

## КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕНЬ ТА ДИНАМІКА ЇХ ВЖИТТЯ

### CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES: THE PROBLEM OF DEFINITIONS AND THE DYNAMICS OF THEIR USE

Дорошенко О.Ф., к.ю.н., старший дослідник,  
директор

*Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності  
Національної академії правових наук України*

Федорова Н.В., к.ю.н.,  
вчений секретар

*Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності  
Національної академії правових наук України*

Петренко В.О., д.т.н., професор,  
заслужений діяч науки і техніки України, академік Академії наук вищої школи України,  
завідувач кафедри інтелектуальної власності та управління проектами  
*Український державний університет науки і технологій*

Дорошко Г.К., к.т.н., доцент,  
заступник директора

*Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності  
Національної академії правових наук України*

Стаття присвячена розгляду таких понять, як «культурні індустрії» та «креативні індустрії». Зазначається, що термінологічний апарат є багатограним і складним у своїй інтерпретації. Оскільки, деякі науковці використовують терміни «культурні індустрії» та «креативні індустрії» як синонімічні, вважаючи їх взаємозамінними у контексті досліджень і практики. Водночас, інші фахівці розглядають ці терміни як протилежні концепти, що відрізняються за своєю суттю і функціональним призначенням, що відображає різні аспекти їхнього впливу на економіку та культуру. Вивчається кластеризоване трактування культурних та креативних індустрій (cultural and creative industries CCI), в якому термін «культурні індустрії» підкреслює саме культурну спадщину в якій елементи творчої діяльності ґрунтуються на традиціях і мистецтві а «креативні індустрії» - це галузі, що створюють функціональні речі з культурним виміром. Також аналізується трактування понять культурних та креативних індустрій надане Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО).

Зазначається, що «культурні індустрії» є вузьким поняттям, оскільки до культурних індустрій відносяться ті галузі, в яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, а «креативні індустрії» представляють ширший спектр творчої діяльності, в якому культурні індустрії є складовим елементом.

Досліджується динаміка вжиття поняття «креативні індустрії» у різних країнах, таких як: Британія, США, Швеція, Данія, Норвегія, Фінляндія, Ісландія, Австралія, Нова Зеландія, Китай, Бельгія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Франція, ФРН, Греція, Іспанія, Португалія, Австрія, Естонія, Латвія, Литва, Мальта, Польща, Словаччина, Словенія, Чехія, Болгарія, Румунія, Хорватія, Угорщина. Підкреслюється факт застосування неоднакового найменування креативних індустрій у цих країнах. Оскільки, поряд із терміном «креативні індустрії» співіснують й інші його варіації.

Акцентується увага на тому, що у нормативно-правових актах України визначення терміну «креативні індустрії» має виключно економічні характеристики і не охоплює результати креативної діяльності, а також інтелектуальну власність. Обґрунтовується доцільність доповнення визначення терміну «креативні індустрії».

**Ключові слова:** культурні індустрії, креативні індустрії, інновації, інтелектуальна власність, індустрія розваг.

The article is devoted to consideration of such concepts as "cultural industries" and "creative industries". It is noted that the terminological apparatus is multifaceted and complex in its interpretation. Because some scholars use the terms "cultural industries" and "creative industries" as synonymous, considering them interchangeable in the context of research and practice. At the same time, other specialists consider these terms as opposite concepts, differing in their essence and functional purpose, which reflects different aspects of their impact on the economy and culture. The clustered interpretation of cultural and creative industries CCI is studied, in which the term "cultural industries" emphasises cultural heritage in which elements of creative activity are based on traditions and art, and "creative industries" are industries that create functional things with a cultural dimension. The article also analyses the interpretation of the concepts of cultural and creative industries provided by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO).

It is noted that "cultural industries" is a narrower concept, since cultural industries include those sectors in which production and commercial activities of creative content of intangible and cultural nature are carried out, and "creative industries" represent a wider range of creative activities in which cultural industries are an integral part.

The dynamics of the use of the concept of "creative industries" in different countries, such as: Britain, the USA, Sweden, Denmark, Norway, Finland, Iceland, Australia, New Zealand, China, Belgium, Italy, Luxembourg, the Netherlands, France, Germany, Greece, Spain, Portugal, Austria, Estonia, Latvia, Lithuania, Malta, Poland, Slovakia, Slovenia, the Czech Republic, Bulgaria, Romania, Croatia, and Hungary. The article emphasises the fact that these countries use different names for creative industries. This is because other variations of the term "creative industries" coexist alongside the term "creative industries".

