



КЛАСИФІКАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ПІДХОДИ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ, ЄВРОПИ, АЗІЇ, США ТА УКРАЇНИ

Надія Федорова

*кандидат юридичних наук,
старший науковий співробітник сектору розпорядження авторськими
та суміжними правами відділу авторського права і суміжних прав
НДІ інтелектуальної власності НАПрН України
ORCID: 0000-0001-5490-1259*

У статті розглядаються поняття «культурні індустрії» та «креативні індустрії», аналізується динаміка їх вжиття у різних регіонах. Вивчаються різні моделі класифікації креативних індустрій, що сформовані на основі досліджень міжнародних організацій і країн, які визначають структуру креативних індустрій. Акцентується увага на тому, що вітчизняний підхід до класифікації креативних індустрій відрізняється від зарубіжних моделей. Наголошується й на спільних рисах для всіх розглянутих моделей, що визначають структуру креативних індустрій. Обґрунтовується доцільність доповнення визначення терміна «креативні індустрії».

Ключові слова: структура креативних індустрій, інновації, інтелектуальна власність, креативна продукція

Постановка проблеми. Креативні індустрії — динамічна галузь світової економіки. Уряди розвинених держав уже віддали належне місце креативним індустріям як сучасному засобу підвищення конкурентоспроможності підприємств та підкреслення національної ідентичності. Саме тому в цьому дослідженні зосереджено увагу на відмінностях у підходах до розуміння креативних індустрій та відсутності єдиного підходу. Аналіз спільних та відмінних ознак креативних індустрій у підходах міжнародних організацій та зарубіжних країн може бути корисним для України, оскільки креативні індустрії — відносно нове поняття у вітчизняному законодавстві.

Літературний огляд дає можливість узагальнити, що динаміка сучасних наукових пошуків відзначається дослідженням широкого спектру питань, що стосуються креативних індустрій. Економічний зміст креативних індустрій вивчають О. Бутнік-Сіверський, Ю. Борко, І. Міщенко., Н. Столярчук, І. Волошан. Культурологічний зміст креативних індустрій розглядають М. Проскуріна, В. Петрова. Увагу на інтелектуальній власності в креативних індустріях у своїх дослідженнях зосереджують А. Штефан, О. Дорошенко, В. Троцька, О. Орлюк, О. Улітіна.

Загалом позитивно оцінюючи наукові напрацювання, зауважу, що більшість досліджень, пов'язаних з креативними індустріями, акцентують увагу на економічному змісті, на тому, що вони виступають основою для розвитку креативної економіки. Порівняльних досліджень у галузі права інтелектуальної власності проведено недостатньо, саме тому

це дослідження фокусується на порівняльному аналізі вітчизняного та міжнародних підходів до визначення і класифікації креативних індустрій, що дасть змогу виявити спільні риси вказаних індустрій та визначити їх структуру.

Отож, вважаю за доцільне вказати, що **метою дослідження** є саме аналіз спільних та відмінних ознак у визначеннях, підходах до класифікації креативних індустрій міжнародними організаціями, країн Європи, Азії, США та України, виявлення переваг та недоліків вітчизняного визначення поняття «креативні індустрії».

Виклад основного матеріалу. На сьогодні креативність є однією з рушійних сил економіки. Вона стала визначальним стимулом розвитку підприємців, основу роботи яких становить інтелектуальна власність та людський капітал.

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 розуміння природи креативності вже є важливим чинником для розвитку людини та суспільства в цілому.

Уперше термін «креативні індустрії» застосував уряд Австралії у звіті «Креативна нація», опублікованому в 1994 році [3]. Однак першою країною, яка отримала досвід позитивного впливу на економіку в результаті взаємодії креативності та бізнес-діяльності, стала Велика Британія.

У Великій Британії поняття «креативні індустрії» було закріплене у 2001 році в урядовому аналітичному документі «Креативні індустрії», у якому зазначено, що до цих індустрій належать «ті галузі промисловості, які базуються на індивідуальній творчості, навичках і талантах та які мають потенціал для підвищення рівня багатства і появи нових місць роботи завдяки створенню та використанню об'єктів права інтелектуальної власності» [4, с. 5].

За словами Міністра культури, ЗМІ і спорту Великої Британії Джона Вітінгдейла, «креативний сектор Британії можна вважати уособленням успіху. Саме тому уряд має намір зробити все від нього залежне, щоб створити умови для подальшого розвитку креативного сектору, затвердивши нову стратегію розвитку до 2030 року» [5].

