

DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293779
УДК 008-026.15:004-044.922(410)

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: БРИТАНСЬКИЙ КЕЙС

Оксана Олійник

Кандидат культурології, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-4687-2408
e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net

Для цитування:

Олійник, О. (2023). Цифрова трансформація креативних індустрій: британський кейс. *Питання культурології*, 42, 206–218. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293779>

Мета статті — дослідити досвід британського кейсу цифрової трансформації сектору креативних індустрій, окреслити подальші перспективи його розвитку з огляду на програмні документи та останні тенденції у цій галузі. *Результати дослідження*. Висвітлено основні сегменти британського кейсу цифрової трансформації сектору креативних індустрій — нормативно-законодавчі, політичні, технологічні та культурологічні. Доведено, що активна фаза цифрової трансформації розпочалася у ковідний і постковідний періоди, а сама цифрова трансформація є не просто використання технологій, а трансформація організаційної культури та багатьох бізнес-моделей і процесів, які відіграють ключову роль у національному розвитку та плануванні культурної політики Великої Британії на сучасному етапі. *Наукова новизна* полягає у тому, що вперше досліджено особливості британського кейсу цифрової трансформації креативних індустрій у ширшому культурологічному контексті з акцентом на сучасний етап. *Висновки*. У першій чверті XXI ст. креативна економіка переживає безпрецедентну цифрову трансформацію, прискорену цифровим поворотом унаслідок впливу пандемії COVID-19. Велика Британія залишається одним з лідерів цифрової трансформації у галузі: генерує «галузеві візії», які підхоплюють інші країни, та намагається закріпити за собою цей статус. Ініційовано три великі проекти: The Creative Industries Clusters Programme, The Audience of the Future Challenge та Towards a National Collection. Для більшості креативних галузей країни характерний технологічно детермінований творчий процес і цифровий тип продукції, активне використання імерсивних технологій, штучного інтелекту, токенів тощо. Політичні пріоритети, визначені за підтримки експертів, охоплюють збільшення фінансування цифрових інновацій, боротьбу з різноманітністю секторів і реструктуризацію творчої освіти.

Ключові слова: Велика Британія; креативні індустрії; цифрова трансформація; цифрові технології; COVID-19; інновації; програми та проекти креативного розвитку

Вступ

Цифрова трансформація — чи не єдиний тренд, який не збавляє, а стабільно набирає обертів у першій чверті XXI ст. Концепція, яка розвивалася з 1990-х рр., вийшла за межі дигіталізації наявних процесів і сьогодні окреслює дійсно революційну за своїми впливом і масштабами тенденцію доволі ефективного використання цифрових технологій, включаючи вбудовані девайси та соціальні медіа, для створення нових бізнес-моделей, удосконалення потокових операцій і розширення досвіду клієнтів (Fitzgerald et al., 2014). Поряд із закликами інвестувати в розвиток цифрових технологій, провідні компанії реструктуризують свою діяльність і підходи, враховуючи нову реальність: приміром, Microsoft ідентифікує цифрову трансформацію як «можливість для бізнесу думати та працювати як цифрові компанії», оптимізуючи свою діяльність і трансформуючи продукти, а McKinsey & Company активно впроваджує такі елементи успішної цифрової трансформації, як цифрова стратегія та цілі, організаційна структура, підхід «тестуй та навчайся» (test-and-learn approach), вплив екосистеми, таланти та здібності, культурні зміни (Burkacky et al., 2018). Враховуючи це, цифрова трансформація — це не просто використання цифрових технологій, але й також трансформація організаційної культури та багатьох бізнес-моделей і процесів, що відіграє ключову роль у національному розвитку та плануванні політики. І саме в такому трактуванні її визнано одним із наріжних каменів розвитку Євросоюзу. Особливо в ситуації пандемії COVID-19, коли за лічені дні й тижні компанії були змушені вдаватися до цифрової трансформації за допомогою рішень щодо віддаленої роботи, екомерції, цифрового маркетингу тощо. Не обійшли увагою культуру та креативні індустрії, де розробка, поширення та доступність творчого контенту зазнали глибокого цифрового переходу. Беручи до уваги значення креативних індустрій у сучасному глобальному середовищі (Dharmani et al., 2021; UNCTAD, 2019), спробуємо осмислити сучасний стан і майбутні перспективи цього сектору з акцентом на цифровій трансформації у Великій Британії.

