війни, демонструє позитивну динаміку.

Натомість до складу другого напрямку – *реклами, маркетингу, PR* – можна віднести роботу інформаційних агентств, діяльність у сфері зв'язків із громадськістю, дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, рекламні агентства та посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації. Цікаво, що в період пандемії цей напрямок демонстрував порівняно менші темпи зростання та зазнав істотного несприятливого впливу, коли, особливо на її початку, рекламним агентствам потрібно було суттєво скорочувати власні бюджети (Ніколаєва, et al., 2021). Зараз, в умовах війни, реклама, маркетинг та *PR* теж відчували суттєвих коливань.

3. Роль креативних індустрій для забезпечення суспільного та особистісного розвитку.

В Україні роль креативних індустрій як важливого вектору розвитку економіки засвідчується на державному рівні, що описано у відповідних програмах (Експортна стратегія для сектору креативних індустрій, 2019). Фахівці підкреслюють, що станом на 2021 рік валова додана вартість креативних індустрій має позитивну динаміку зростання (Ніколаєва, et al., 2021). Водночас зауважимо, що галузь ще перебуває на етапі активного росту та становлення. Важливу роль у цьому процесі відіграють професійні осередки, які допомагають формувати креативне середовище та відповідають на актуальні потреби бізнесу (Експортна стратегія для сектору креативних індустрій, 2019). Серед таких, вважаємо, можна виділити професійні кластери – це «входження» представників різних організацій в єдине об'єднання, що представляє певну галузь діяльності (приміром, *ІТ*-кластер чи видавничий кластер, які активно функціонують в Україні).

За даними науковців (Dronyuk et al., 2019), розвиток креативних індустрій загалом має ряд переваг в соціально-економічному контексті. Так, вони зростають швидше, ніж галузі виробництва та послуг. За цих обставин залученість молоді тут є суттєво вищою, ніж в інших сферах. Креативні індустрії культивують підприємництво та інновації, стимулюють надходження інвестицій. Крім того, в соціальному вимірі вони сприяють об'єднанню людей, їх участі в громадському житті. Фундаментальними для їх ефективного розвитку є культура діалогу та довіри, культурного різноманіття (Dronyuk et al., 2019). Наша держава володіє величезним інтелектуальним та творчим потенціалом, а це ключова умова для розвитку креативного сектору. Та, з іншого боку, актуальним викликом є наявність необхідних якостей та навичок у працівників, які задіяні в цій сфері, адже їх недостатній рівень суттєво обмежує продуктивність діяльності, її загальний результат (Експортна стратегія для сектору креативних індустрій, 2019).

4. Психологічні особливості креативних індустрій.

На підставі аналізу літературних джерел (Dronyuk, et al., 2019; Goodwin, 2019; Пархоменко, 2017; Чуль, 2017; Щурко, 2021) ми виділили **загальні психологічні особливості креативних індустрій**, які стосуються специфіки діяльності:

- *Діяльність в умовах викликів та змін*, що зумовлює множину можливих дій та рішень.
- *Динамічність у виникненні нових завдань*, специфіки їх розв'язання (немає єдиної правильної відповіді чи варіанту).
- *Різнорічність завдань*.

- *Конкурентне середовище.*
- *Інноваційність* як пошук вже готових новацій чи цілеспрямований пошук інформації, множини знань для генерування новації (Меняйло, 2016).
- *Культивування культури підприємництва.*

Окрім того, необхідно окреслити й певні особливості, якими, на нашу думку, важливо володіти суб'єкту діяльності, фахівцю сфери креативних індустрій, адже суто «креативності» – як здатності генерувати нові ідеї, по-іншому розглянути актуальну проблематику, ще не достатньо. Ми виділили такі три аспекти:

- *Відповідальність* – усвідомлення та готовність брати її на себе.
- *Адаптивність* – здатність пристосовуватися та активно реагувати на зміни.
- *Готовність до співпраці* – має значення не лише креативність сама по собі, а й вміння різних фахівців галузі об'єднатися заради спільного результату.