The author emphasises that the definition of the term "creative industries" in Ukrainian legal acts has exclusively economic characteristics and does not cover the results of creative activity and intellectual property. The author substantiates the expediency of supplementing the definition of the term "creative industries".

**Key words:** cultural industries, creative industries, innovation, intellectual property, entertainment industry.

Сучасна економіка будується тими, хто використовує уяву, творчу енергію та знання для створення нових ідей та цінностей. Відповідно успіх часто залежить від синер-

гії творчості, підприємництва та технологічних інновацій. На сьогоднішній день креативність є однією з основних рушійних сил економіки. Вона виступає ключовим фак-

тором для розвитку підприємств, чия діяльність базується на інтелектуальній власності та людському капіталі.

Креативність (лат. creatio створення) це творча, новаторська діяльність [1]. З наукової точки зору «креативність розглядається як складне, багатопланове, неоднорідне явище, що виражається через генерування нових та корисних ідей» [2, с. 297]. Саме усвідомлення сутності креативності стало важливим фактором для прогресу як окремих осіб, так і суспільства в цілому.

Культурні індустрії та креативне підприємництво – це відносно нові поняття в українському контексті, проте не нові явища. Поняття «культурна індустрія» вперше застосували ще у 1947 р. німецькі філософи – представники франкфуртської школи Макс Хоркхаймер і Теодор Адорно в спільній праці «Діалектика просвітництва». Філософи означили цим терміном феномен, який вперше побачили на території Сполучених Штатів Америки – суто комерційне культурне виробництво [3].

Вперше термін «креативні індустрії» застосував уряд Австралії у звіті «Креативна нація», який був опублікований у 1994 р. [4]. Однак, першою країною, яка отримала досвід позитивного впливу на економіку внаслідок взаємодії креативності і бізнес діяльності, стала Велика Британія.

У Великій Британії поняття «креативні індустрії» було офіційно закріплено в 2001 році в урядовому аналітичному документі під назвою «Креативні індустрії». В цьому документі вказується, що до креативних індустрій відносяться «галузі промисловості, що ґрунтуються на індивідуальних творчих здібностях, навичках і талантах, і які мають потенціал для збільшення національного багатства та створення нових робочих місць шляхом генерації і використання об'єктів інтелектуальної власності» [5, с. 5].

За словами Міністра культури, ЗМІ і спорту Великої Британії Джона Вітгінгдейла, «креативний сектор Британії можна вважати уособленням успіху. Саме тому уряд має намір зробити все від нього залежне, щоб створити умови для подальшого його розвитку та затвердити нову стратегію розвитку до 2030 року» [6].

Тож, Великобританія стала першою країною, яка заявила про підтримку креативних індустрій на державному рівні. Її досвід застосовують й інші європейські країни, країни Америки та Південно-Східної Азії. В останні роки в цій сфері успішно проявили себе Китай, країни Прибалтики та Латинської Америки. У 2007 році Міністерство культури Литовської Республіки впровадило визначення креативних індустрій, яке базується на британській моделі. Згідно з цим визначенням, креативні індустрії характеризуються як «економічна діяльність, що ґрунтується на індивідуальних навичках і талантах, і орієнтована на створення об'єктів інтелектуальної власності, що сприяє підвищенню національного багатства та створенню нових робочих місць». [7, с. 92].

Саме розуміння креативних індустрій як соціального, економічного, юридичного і політичного явища створює підґрунтя для їх повноцінного визначення. Під креативними індустріями розуміють «спектр господарської діяльності, що стосується виробництва й експлуатації знань та інформації» [8, с. 32]. Однак, повною мірою сутність креативних індустрій розкривається британським Департаментом культури, медіа та спорту, який у 1998 р. запропонував розглядати креативні індустрії як ті галузі економіки, котрі ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланті, що мають потенціал для створення доданої вартості і нових робочих місць шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності [9]. Цю дефініцію широко прийняли й інші країни світу.

Британський Департамент культури, медіа та спорту створив власну модель класифікації креативних індустрій (DCMS UK Department for Culture Media and Sport), згідно

якого креативні індустрії включають тринадцять підсекторів (реклама; архітектура; ринок мистецтва та антикваріату; ремесла; дизайн; дизайнерська мода; кіно та відео; інтерактивне програмне забезпечення для дозвілля; музика; виконавське мистецтво; видавнича справа; програмне забезпечення та комп'ютерні ігри; телебачення та радіо) [10]. Країни Європейського Союзу також застосовують цю класифікацію, так як вона є доволі простою, зрозумілою і зручною в користуванні, що зробило її базовою. Креативні індустрії охоплюють повний цикл від появи ідеї (створення креативних замислів і проєктів) і реалізації задуму, до виробництва (створення придатних для комерційної реалізації продуктів), розподілу та перерозподілу товарів та послуг (циркуляція продуктів шляхом трансляцій, записів, кінопоказів тощо), заснованих на інтелектуальній власності [11, с. 23].