Аналіз попередніх досліджень

Культура та креативні індустрії належали до тих секторів, діяльність яких була істотно обмежена через пандемію COVID-19, і тому потрібно було шукати можливості для їхньої цифрової трансформації. Вчені зауважують, що потрібно пропонувати рішення, пов'язані зі споживанням вже дигіталізованих продуктів, і розробляти нові продукти та послуги дистанційного споживання. Завдання політиків — створення умов для таких моделей бізнесу та управління, сприяння розвитку цифрової інфраструктури в окремих регіонах, де все ще її немає (Pilege et al., 2020). У збірнику «Цифрова трансформація в культурних і креативних індустріях. Виробництво, споживання та підприємництво в цифровій економіці та економіці спільного використання» за редакцією М. Массі, М. Векко та І. Лінь (Massi et al., 2020) досліджено, як мистецькі організації в процесі переходу на цифрові технології намагаються адаптуватися, і які проблеми при цьому виникають (автентичності, легітимності, контролю, довіри та колективної творчості). О. Хлистова, О. Калюжнова та М. Бєлицький (Khlystova et al., 2022)

у статті «Вплив пандемії COVID-19 на креативні індустрії: огляд літератури та програма майбутніх досліджень» пропонують концептуальне та обґрунтоване розуміння впливу пандемії на креативні індустрії та їхню реакцію на виклики, з якими вони зіткнулися, розробляють матрицю реагування на основі обговорення цифрових можливостей компаній та їхньої здатності адаптуватися до кризи, а також окреслюють напрями майбутніх студій на базі Theory-Context-Characteristics-Methodology (TCCM). С. Фурнарі (Furnari, 2020) у своїй праці намагається довести, що межі креативних індустрій стираються під впливом цифрових технологій, а колектив голландських авторів у статті «Вимірювання рівня цифрових навичок XXI століття серед професіоналів, які працюють у креативних галузях: підхід, заснований на ефективності» (Van Laar et al., 2020) провів вимірювання та стверджує, що попит на цифрові навички стрімко зростає. Х. Рудман, Д. Беньон та Г. Голл (Rudman et al., 2015) стверджують, що прогрес інформаційних і комунікаційних технологій змінив моделі культурного споживання в усьому світі, а цифрові технології радикально вплинули на способи виробництва, відтворення, розповсюдження та комерціалізації творчих продуктів на національному та міжнародному рівнях. З останнього зазначимо роботу М. Лазі (Lazić, 2023) «Цифровізація та креативні індустрії — тенденції та перспективи», в якій теж аналізується фактор COVID19, що прискорив цифрову трансформацію сектору, та прогнозується, що віртуальна взаємодія стане ще більш реалістичною у майбутньому через інтенсифікацію використання інноваційних цифрових інструментів, таких як доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR) і 3D-ігри.

■ Мета статті

Метою статті є дослідження британського кейсу цифрової трансформації сектору креативних індустрій та окреслення подальших перспектив його розвитку з огляду на програмні документи й останні тенденції у цій галузі.

■ Результати дослідження

Дані за 2019 р. свідчать, що внесок креативних індустрій у світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) становив 3%. Це перетворює їх на потужний і стратегічний сектор економіки, який, якщо розвивати його систематично та розумно, підвищує продуктивність, конкурентоспроможність, стає зростання, потенціал зайнятості та експорту як у всьому світі, так і в окремих регіонах чи містах. У Великій Британії, одній з перших країн у світі, що зрозуміла потенціал креативних індустрій і стратегічно та активно розвивала цей сегмент, у 2019 р. креативні індустрії підсилили економіку на £110,9 млрд, що на 43,6% більше, ніж у 2010 р. Отже, цей сектор становить менш як 6% економіки в цілому, а загальна кількість людей, зайнятих у креативних галузях Великої Британії, перевищила 2 млн (Higginbotham, 2021). Ці показники дійсно вражають, особливо, якщо порівняти їх, приміром, з латвійськими. Основні напрями та результати цифрової трансформації в Латвії визначені в «Керівних принципах цифрової трансформації 2021–2027», де у розділі «Оцінка поточної ситуації» чітко зазначено, що «латвійські компанії не повністю використовують свій потенціал циф-

ровізації, що підтверджується відставанням від середнього показника в ЄС; і не було досягнуто значного прогресу в інтеграції цифрових технологій у бізнес». Згідно з індексом цифрової економіки та суспільства (DESI), опублікованим Єврокомісією, оцінка Латвії за 2021 р. трохи нижча за середній показник Євро-союзу, водночас найнижчим є рівень цифрової трансформації компаній (Cape & Steinbergs, 2022, p. 426).