Наголошуємо на тому, що ці міркування потребують подальшого теоретичного аналізу та емпіричного вивчення.

Сфера креативних індустрій стає особливо значущою в умовах масштабних викликів, важливим вектором економічного розвитку держави. Позаяк часто «традиційні галузі економіки» суттєво зменшують свою гегемонію в економічному зростанні країни, оскільки останні потребують відповідної трансформації (Щурко, 2021).

Розвиток креативних індустрій відбувався донедавна доволі помірними темпами, відповідно величезна кількість можливостей для стрімкого та стійкого росту залишалися невикористаними (Карасьова, 2019). Варто одразу підкреслити, що процес здійснення професійної кар'єри в різних сферах може супроводжуватися певними ризиками – непередбачуваними та несподіваними швидкому контролю обставинам і факторам, які безпосередньо впливають на неї та на професійну діяльність (Лозовецька, 2014). Так, в сучасних умовах ми можемо говорити про соціальну напруженість, зумовлену умовами пандемії та війни рф проти України (Карамушка, 2021; Карамушка, 2022).

На думку дослідників (Rudolph, et al., 2021), важливо простежити, як криза COVID-19 змінює ставлення до професійної кар'єри та поведінку, як ці зміни впливають на розвиток кар'єри – позитивно чи негативно. Як підкреслює Л. Карамушка (2021), результати проведених досліджень засвідчують суттєві диференціації у різних людей щодо ставлення, переживання змін в організації діяльності. Припускаємо, що те саме стосується і проблематики війни, її загроз та подолання наслідків в умовах післявоєнної відбудови. Продовжуючи цю думку, можна навести результати дослідження CASES (2022). У ньому взяли участь 1000 респондентів. Станом на кінець березня понад третина компаній сфери креативних індустрій припинила свою роботу. Найістотніше постраждали ті організації, які працювали виключно на українському ринку, тобто без залучення клієнтів з-за кордону. Додамо, що надалі, в умовах післявоєнної економіки відновлення країни, такий швидкий ріст є вже не просто бажаним, а необхідним.

5. Психологічні особливості професійної кар'єри фахівців у сфері креативних індустрій.

Без сумніву, професійна діяльність є важливою складовою життєдіяльності людини. С. Максименко наголошує, що «професійне майбутнє, яке людина уявляє як потенційно можливе, виконує функції суб'єктної регуляції та впливає на життєві вибори, вчинки та діяльність суб'єкта, вектор його професійного розвитку і реалізацію власного потенціалу». І не даремно, адже виступає метою професійного вектору руху людини. По суті, це є передумовою професійної самореалізації, що, так само, визначає для кожної людини зокрема, «чіткі межі та орієнтири дій, вчинків, діяльності, поведінки, активності в цілому» (Максименко & Осьодло, 2010).

Істотним є питання щодо специфіки професійної кар'єри в руслі креативних індустрій. Зазначимо, що науковцями вивчалися окремі психологічні аспекти діяльності або окремі напрямки діяльності фахівців, які працюють в цій сфері. Так, В. Ситник (2020) досліджувала психологічні чинники професійного зростання фахівців з програмування. У рамках обраного інтегративно-особистісного підходу авторка визначає професійне зростання фахівців у цій сфері як поліаспектне за своїм характером. Сюди належить і вибір конкретної специфіки