Проте, проаналізувавши відкриті джерела стає очевидним факт застосування неоднакового найменування креативних індустрій у різних регіонах. Поряд із терміном «креативні індустрії» співіснують й інші його варіації. В США крім терміну «креативні індустрії» використовується термін «індустрія розваг і медіа», оскільки «таким терміном позначається як аматорський, так і професійний бізнес, що пов'язаний лише з продукуванням і розповсюдженням мистецтва» [12, с. 366].

У Скандинавських країнах (Швеція, Данія, Норвегія, Фінляндія, Ісландія) використовуються терміни: культурні індустрії, креативна культура і креативні індустрії [13, с. 68].

Австралія та Нова Зеландія використовують класифікацію Великої Британії, яка заснована на бізнес моделі креативних індустрій, «суттю якої є успішна комерціалізація тієї чи іншої ідеї, що містить виразну, унікальну цінність, яка визначається як додаток до наявних знань або емоційного досвіду, незалежно від того, виражена ця цінність в новій комп'ютерній грі, новій інтерпретації класики в театральній постановці чи дизайні автомобіля» [14, с. 31].

У Китаї застосовується термін «креативні індустрії». Розвиток цих індустрій у країні сприяє інтенсифікації технологічного прогресу та інновацій, розвитку людських ресурсів, підвищенню підприємницького потенціалу, посиленню конкуренції та підвищенню мобільності населення [15, с. 76].

У країнах Європейського Союзу, зокрема в Бельгії, Італії, Люксембурзі, Нідерландах, Франції, Німеччині, Греції, Іспанії, Португалії, Австрії, Естонії, Латвії, Литві, Мальті, Польщі, Словаччині, Словенії, Чехії, Болгарії, Румунії, Хорватії та Угорщині, використовуються терміни «культурні індустрії» та «креативні індустрії» [16, с. 480–482].

Важливо відзначити, що спроби оптимізації та стратегічного вдосконалення культурної політики відбуваються на фоні дебатів щодо відмінностей і різних інтерпретацій концептів «культурні індустрії» та «креативні індустрії», а також їхнього впливу, пріоритетів і культурних переваг. Як зазначає Петрова В. І. у своєму науковому дослідженні, «культурний простір представлений різними гравцями, такими як науковці, громадські організації, урядовці, політики, представники міжнародних корпорацій, митці та інші. Кожен з них має свої інтереси, уявлення, публічну платформу для презентацій та цільову аудиторію. Отже, не дивно, що термінологічний апарат, який використовується для опису цих концепцій, варіюється: деякі дослідники вважають поняття «культурні індустрії» і «креативні індустрії» синонімічними, в той час як інші розглядають їх як протилежні, акцентуючи увагу на комерційних або креативних аспектах як основних розбіжностях» [17, с. 65].

Базуючись на кластеризованому трактуванні креативних індустрій (cultural and creative industries CCIs) [18], країни ЄС до культурного сектору включають індустріальний підсектор (продукція зорієнтована на масове від-

творення та споживання, включаючи експорт) та неіндустріальний підсектор (продукція споживається в момент відтворення і не може експортуватися). Сам термін «культурні індустрії» підкреслює культурну спадщину Європи та елементи її творчої діяльності, які ґрунтуються на традиціях і мистецтві. Креативні індустрії це галузі, що створюють функціональні речі з культурним виміром: архітектура і дизайн, включаючи графічний дизайн, дизайн для модної індустрії і реклама [19, с. 10].

Отже, в самому понятті «креативні індустрії» робиться акцент на індивідуальному творчому таланті й інноваціях, а також використанні інтелектуальної власності.

У свою чергу відмінність між цими поняттями пояснює Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО): «до культурних індустрій відносяться ті галузі, в яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, а креативні індустрії представляють ширший спектр творчої діяльності, в якому культурні індустрії є складовим елементом» [20, с. 5–6].

Слід зауважити, що поняття «культурні індустрії» є суттєво вужчим за інше, широко використовуване в наукових та інституційно-урядових контекстах поняття – «креативні індустрії».

Креативна діяльність, як правило, спрямована на інноваційно-технологічне виробництво продукту. Основною метою

цієї діяльності є максимізація прибутку. Проте, слід зазначити, що така бізнес-діяльність може також мати соціальну орієнтацію; наприклад, корпорація Google є прикладом компанії, яка не лише генерує прибуток, але і використовується як ресурс для реалізації соціокультурних проєктів. [21, с. 76].