Креативні індустрії — один з інноваційних секторів з дуже важливими технологічними аспектами в окремих галузях, що впливають на творчий процес і формат кінцевого продукту. За словами Г. Рудмана (Rudman, 2015), британська стратегія креативних індустрій поділяє їх на два фактори: по-перше, продукт є здебільш аналоговим чи цифровим, і, по-друге, творчий процес є переважно ручним чи технологічним. Для більшості креативних галузей (за винятком мистецтва та антикваріату, ремесел і виконавського мистецтва) характерні технологічно детермінований творчий процес і цифровий тип продукції. Це свідчить, що ці галузі мають високий потенціал для цифрової трансформації. Загалом рівень цифровізації дорівнює частці прибутку від цифрових напрямів бізнесу в межах загальних глобальних прибутків сектору. За цим показником креативні індустрії можна поділити на три групи (Voldere et al., 2017) (табл. 1):

Таблиця 1

Рівні впливу цифровізації

Ланцюги створення вартості з високим рівнем цифровізації	Ланцюги створення вартості з середнім рівнем цифровізації	Ланцюги створення вартості з нижчим рівнем цифровізації
Музика	Фільми	Художні ремесла
Відеоігри та мультимедіа	Телебачення та радіо	Виконавське мистецтво
	Книги	Культурна спадщина
		Візуальні мистецтва

Сьогодні ми можемо говорити про цифрову трансформацію «класичних» креативних індустрій у форматі потокового відео, онлайн-ігор, мобільних ігор, електронних книг, імерсивного контенту, цифрових медіа, екранної індустрії та музичних технологій (Roche & Izsak, 2021). Найбільший вплив на трансформацію креативних індустрій мали доповнена та віртуальна реальність (AR/VR), штучний інтелект (AI), хмарні та блокчейн-технології, що також відобразилося на рівні зайнятості відповідних фахівців у креативній індустрії (World Economic Forum, 2018).

Загалом слід визнати, що креативні індустрії належать до галузей, в яких відбуваються ключові процеси трансформації, спричинені цифровізацією, що впливає на бізнес-моделі, моделі споживання та процеси виробництва кон-

тенту (Lhermitte et al., 2014). Цифровізація дає змогу компаніям у цих галузях створювати інноваційні продукти та значно розширює ринкові можливості для охоплення нової місцевої та міжнародної аудиторії. Онлайн-платформи також допомагають з комунікацією та маркетингом, і час підтверджує, що все більший відсоток компаній креативних індустрій використовує цифровий маркетинг як основний метод маркетингу. З іншого боку, цифрові технології загострюють конкуренцію в креативних індустріях, що не завжди вигідно малому бізнесу, особливо в регіонах, де пропозиція культурного продукту часто недостатня та одновимірна.

На підприємництво в креативних індустріях і його цифрову трансформацію впливає низка чинників, як-от глобалізація культурних процесів і пандемія COVID-19. Типовим прикладом є глобальні платформи цифрового контенту, які суттєво знижують потенціал прибутків компаній креативних індустрій, особливо в аудіовізуальному секторі. Криза, спричинена пандемією COVID-19, підкреслила важливість культурних послуг у цифровому середовищі. Дослідження впливу культурного споживання та участі у 2020 р. засвідчує значне зростання цифрового культурного споживання.

Уряд Великої Британії надає пряме фінансування креативним індустріям і мистецтву, а також забезпечує фінансування через незалежні організації, як-от Arts Council England. Уряд надає інші форми підтримки, наприклад, податкові пільги. Наразі податкові пільги доступні для таких галузей, як кіно, певні види телебачення та відеоігри, а також для музеїв, галерей, сценічного та інших форм мистецтва. Уряд несе відповідальність за переговори стосовно ліцензійного збору BBC впродовж періоду дії королівської хартії BBC. Йому належить Channel 4. За винятком телерадіомовлення та BBC, політика щодо культури та мистецтва шириться на Шотландію, Вельс та Північну Ірландію.