діяльності, і вдосконалення власного професійного та кар'єрного рівня (початковий, середній, високий). Крім того, ІТ компанії є дуже різними за своїми особливостями, типами проєктів, які пропонуються працівникам. Тому для останніх важливо пройти і відповідну адаптацію щодо тих чи інших умов роботи. Модель чинників професійного зростання у цій сфері включає індивідуально-типологічні фактори (індивідуальний стиль діяльності, креативність, тип копінг-стратегій); мотиваційні чинники; ситуативні чинники (рівень тривожності, соціально-психологічний клімат, перспективи кар'єрного зростання, заходи для навчання спеціалістів тощо). Однак, на нашу думку, виникає питання, чому виділені саме ці особливості? Також дослідниця емпірично вивчає особливості корпоративної культури ІТ-компаній, та які з них сприяють кар'єрному зростанню, а які – ні. Важливим у її роботі є й аналіз факторів кар'єрного зростання працівників з різним досвідом роботи. Скажімо, для нових працівників істотними є індивідуально-особистісні чинники, на середньому етапі кар'єрного зростання – рівень тривожності та ефективності копінг-стратегій, на високому – мотиваційні чинники та особливості соціально-психологічного клімату (Ситник, 2020).

Цікавим є дослідження В. Кот (2017), яка вивчає психологічні умови професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу. Зокрема, у роботі окреслені ключові особливості рекламної сфери, специфіки діяльності працівників, соціально-психологічних вимог до професіоналізму рекламіста, особливостей кар'єрного зростання та професійної самореалізації. На нашу думку, дуже важливим є чітке означення авторкою складових професійної самореалізації, необхідних умов для цього, а також чинників.

В. Орлов (2017) аналізував інтеграційний підхід до формування і розвитку професійної компетентності та кар'єрних орієнтацій майбутніх дизайнерів, а С. Алексєєва (2018) комплексно розглянула проблематику їхньої підготовки до розвитку професійної кар'єри. У структурі останньої дослідниця виділяє аксіологічний, гносеологічний, праксеологічний та особистісний компоненти (Алексєєва, 2018).

Нам видається слушною теза дослідниці К. Гудвін (2019), яка підкреслює, що стійке кар'єрне зростання в сфері креативних індустрій вже саме по собі є викликом, позаяк фахівці на різних рівнях та з різним досвідом роботи нерідко зіштовхуються з високою незахищеністю, а нерідко і обмеженими можливостями для зростання (Goodwin, 2019). В Україні ця обставина суттєво ускладнюється і поточними воєнними діями. Як засвідчують дані дослідження CASERS (2022), проведеного наприкінці березня, ринок праці зазнав болісних змін – чимало фахівців втратили роботу, а ті, хто зберіг робоче місце, подекуди зауважували скорочення обсягу роботи, домінування віддаленого формату. Не варто забувати, що чимало працівників здійснили внутрішню міграцію, а деякі – виїхали за кордон. З іншого боку, фахівці засвідчували залученість у волонтерську діяльність чи початок служби в ЗСУ. Без сумніву, це істотні фактори, які потребують додаткового вивчення.

Відкритим є питання – які види професійної кар'єри можуть бути характерними для фахівців сфери креативних індустрій. Ґрунтуючись на дослідженнях науковців, що з різних аспектів вивчали проблематику професійної кар'єри, ми екстраполюємо теоретичні міркування щодо специфіки та видів професійної кар'єри на креативні індустрії. Зокрема, ми розглянемо такі аспекти: **професійний та посадовий виміри професійної кар'єри** або, іншими словами, широке та вузьке розуміння цього концепту; особливості внутрішньоорганізаційної кар'єри; спеціалізованої та неспеціалізованої кар'єри (Карамушка, 2017; Лозовецька, 2015). Також – **ставлення до кар'єри, кар'єрні орієнтації** (Briscoe & Hall, 2006; Hall, et al., 2017).

Професійний та посадовий виміри професійної кар'єри. Т. Карамушка зазначає, що поняття професійної кар'єри здебільшого аналізується українськими та зарубіжними науковцями у двох вимірах: *професійному та посадовому зростанні*. Водночас, як наголошує дослідник, важливою є збалансованість цих двох типів кар'єри для нівелювання можливих деструктивних наслідків для особистості (Карамушка, 2017).