Також варто акцентувати увагу на понятті «креативні індустрії», що є визначеним у Законі України «Про культуру»: «креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [22].

**Висновки.** Відповідно до вище проаналізованих джерел стає очевидним, що в основі розвитку креативних індустрій визначну роль відіграють таланти та вміння. В нормативно-правових актах України визначення терміну «креативні індустрії» має виключно економічні характеристики і не охоплює результати креативної діяльності, а також інтелектуальну власність. Основна увага в нашому законодавстві акцентується на економічний результат.

На нашу думку, визначення терміну «креативні індустрії» слід доповнити наступним чином: «креативні індустрії» – види економічної діяльності, котрі ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланті, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови/ за наук. ред. В. Г. Бусел. Київ: Перун, 2005. 1728 с.
2. Anderson N., Potočnik K. Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*. 2014. № 40. P. 297–304.
3. Horkheimer M. *Dialectic of Enlightenment* / Max Horkheimer and Theodor W. Adorno. New York: Herder & Herder. 1972, p. 144.
4. Australia. Creative nation: Commonwealth cultural policy (Canberra: Department of Communications and the Arts of 1994). URL: <https://catalogue.nla.gov.au/catalog/1948332> (дата звернення: 06.08.2024).
5. Creative Industries Mapping (2001). URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf). (дата звернення: 06.08.2024).
6. U.K. Minister John Whittingdale Sets Out 63 Billion Vision for Creative Industry Crown: «You Don't Have to Leave Where You Live to Get the Job You Want» (2023). URL: <https://variety.com/2023/film/global/john-whittingdale-uk-creative-industry-growth-plans-1235642572/> (дата звернення: 07.08.2024).
7. Daubaraitė U., Startiene G. The Role of Creative Industries in Economic Development of Lithuania and Latvia. *Eurasian Studies in Business and Economics*, 2016. P. 91–103.
8. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books, 2001. 288 p.
9. UK Department for Culture, Media and Sport (DCMS). *Creative Industries Mapping Document (1998)* URL: <http://www.creativitycultureeducation.org/creative-industries-mapping-document-1998> (дата звернення: 06.08.2024).
10. United Kingdom: Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS) Sector Economic Estimates Methodology of September 15, 2019). URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/829114/DCMS\\_Sectors\\_Economic\\_Estimates\\_-\\_Methodology.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/829114/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_-_Methodology.pdf) (дата звернення: 08.08.2024).
11. Бутнік-Сіверський О. Б. Становлення цифрової економіки у сфері індустрії креативної економіки України з позиції інтелектуальної власності: *матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Київ, 19.05.2023 р.) ел. збірник/ КНУ імені Т. Шевченка, НДІ інтелектуальної власності НАПрН України. Київ : Інтерсервіс, 2023. С. 23–27.
12. Cunningham S. D. Trojan Horse or Rorschach Blot? Creative industries discourse around the world. *International Journal of Cultural Policy*. 2009. № 15(4). P. 375–386.
13. Masalin H. Mapping of Nordic Creative and Cultural Industries: Financial Environment. Nordic Council of Ministers. Sweden. 2015. URL: <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:843187/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення: 08.08.2024).
14. Andrews G. *The creative sector in New Zealand: mapping and economic role: report to New Zealand Trade and Enterprise*. New Zealand Institute of Economic Research. New Zealand. 2021. URL: <https://eprints.qut.edu.au/216074/1/31133.pdf> (дата звернення: 05.08.2024).
15. Небава М., Янань Лі. Порівняльний аналіз розвитку та функціонування креативних індустрій в Україні та Китаї. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. С. 75–81.
16. Dronyuk I., Moiseienko I., Gregus J. Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries. *Procedia Computer Science*. 2019. № 16. P. 479–484.
17. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*. 2022. № 39. С. 63–77.
18. The EU Industrial Strategy. Cultural and Creative Industries (2021). URL: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en) (дата звернення: 09.08.2024).
19. Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (European Commission), KEA European Affairs (2018). URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cd264783-3977-11e9-8d04-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-119795248> (дата звернення: 09.08.2024).
20. United Nations UNCTAD. *Creative Economy: A Feasible Development Option* (2010). URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення: 09.08.2024).
21. Пархоменко І. Поняття «культурні» та «креативні індустрії» в західноєвропейському науковому дискурсі та урядово-інституційних практиках Великобританії та Європейського Союзу. *Українські культурологічні студії*. 2017. № 1. С. 74–78.
22. Про культуру: Закон України від 21 вересня 2023 р. № 3120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 09.08.2024).