У березні 2021 р. уряд, очолюваний на той час прем'єр-міністром Борисом Джонсоном, опублікував стратегію «Відновити краще: наш план зростання» (Build Back Better, 2021). У ній уряд визначив креативні індустрії як один із п'яти секторів, де Сполучене Королівство має конкурентну перевагу. Книга містила зобов'язання стосовно того, що уряд опублікує серію «галузевих візій» пізніше того ж року, які визначать види підтримки, надані кожному сектору.

У липні 2021 р. Департамент бізнесу, енергетики та промислової стратегії (BEIS) опублікував Інноваційну стратегію Великої Британії, підтвердивши зобов'язання уряду опублікувати низку секторальних бачень, зокрема і щодо креативних індустрій. У лютому 2022 р. Департамент цифрових технологій, культури, медіа та спорту (DCMS) оголосив, що секторальне бачення креативних індустрій не буде опубліковано до літа 2022. Уряд підтвердив, що воно розробляється в партнерстві з Радою креативних індустрій, до якої належать компанії, що працюють у цьому секторі, уряд та інші творчі організації. Того ж місяця державний міністр DCMS Джулія Лопес заявила, що бачення сектору визначатиме амбіції уряду стосовно цього питання до 2030-х рр. Згодом міністри уряду підтвердили, що секторальне бачення стосується: творчих навичок та інших проблем робочої сили, що впливають на сектор; впливу штучного інтелекту; забезпечення доступу до творчих галузей і мистецтва людям різного походження.

У липні 2022 р. Комітет із комунікацій і цифрових технологій Палати лордів розпочав розслідування майбутнього креативних індустрій Великої Британії. Комітет ще не опублікував свій звіт. Під час усної сесії 22 листопада 2022 р. в межах цього розслідування Джулія Лопес підтвердила, що секторальне бачення креативних індустрій буде відкладено. Однак вона зауважила, що її департамент сподівається представити секторальне бачення у січні 2023 р.

Інноваційна стратегія Великої Британії (BEIS) з липня 2021 р. підтвердила, що урядове бачення сектору сприятиме його стратегічним цілям, зокрема підвищенню рівня. В урядовій документації про підвищення рівня, від 2 лютого 2022 р., креативні індустрії представлено як такі, що відіграють «важливу роль у підвищенні рівня». У ньому креативні індустрії та мистецтво описані як джерело «місцевої гордості та покращення якості життя», а також як «рушії зростання та продуктивності» (Levelling Up the United Kingdom, 2022). У документі також йдеться про те, що уряд має намір збільшити підтримку культурних установ за межами Лондона, таких як театри, музеї, галереї та бібліотеки. У ньому сказано, що все нове фінансування, виділене Arts Council England впродовж наступного трирічного періоду перегляду витрат, буде використано для підтримки витрат за межами столиці.

23 лютого 2022 р. тодішній держсекретар DCMS Надін Дорріс оприлюднила низку заходів, які вона описала як вирішення проблеми культурної нерівності в Англії. Вона підтвердила, що фінансування для підтримки підвищення рівня буде оголошено в межах фінансування національного портфолію Художньої ради на 2023–2026 рр., наголосивши, як Рада мистецтв розподілятиме державне фінансування. Вона також зазначила, що Рада мистецтв надаватиме підтримку лондонським організаціям, які подають заявки на фінансування, щоб дати їм змогу переїхати, розширити або розпочати нову діяльність за межами міста. Цікаво, що ці плани розкритикував мер Лондона Садік Хан, заявивши, що вони стануть «нищівним ударом» по креативному сектору міста (Harris, 2022). Обговорення фінансування національного портфолію Arts Council на 2023–2026 р. поки що триває.

У листопаді 2022 р. уряд запустив програму креативного зростання із забезпеченням доступу до фінансування креативних компаній у різних регіонах за межами Лондона (Creative businesses, 2022). Уряд оголосив, що впродовж поточного періоду перегляду витрат у межах цієї програми буде виділено £17,5 млн, при цьому кожен регіон отримає грант на £1,275 млн. Зазначено регіони, які отримають вигоду від цієї програми: Великий Манчестер; захід Англії та Корнуолл і острови Сіллі; Норфолк, Саффолк і Кембриджшир; Лестершир, Дербішир і Лінкольншир; Кент, Ессекс; Східний і Західний Сассекс; Північний схід Англії. Джулія Лопес підтвердила під час усної сесії з Комітетом Палати лордів зі зв'язку та цифрових технологій, що цю програму залучать до секторального бачення креативних індустрій після її публікації.