Щодо власне *внутрішньоорганізаційної кар'єри, вертикальної чи горизонтальної*, то, на нашу думку, для фахівців сфери креативних індустрій більш притаманною буде саме остання з них. Водночас ми поділяємо твердження Т. Карамушки (2017), що вертикальна та горизонтальна кар'єри не взаємосуперечать, а навпаки – доповнюють одна одну. Горизонтальна

кар'єра часто пов'язана з інтенсифікацією чи ускладненням робочих завдань чи, скажімо, переорієнтацією в інший функціональний напрямок зі збереженням поточного рівня посади. Зі свого боку, вертикальна кар'єра стосується не лише управлінського просування, але і зростання в структурній ієрархії організації, приміром – молодший, старший спеціаліст (Карамушка, 2017).

У певних випадках доречно говорити і про *висхідну кар'єру* (пов'язана з вищою посадою в організаційній структурі) та *низхідну кар'єру* (перехід на нижчу посаду). Як зауважує дослідник, низхідна кар'єра не є рідкісним явищем та може бути пов'язана з цілим рядом причин (відсутність бажання змінювати посаду; неготовність змінювати місце проживання, якщо це є обов'язковою умовою; реальна перспектива бути звільненим з тих чи інших причин тощо) (Карамушка, 2017).

У міру активних змін на ринку праці все частіше зустрічається не лише *спеціалізована кар'єра*, тобто в межах однієї професійної сфери чи спеціальності, але і *неспеціалізована* – коли особа професійно розвивається в різних професійних сферах (Лозовецька, 2015). На нашу думку, з огляду на поширений тренд міждисциплінарності, як вектору професійного розвитку, для фахівців сфери креативних індустрій, ймовірно, більш притаманною є саме *неспеціалізована кар'єра*.

Ставлення до кар'єри чи кар'єрні орієнтації є актуальним питанням в контексті її вивчення. Сучасні дослідники виділяють такі два типи ставлення (або іншими словами – кар'єрні орієнтації): «протейську або поліваріативну» («proteine») та «безмежну» («boundaryless»). Особливістю поліваріативної кар'єри є акцент на домінуючій ролі особистості в її побудові. Тобто не керівник, і не організація керує її кар'єрою, а вона сама. Науковці акцентують на значенні мотивації та цінностей людини – її прагнення до розвитку та свободи (Briscoe & Hall, 2006; Hall et al., 2017). Ця думка є особливо значущою в розрізі сучасних мінливих та змінних умов, динамічного характеру діяльності креативних індустрій.

Особливістю «безмежної кар'єри» є мобільність як організаційна, так і географічна, скажімо, співпраця з різними працедавцями. Вона в жодному випадку не розгортається в межах однієї «зайнятості», а стосується того, яким чином особа діє в разі зменшення організаційних ресурсів, шукаючи їх або інші можливості поза межами свого поточного місця праці, чи шляхом створення власної зовнішньої професійної мережі (Briscoe & Hall, 2006; Hall et al., 2017).

Поєднання цих кар'єрних орієнтацій робить професійну кар'єру фахівців по-своєму особливою. На наше переконання, для сфери креативних індустрій обидві кар'єрні орієнтації будуть істотними. Та важливо прослідкувати тенденції щодо їх співвідношення для різних напрямків діяльності в подальшому емпіричному дослідженні. Додамо, що у контексті нашого підходу до подальшого дослідження ми аналізуватимемо якості, необхідні фахівцям для успішного здійснення кар'єри в сфері креативних індустрій (Карамушка & Канівець, 2012; Карамушка, 2017).

Висновки. Креативні індустрії – це важливий вектор розвитку економіки в Україні та перспективний з точки зору тих можливостей, які може здобути фахівець в контексті побудови власної професійної кар'єри. Поняття креативних індустрій є багатокомпонентним за своєю структурою і містить в собі різні види економічної діяльності. Зарубіжні та українські дослідники підкреслюють, що креативні індустрії є одними з ключових факторів, що впливають на добробут кожної громади зокрема, відповідно і країни загалом. Ґрунтуючись на аналітичному звіті Київської Школи Економіки, ми окреслили такі два напрямки як *ІТ та маркетинг, реклама й PR*.