Загалом підтримку використання цифрових технологій у цьому секторі було визначено як пріоритет для уряду Великої Британії. У 2018 р. в «Угоді про сектор творчих індустрій» (Industrial Strategy, 2018) уряд пообіцяв виділити £33 млн на програму інновацій для підтримки креативних індустрій та £39 млн на парт-

нерство між галуззю та науковими установами. Відтоді Департамент цифрових технологій, культури, медіа та спорту фінансує ресурси для посилення цифрових можливостей сектору, наприклад, Digital Culture Network. У звіті «Boundless Creativity» за 2021 р., створеному у співавторстві з Мистецькою та гуманітарною дослідницькою радою, DCMS наголошує на важливості цифрової культури для відновлення сектору після COVID-19. Проекти, де використані новітні технології, є частиною Unboxed UK, серії творчих проєктів, вартістю £120 млн, які відкрилися для британської аудиторії у 2022 р.

Державне фінансування дослідів і розробок у галузі цифрових технологій у секторі креативних індустрій здебільшого надходить від UK Research & Innovation (UKRI). Запроваджено три великі проєкти, що фінансуються UKRI, для розвитку цифрових можливостей та інновацій:

- «Програма кластерів креативних індустрій» (The Creative Industries Clusters Programme): це інвестиції в розмірі £120 млн у 2018–2023 рр. для підтримки інновацій і розвитку сегмента у Великій Британії. Вона фінансує 9 регіональних кластерів, які об'єднують підприємства та дослідників у таких сферах, як цифровий сторітелінг;

- Виклик «Аудиторія майбутнього» (The Audience of the Future Challenge): £39,3 млн інвестицій в інновації в галузі імерсивних технологій, запущені у 2017 р.;

- «На шляху до національної колекції» (Towards a National Collection): інвестиція в розмірі £18,9 млн для створення національної цифрової колекції галерей, бібліотек, архівів і музеїв Великої Британії у 2020–2025 рр.

Також варто зазначити, що дослідження 2021 р., опубліковане Центром політики та доказів креативних індустрій, яке розглядає наслідки цифрового центру COVID-19 у музеях і галереях, виявило, що наявність ІТінфраструктури та цифрової стратегії є перевагою для компаній, які можуть зменшити раптовий тиск на цифрову потужність. Інститути, які на початку пандемії були менш зрілими в цифровому плані, тепер визнають цінність цифрових навичок та інвестують як у підвищення кваліфікації, так і в аутсорсинг у творчому середовищі, де програмне забезпечення та комп'ютерні послуги стали вагомими чинниками процесу технологічної творчості, на які припадає понад 62 % проєктів у Великій Британії (Fiddian, 2022).

В е-публікації Е. Муртаги «Як цифрова трансформація впливає на креативну економіку?» зазначено, що саме івент-технології були визначальним компонентом на початку пандемії та продовжують бути пріоритетними для творчих установ, які бажають охопити ширшу, зокрема і міжнародну, аудиторію. Наприклад, онлайн-вистави в межах ініціативи «Національний театр вдома» значно розширили культурну участь, особливо серед маргіналізованих спільнот. Віртуальні івенти також відкрили безпрецедентні можливості для соціальної діяльності та комунікації серед творчих практиків у Великій Британії, змістивши мислення від лондоцентричної сцени до безлічі як гіперлокальних, так і мультикультурних реалій. Однак, на думку автора, вони неминуче спричинили раптове зростання кіберхакінгу. Хакери зазвичай викрадають списки учасників (включаючи особисті дані та дані кредитної картки, якщо це можливо) та віртуальні конференц-

зали. Деякі атакують з політичних міркувань, наражаючи творчих практиків і бізнес на значний ризик шкоди репутації.

Висновки

Сьогодні креативна економіка переживає час безпрецедентної цифрової трансформації та дизрупції, прискореної цифровим поворотом унаслідок COVID-19. Європейське дослідження технологічних тенденцій у креативних індустріях показало, що креативна економіка наразі знаходиться в авангарді застосування новітніх технологій. Збільшується попит на професіоналів з технологічними та цифровими навичками, здатних швидко розв'язувати проблеми та створювати інноваційні продукти. Багато бізнес-лідерів обирають IT-аутсорсинг і технологічних консультантів, які супроводжуватимуть їх на шляху IT-трансформації та консультуватимуть, як же уникнути пасток швидкої цифрової трансформації.

Підтримка цифрових інновацій у креативних галузях є пріоритетом уряду Великої Британії у XXI ст. Організації та артисти все частіше використовували цифрові технології для залучення аудиторії в інтернеті, особливо через COVID-19, і сьогодні, якщо аналізувати британський кейс, то можна помітити, що ця тенденція лише набирає обертів. Для більшості креативних галузей характерні технологічно детермінований творчий процес і цифровий тип продукції, активне використання імерсивних технологій, штучного інтелекту, токенів тощо. Політичні пріоритети, визначені за допомогою експертів, охоплюють збільшення фінансування цифрових інновацій, боротьбу з різноманітністю секторів і реструктуризацію творчої освіти. Експерти також зазначають, що цифрове мистецтво та культура можуть зробити свій внесок у програму уряду «Leveling Up». Попри це наразі немає остаточної відповіді на всі питання, але переваги відповідального використання цифрових технологій у креативній економіці незаперечні. Тільки час покаже, як креативність і технології можуть розвиватися разом: у такому швидкоплинному ландшафті важливо, щоб креативні бізнес-лідери співпрацювали з технологічними консультантами.

Список посилань

- Build Back Better: our plan for growth. Presented to Parliament by the Chancellor of the Exchequer by Command of Her Majesty.* (2021, March 3). APS Group on behalf of the Controller of Her Majesty's Stationery Office. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6048fd05d3bf7f1d16e263fd/PfG_Final_Web_Accessible_Version.pdf
- Burkacky, O., Deichmann, J., Hepp, D., & Mühlreiter, B. (2018, August 31). *A blueprint for successful digital transformations for automotive suppliers*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/ourinsights/a-blueprint-for-successful-digital-transformations-for-automotive-suppliers>
- Cane, R., & Steinbergs, K. (2022, May 11–13). The role of digital transformation in creative industries companies in regions. In *Economic Science for Rural Development [Conference materials]* (Iss. 56, pp. 424–434). Latvia University of Life Sciences and Technologies.

- Creative businesses across the UK receive funding boost and government backing to spur future growth.* (2022, November 4). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/news/creative-businesses-across-the-uk-receive-funding-boost-and-government-backing-to-spur-future-growth>
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037>
- Fiddian, T. (2022, February 14). *Agile innovation funding is the solution for the UK Creative Industries*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/blog/agile-innovation-funding-is-the-solution-for-the-uk-creative-industries>
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–12. <https://sloanreview.mit.edu/projects/embracingdigital-technology/>
- Furnari, S. (2020). Industry or Field? The Value of the Field Construct to Study Digital Creative Industries. In J. S. Pedersen, B. Slavich, & M. Khaire, (Eds.). *Technology and Creativity. Production, Mediation and Evaluation in the Digital Age* (pp. 63–86). Palgrave Macmillan.
- Harris, G. (2022, February 25). *UK arts 'levelling up' plan—designed to redirect funding outside of London—blasted by city's mayor*. The Art Newspaper. <https://www.theartnewspaper.com/2022/02/25/uk-arts-levelling-up-planned-designed-to-redirect-funding-outside-of-london-blasted-by-citys-mayor>
- Higginbotham, D. (Ed.). (2021). *Overview of the UK's creative arts sector*. Prospects. <https://www.prospects.ac.uk/jobs-and-work-experience/job-sectors/creative-arts-and-design/overview-of-the-creative-arts-sector-in-the-uk>
- Industrial Strategy Creative Industries Sector Deal. (2018, March 28). *HM Government*. <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5aba68f040f0b67d64e21976/creative-industries-sector-deal-print.pdf>
- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192–1210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062>
- Lazić, M. (2023). Digitalization and Creative Industries—Trends and Perspectives. *Proceedings*, 85, 23. <https://doi.org/10.3390/proceedings2023085023>
- Levelling Up the United Kingdom*. (2022, February 2). HM Government. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1052706/Levelling_Up_WP_HRES.pdf
- Lhermitte, M., Perrin, B., & Melbouci, L. (2014). *Creating Growth. Measuring Cultural and Creative Markets in the EU*. Ernst & Young https://www.academia.edu/13352012/Creating_growth_Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU
- Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (2020). *Digital transformation in the cultural and creative industries. Production, consumption and entrepreneurship in the digital and sharing economy*. Routledge.
- Pilege, E., Plota, S., & Pilegis, G. (2020, September 24–26). Impact of digital technologies on development of creative industries. In *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage* [Conference materials] (Vol. 10, pp. 159–172). Institute of Mathematics and Informatics. <https://doi.org/10.55630/dipp.2020.10.11>