Нами охарактеризовано загальні психологічні особливості креативних індустрій, які стосуються специфіки діяльності (*діяльність в умовах викликів та змін; динамічність та різноманітність завдань; конкурентне середовище; культивування культури підприємництва та інноваційності*). Також окреслено певні особливості, якими важливо володіти власне суб'єкту діяльності, фахівцю сфери креативних індустрій, адже «лише креативність» не може призводити до вагомих змін. Тут велике має значення *відповідальність, здатність адаптуватися до нових умов, взаємодія між талановитими людьми, спільна дія один з одним*.

Саме з цього розпочинається будь-який локальний, а згодом і глобальний розвиток. Очевидно, що ці міркування потребують подальшого теоретичного аналізу та емпіричного вивчення. Крім того, ми охарактеризували психологічні особливості вивчення професійної кар'єри фахівців сфери креативних індустрій, проаналізували психологічні дослідження, які стосуються окремих їх напрямків, означили релевантні, на нашу думку, види професійної кар'єри, а також ставлення до неї.

До **перспектив подальшого дослідження** відноситься уточнення теоретичної моделі та подальше дослідження психологічних якостей, важливих для здійснення професійної кар'єри в сфері креативних індустрій.

Література

1. Алексєєва, С. В. (2018). *Підготовка майбутніх дизайнерів до розвитку професійної кар'єри: теорія і практика*. Монографія. Київ: Міленіум.
2. Верховна Рада України. «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії». Закон України. (2018). <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-viii>.
3. Верховна Рада України. *Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Розпорядження КМУ № 265-р.*(2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
4. Міністерство економіки України. *Експортна стратегія для сектору креативних індустрій. Аналітичний звіт* (2019). <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=48737a5a-5253-40c2-bd79-b02f5a5efa8a>
5. Карамушка, Л. М. (2021). Психологічне здоров'я персоналу організацій в умовах пандемії COVID-19: огляд зарубіжних досліджень. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1 (22), 69-78.
6. Карамушка, Л. М. (2022). *Психічне здоров'я особистості під час війни: як його зберегти та підтримати: Метод. рекомендації*. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України.
7. Карамушка, Л.М., & Канівець, Т.М. (2012). Когнітивний компонент психологічної готовності студентів вищих навчальних закладів до здійснення майбутньої професійної кар'єри: рівень та чинники розвитку. *Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія*, (4), 3–13.
8. Карамушка, Т.В. (2017). Соціально-психологічні чинники формування готовності аспірантів до здійснення професійної кар'єри. *Дис. канд. психол. наук*. Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Київ.
9. Карасьова, Н.А. (2019). Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*, (3), 110-120.
10. Кот, В.Г. (2017). Психологічні умови професійної самореалізації працівників сфери рекламного бізнесу. *Дис. канд. психол. наук*. ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України. Київ.
11. Ніколаєва, О., Онопрієнко, А., Таран, С., Шоломицький, Ю., & Яворський, П. (2021). Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Київ: КШЕ. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
12. Лозовецька, В.Т. (2014). Методологічні підходи до формування кар'єри майбутніх фахівців. *Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Професійна педагогіка*, (8), 21-27.
13. Лозовецька, В.Т.(2015). *Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах*. Монографія. Київ: ІПТО НАПН України.
14. Максименко, С.Д., & Осьодло, В.І. (2010). Структура та особистісні детермінанти професійної самореалізації суб'єкта. *Проблеми сучасної психології*, (8), 3-19.
15. Меньяло, В. (2016). Дослідницько-інноваційна діяльність в контексті професійної підготовки висококваліфікованих фахівців. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Педагогічні науки*, (2), 77-82.
16. Мішина, С.В., Мішин, Ю.О. (2014). Економічна сутність поняття «кар'єра». *Вісник економіки транспорту і промисловості*, (47), 155 -159.
17. Орлов, В.Ф. (2017). Інтеграційний підхід до формування і розвитку професійної компетентності та кар'єрних орієнтацій майбутніх дизайнерів. *Професійна освіта в умовах інтеграційних процесів: теорія і практика: збірник наукових праць*, (1), 277-282.
18. Пархоменко, І.І. (2017). Поняття культурні та креативні індустрії в західноєвропейському науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та Європейського Союзу. *Українські культурологічні студії. Культурологія*, 1(1),74-78.
19. Ситник, В.В. (2020). Психологічні чинники професійного зростання спеціалістів з інформаційних технологій. *Дис. доктора філософії*. Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Київ.
20. Чуль, О.М. (2017). Креативний потенціал як конвергентний чинник регіонального розвитку. *Економічний форум*, (1), 77-83.
21. Щурко, У. (2019). Креативні індустрії в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії»*. (48) 1, 172-176.
22. Щурко, У. В. (2021). Конкурентні стратегії безпеки розвитку реального сектору економіки. *Автореф. дис. доктора екон. наук*. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ.