- Roche, C., & Izsak, K. (2021). *Advanced technologies for industry - Sectoral watch. Technological trends in the creative industries*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/444418>
- Rudman, H. (2015). *A framework for the transformation of the creative industries in a digital age* [Doctoral Dissertation, Edinburgh Napier University]. <https://www.napier.ac.uk/research-andinnovation/research-search/phds/a-framework-for-the-transformation-of-the-creative-industries-in-a-digitalage>
- Rudman, H., Benyon, D., & Hall, H. (2015, June 10–12). A framework for the transformation of the incumbent creative industries in a digital age. In *Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots* [Proceedings of IFKAD] (pp. 1391–1403). Institute of Knowledge Asset Management. https://www.academia.edu/12928792/A_framework_for_the_transformation_of_the_incumbent_creative_industries_in_a_digital_age
- UNCTAD. (2019). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries*. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>
- van Laar, E., van Deursen, A. J., van Dijk, J. A., & de Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X19300956>
- Voldere, I., Romainville, J.-F., Knotter, S., Durinck, E., Engin, E., Gall, A., Kern, P., Airaghi, E., Pletosu, T., Ranaivoson, H., & Hoelck, K. (2017). *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age: final report*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/868748>
- World Economic Forum. (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy* [White Paper]. https://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

References

- Build Back Better: our plan for growth Presented to Parliament by the Chancellor of the Exchequer by Command of Her Majesty*. (2021, March 3). APS Group on behalf of the Controller of Her Majesty's Stationery Office. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6048fd05d3bf7f1d16e263fd/PfG_Final_Web_Accessible_Version.pdf [in English].
- Burkacky, O., Deichmann, J., Hepp, D., & Mühlreiter, B. (2018, August 31). *A blueprint for successful digital transformations for automotive suppliers*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/ourinsights/a-blueprint-for-successful-digital-transformations-for-automotive-suppliers> [in English].
- Cane, R., & Steinbergs, K. (2022, May 11–13). The role of digital transformation in creative industries companies in regions. In *Economic Science for Rural Development* [Conference materials] (Iss. 56, pp. 424–434). Latvia University of Life Sciences and Technologies [in English].
- Creative businesses across the UK receive funding boost and government backing to spur future growth*. (2022, November 4). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/news/>

- creative-businesses-across-the-uk-receive-funding-boost-and-government-backing-to-spur-future-growth [in English].
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037> [in English].
- Fiddian, T. (2022, February 14). *Agile innovation funding is the solution for the UK Creative Industries*. Creative Industries Policy and Evidence Centre. <https://pec.ac.uk/blog/agile-innovation-funding-is-the-solution-for-the-uk-creative-industries> [in English].
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–12. <https://sloanreview.mit.edu/projects/embracingdigitaltechnology/> [in English].
- Furnari, S. (2020). Industry or Field? The Value of the Field Construct to Study Digital Creative Industries. In J. S. Pedersen, B. Slavich, & M. Khaire, (Eds.). *Technology and Creativity. Production, Mediation and Evaluation in the Digital Age* (pp. 63–86). Palgrave Macmillan [in English].
- Harris, G. (2022, February 25). *UK arts 'levelling up' plan—designed to redirect funding outside of London—blasted by city's mayor*. The Art Newspaper. <https://www.theartnewspaper.com/2022/02/25/uk-arts-levelling-up-plan-designed-to-redirect-funding-outside-of-london-blasted-by-citys-mayor> [in English].
- Higginbotham, D. (Ed.). (2021). *Overview of the UK's creative arts sector*. Prospects. <https://www.prospects.ac.uk/jobs-and-work-experience/job-sectors/creative-arts-and-design/overview-of-the-creative-arts-sector-in-the-uk> [in English].
- Industrial Strategy Creative Industries Sector Deal. (2018, March 28). *HM Government*. <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5aba68f040f0b67d64e21976/creative-industries-sector-deal-print.pdf> [in English].
- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192–1210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062> [in English].
- Lazić, M. (2023). Digitalization and Creative Industries—Trends and Perspectives. *Proceedings*, 85, 23. <https://doi.org/10.3390/proceedings2023085023> [in English].
- Levelling Up the United Kingdom*. (2022, February 2). HM Government. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1052706/Levelling_Up_WP_HRES.pdf [in English].
- Lhermitte, M., Perrin, B., & Melbouci, L. (2014). *Creating Growth. Measuring Cultural and Creative Markets in the EU*. Ernst & Young https://www.academia.edu/13352012/Creating_growth_Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU [in English].
- Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (2020). *Digital transformation in the cultural and creative industries. Production, consumption and entrepreneurship in the digital and sharing economy*. Routledge [in English].
- Pilege, E., Plota, S., & Pilegis, G. (2020, September 24–26). Impact of digital technologies on development of creative industries. In *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage* [Conference materials] (Vol. 10, pp. 159–172). Institute of Mathematics and Informatics. <https://doi.org/10.55630/dipp.2020.10.11> [in English].