23. Briscoe, J. P., & Hall, D. T. (2006). The interplay of boundaryless and protean careers: Combinations and implications. *Journal of Vocational Behavior*, 69(1), 4-18.
24. CASES. Creative industries social media. *Дослідження CASES: Як війна вплинула на креативні індустрії України*. (2022). <https://cases.media/article/doslidzhennya-cases-yak-viina-vplinu-la-na-kreativni-industriyi-ukrayini>
25. Dronyuk, I., Moiseienko, I., & Greguš J. (2019). Analysis of Creative Industries. Activities in European Union Countries. *Procedia Computer Science*, 160, 479-484.
26. Hall, D. T., Yip, J., & Doiron, K. (2018). Protean careers at work: Self-direction and values orientation in psychological success. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 129-156.
27. Rudolph, C. W., Allan, B., Clark, M., Hertel, G., Hirschi, A., Kunze, & Zacher, H. (2021). Pandemics: Implications for research and practice in industrial and organizational psychology. *Industrial and Organizational Psychology*, 14(1-2), 1-3
28. Schneider, B., Smith, D.B. (2004). *Personality and organizations*. Psychology Press.
29. The World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report*. Retrieved from: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>
30. Worldometer: realtime world statistics. (2022). *COVID-19 Coronavirus Pandemic*. Retrieved from: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