- Roche, C., & Izsak, K. (2021). *Advanced technologies for industry - Sectoral watch. Technological trends in the creative industries*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/444418> [in English].
- Rudman, H. (2015). *A framework for the transformation of the creative industries in a digital age* [Doctoral Dissertation, Edinburgh Napier University]. <https://www.napier.ac.uk/research-andinnovation/research-search/phds/a-framework-for-the-transformation-of-the-creative-industries-in-a-digitalage> [in English].
- Rudman, H., Benyon, D., & Hall, H. (2015, June 10–12). A framework for the transformation of the incumbent creative industries in a digital age. In *Culture, Innovation and Entrepreneurship: Connecting the Knowledge Dots* [Proceedings of IFKAD] (pp. 1391–1403). Institute of Knowledge Asset Management. https://www.academia.edu/12928792/A_framework_for_the_transformation_of_the_incumbent_creative_industries_in_a_digital_age [in English].
- UNCTAD. (2019). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries*. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries> [in English].
- van Laar, E., van Deursen, A. J., van Dijk, J. A., & de Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X19300956> [in English].
- Voldere, I., Romainville, J.-F., Knotter, S., Durinck, E., Engin, E., Gall, A., Kern, P., Airaghi, E., Pletosu, T., Ranaivoson, H., & Hoelck, K. (2017). *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age: final report*. European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/868748> [in English].
- World Economic Forum. (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy* [White Paper]. https://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf [in English].

▪ DIGITAL TRANSFORMATION OF THE CREATIVE INDUSTRIES: BRITISH CASE

▪ Oksana Oliinyk

▪ *PhD in Cultural Studies, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-4687-2408
e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net*

The aim of the article is to study the experience of the British case of digital transformation of the creative industries sector and to outline further prospects for its development, taking into account programme documents and recent trends in this area. *Results of the research.* The article highlights the main segments of the British case of the creative industries sector digital transformation — normative and legislative, political, technological, and cultural. It

is proved that the active phase of digital transformation has begun during the COVID and post-COVID periods, and digital transformation itself is not just the use of technology but the transformation of organisational culture and many business models and processes that play a crucial role in the national development and planning of cultural policy in the UK at the present stage. *Scientific novelty* lies in the fact that, for the first time, the peculiarities of the British case of the creative industries' digital transformation are studied in a broader cultural context with a focus on the current stage. *Conclusions*. In the first quarter of the 21st century, the creative economy is undergoing an unprecedented digital transformation, accelerated by the digital shift caused by the impact of the COVID-19 pandemic. Great Britain remains one of the digital transformation leaders in the industry, generating "industry visions" that are picked up by other countries and trying to secure this status. Three major projects have been initiated: "The Creative Industries Clusters Programme", "The Audience of the Future Challenge" and "Towards a National Collection". Most of the country's creative industries are characterised by a technologically determined creative process and a digital type of product, active use of immersive technologies, artificial intelligence, tokens, etc. The political priorities identified with the support of experts include increasing funding for digital innovation, tackling sectoral diversity and restructuring creative education.

■ **Keywords:** Great Britain; creative industries; digital transformation; digital technologies; COVID-19; innovations; creative development programmes and projects



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.