References

1. Alekseeva, S. V. (2018). *Pidgotovka maibutnikh dizaineriv do rozvytku profesiinoi kariery: teoriya i praktyka [Training future designers for a professional career development: theory and practice]*. Milenium. [In Ukrainian]
2. Verkhovna Rada Ukrainy. «Pro vnesennya zmin do Zakonu Ukrainy «Pro kulturu» schodo vyznachennya ponyattya «kreatyvni industrii». *Zakon Ukrainy*. [Verkhovna Rada of Ukraine. "On amendments to the Law of Ukraine "On Culture" regarding the definition of the concept of creative industries. Law of Ukraine.] (2018). <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-viii>. [In Ukrainian]
3. Verkhovna Rada Ukrainy. *Pro zatverdzhennya vidiv ekonomichnoi diyalnosti, yaki nalezhat do kreativnikh industrii. Rozporyadzhennya KМУ # 265-r.* [Verkhovna Rada of Ukraine. On approval of types of economic activity that belong to creative industries. Decree of the CMU No. 265-r.]. (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> [In Russian]
4. Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. *Eksportna strategiya dlya sektoru kreativnykh industrii. Analitychnyi zvit (2019)* [Ministry of Economy of Ukraine. Export strategy for the creative industries sector. Analytical report]. <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=48737a5a-5253-40c2-bd79-b02f5a5efa8a> [In Ukrainian]
5. Karamushka, L. M. (2021). Psykhologichne zdorovya personalu organizatsii v umovakh pandemii COVID-19: oglyad zarubizhnykh doslidzhen [Psychological health of staff during the COVID-19 pandemic: a review of foreign studies]. *Organizatsiina psykhologia. Ekonomichna psykhologia*, 1(22), 69-78. [In Ukrainian]
6. Karamushka, L. M. (2022). *Psykichne zdorovya osobystosti pid chas viiny: yak iogo zberegty ta pidtrymaty: Metod rekomendatsii*. [Mental health of the individual during the war: how to preserve and support it: Guidelines]. Instytut psykhologii imeni G.S. Kostyuka NAPN Ukrainy. [In Ukrainian]
7. Karamushka, L. M., & Kanivets, T. M. (2012). Kognityvnyi komponent psykhologichnoi gotovnosti studentiv vyschykh navchalnykh zakladiv do zdiisnennya maibutnoi profesiinoi kariery: riven ta chynnyky rozvytku [The cognitive component of higher educational institution students' psychological readiness to pursue a professional career: levels and development factors]. *Teoria i praktyka upravlinnya sotsialnymi systemamy: filosofia, psykhologia, pedagogika, sotsiologia*, (4), 3-13. [In Ukrainian]
8. Karamushka, T. V. (2017). Sotsialno-psykhologichni chynnyky formuvannya gotovnosti aspirantiv do zdiisnennya profesiinoi kariery [Socio-psychological factors in graduate students' readiness to pursue a professional career]. *Dys. kand. psykhol. nauk*. Instytut pidgotovky kadriv derzhavnoi sluzhby zainyatosti Ukrainy. Kyiv. [In Ukrainian]
9. Karasova, N. A. (2019). Kreatyvni industrii yak element strategii postindustrialnogo rozvytku [Creative industries as an element of the post-industrial development strategy]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*, (3), 110-120. [In Ukrainian]
10. Kot, V. G. (2017). Psykhologichni umovy profesiinoi samorealizatsii pratsivnykiv sfery reklamnogo biznesu [Psychological conditions of professional self-realization of employees in the field of advertising business]. *Dys. kand. psykhol. nauk*. DVNZ «Universytet menedzhmentu osvity» NAPN Ukrainy. Kyiv. [In Ukrainian]
11. Nikolayeva, O., Onopriyenko, A., Taran, S., Sholomytskyi, Yu., & Yavorskyi, P. (2021). Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy [Creative industries: the role in the development of the economy of Ukraine]. KShE. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> [In Ukrainian]
12. Lozovetska, V. T. (2014). Metodologichni pidkhody do formuvannya kariery maibutnikh fakhivtsiv [Methodological approaches to career formation of future specialists]. *Naukovyi visnyk Instytutu profesiino-tekhnichnoi osvity NAPN Ukrainy. Profesiina pedagogika*, (8), 21-27. [In Ukrainian]
13. Lozovetska, V. T. (2015). *Profesiina karijera osobystosti v suchasnykh umovakh [Professional career of an individual in modern conditions]*. Monografia. IPTO NAPN Ukrainy. [In Ukrainian]
14. Maksymenko, S. D., & Osodlo, V. I. (2010). Struktura ta osobystisni determinanty profesiinoi samorealizatsii sub'yekta [Structure and personal determinants of the individual's professional self-realization]. *Problemy suchasnoi psykhologii*, (8), 3-19. [In Ukrainian]
15. Menyailo, V. (2016). Doslidnytsko-innovatsiina dialnist v konteksti profesiinoi pidgotovky vysokokvalifikovanykh fakhivtsiv [Research and innovation activity in the context of professional training of highly qualified specialists].

- Naukovi visnyk Skhidnoyevropeiskogo natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky. Pedagogichni nauky*, (2), 77-82. [In Ukrainian]
16. Mishyna, S. V., & Mishyn, Yu. O. (2014). Ekonomichna sutnist ponyattya «karyera» [The economic essence of the concept of career]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (47), 155-159. [In Ukrainian]
17. Orlov, V. F. (2017). Integratsiyni pidkhid do formuvannya i rozvytku profesiinoi kompetentnosti ta karyernykh oriyentatsii maibutnykh dyzaineriv [An integrative approach to the formation and development of professional competence and career orientations of future designers]. *Profesiina osvita v umovakh integratsiynykh protsesiv: teoria i praktyka: zbirnyk naukovykh prats*, 1, 277-282. [In Ukrainian]
18. Parkhomenko, I. I. (2017). Ponyattya kulturni ta kreatyvni industrii v zakhidnoyevropeiskomu naukovomu dyskursi ta uryadovo-instytutsiynykh praktykakh Velykobrytanii ta Yevropeiskogo Soyuzu [Concepts of cultural and creative industries in Western European scientific discourse and governmental and institutional practices of Great Britain and the European Union]. *Ukrainski kulturologichni studii. Kulturologia*, 1(1), 74-78. [In Ukrainian]
19. Sytnyk, V. V. (2020). Psykhologichni chynnyky profesiinogo zrostannya spetsialistiv z informatsiynykh tekhnologii [Psychological factors in IT specialists' professional growth]. *Dys. doktora filosofii. Instytut pidgotovky kadrov derzhavnoi sluzhby zainyatoshti Ukrainy*. Kyiv. [In Ukrainian]
20. Chul, O. M. (2017). Kreatyvnyi potentsial yak konvergentnyi chynnyk regionalnogo rozvytku [Creative potential as a convergent factor in regional development]. *Ekonomichnyi forum*, (1), 77-83. [In Ukrainian]
21. Schurko, U. (2019). Kreatyvni industrii v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku [Creative industries in Ukraine: trends and development prospects]. *Naukovo-praktychnyi zhurnal «Prychornomorski ekonomichni studii»*, 48(1), 172-176. [In Ukrainian]
22. Schurko, U. V. (2021). Konkurentni strategii bezpeky rozvytku realnogo sektoru ekonomiky [Competitive security strategies for the development of the real sector of the economy]. *Avtoref. dys. doktora ekon. nauk. Natsionalnyi instytut strategichnykh doslidzhen*. Kyiv. [In Ukrainian]
23. Briscoe, J. P., & Hall, D. T. (2006). The interplay of boundaryless and protean careers: Combinations and implications. *Journal of Vocational Behavior*, 69(1), 4-18.
24. CASES. Creative industries social media. *Дослідження CASES: Як віяна вплинула на креативні індустрії України*. (2022). <https://cases.media/article/doslidzhennya-cases-yak-viina-vplinu-na-kreativni-industriyi-ukrayini>
25. Dronyuk, I., Moiseienko, I., & Greguš, J. (2019). Analysis of Creative Industries. Activities in European Union Countries. *Procedia Computer Science*, 160, 479-484.
26. Hall, D. T., Yip, J., & Doiron, K. (2018). Protean careers at work: Self-direction and values orientation in psychological success. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 129-156.
27. Rudolph, C. W., Allan, B., Clark, M., Hertel, G., Hirschi, A., Kunze, & Zacher, H. (2021). Pandemics: Implications for research and practice in industrial and organizational psychology. *Industrial and Organizational Psychology*, 14(1-2), 1-3
28. Schneider, B., Smith, D.B. (2004). *Personality and organizations*. Psychology Press.
29. The World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report*. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>
30. Worldometer: realtime world statistics. (2022). *COVID-19 Coronavirus Pandemic*. <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

Відомості про автора

Тиченко Марта Євгенівна, аспірантка Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної академії педагогічних наук, Київ, Україна.

Tychenko, Martha, PhD student of the G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences, Kyiv, Ukraine.

E-mail: m.tychenko@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5010-7998>

Отримано 5 квітня 2022 р.
Рецензовано 26 квітня 2022 р.
Прийнято 28 квітня 2022 р.