Отож Велика Британія 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. Останніми роками в цій сфері успішно проявили себе Китай, країни Балтії та Латинської Америки. Так, Міністерство культури Литовської Республіки представило у 2007 році визначення креативних індустрій, засноване на британському варіанті, що розглядає ці індустрії як «економічну діяльність, засновану на індивідуальних навичках і талантах та спрямовану на створення об'єктів інтелектуальної власності, підвищення рівня багатства та появу нових робочих місць» [6, 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» [7, с. 32]. Однак повною мірою сутність креативних індустрій розкривається британським Департаментом культури, медіа та спорту, який у 1998 році запропонував розглядати креативні індустрії як ті галузі економіки, які ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності й таланті, що мають потенціал для створення доданої вартості, нових робочих місць шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності [8]. 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 з якою 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) [9]. Саме цю класифікацію застосовує більшість країн-членів Європейського Союзу, оскільки вона є доволі простою, зрозумілою і зручною в користуванні, що зробило її базовою. Креативні індустрії охоплюють повний цикл від появи ідеї (створення креативних замислів та проєктів) і реалізації задуму до виробництва (створення придатних для комерційної реалізації продуктів), розподілу і перерозподілу товарів та послуг (циркуляція продуктів шляхом трансляцій, записів, кінопоказів тощо), заснованих на інтелектуальній власності [10, с. 23].

Однак аналіз відкритих джерел підтверджує факт застосування неоднакового найменування креативних індустрій у різних регіонах. Поряд з терміном «креативні індустрії» послуговуються й іншими його варіаціями. Так, у США 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» [11, с. 366].

У Скандинавських країнах (Швеція, Данія, Норвегія, Фінляндія, Ісландія) використовують терміни «культурні індустрії», «креативна культура і креативні індустрії» [12, с. 68].

У Австралії та Новій Зеландії дотримуються Британської стратегії розвитку креативних індустрій, а саме в акценті на бізнес моделі креативних індустрій, «суттю якої є успішна комерціалізація тієї чи іншої ідеї, що містить виразну, унікальну цінність, що визначається як додаток до наявних знань або емоційного досвіду, незалежно від того, виражена ця цінність у новій комп'ютерній грі, новій інтерпретації класики в театральній постановці чи дизайні автомобіля» [13, с. 31].

У Китаї використовується термін «креативні індустрії». Саме розвиток креативних індустрій у цій країні забезпечує інтенсифікацію розвитку технології та інновацій, людських ресурсів, підприємницького потенціалу, конкуренції та мобільності населення [14, с. 76].

У країнах Європейського Союзу: Бельгії, Італії, Люксембурзі, Нідерландах, Франції, ФРН, Греції, Іспанії, Португалії, Австрії, Естонії, Латвії, Литві, Мальті, Польщі, Словаччині, Словенії, Чехії, Болгарії, Румунії, Хорватії, Угорщині, вживається термін «культурні і креативні індустрії» [15, с. 480–482].

Прикметно, що спроби оптимізації та стратегічно зваженої культурної політики здійснюються на фоні дебатів про відмінність і двочитання концептів «культурні індустрії» та «креативні індустрії», меж їхнього впливу, пріоритетів та преференцій культури, про що зазначає у своєму науковому дослідженні В. Петрова. «Оскільки культурний простір презентується різними гравцями (науковою спільнотою, громадськими організаціями, урядовцями, політичними діячами, представниками міжнародних корпорацій, митцями тощо), кожен учасник дискусії характеризується своїми інтересами та баченнями, публічною сценою, відповідною цільовою аудиторією. Тож не дивно, що й застосований поняттєво-термінологічний апарат відмінний: дехто використовує поняття «культурні індустрії» та «креативні індустрії» як синонімічні, дехто — як опозиційні, ставлячи в основу головних розбіжностей комерційний або ж креативний аспект» [16, с. 65].

Базуючись на кластеризованому трактуванні креативних індустрій (cultural and creative industries CCIs) [17], країни ЄС до культурного сектору включають індустріальний підсектор (продукція зорієнтована на масове відтворення 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 тра-

диціях і мистецтві. Креативні індустрії — це галузі, що створюють функціональні речі з культурним виміром: архітектура і дизайн, включаючи графічний дизайн, дизайн для модної індустрії та реклама [18, с. 10].

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

Відмінність між цими поняттями пояснює Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО): «До культурних індустрій належать ті галузі, у яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, а креативні індустрії представляють ширший спектр творчої діяльності, у якому культурні індустрії є складовим елементом» [19, с. 5–6].

Отже, зауважу, що поняття «культурні індустрії» по суті є вужчим за інше, не менш вживане в науковому та інституційно-урядовому вимірі поняття «креативні індустрії».

Креативна діяльність провадиться переважно з метою інноваційно-технологічного виробництва продукту, що передбачає максимізацію прибутку, хоча, безумовно, такий «бізнес може бути соціально орієнтованим (наприклад, корпорація Google) та слугувати ресурсом для втілення соціокультурних проєктів» [20, с. 76].

У фаховій літературі представлено чимало моделей, які визначають структуру креативних індустрій і ті сфери діяльності, що належать до креативних. Утім дослідження, здійснені різними міжнародними організаціями і країнами, розглядають не одну й ту саму кількість секторів креативних індустрій та застосовують не однакові системи групування.

Так, модель конвенції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) є найбільш поширеною у світі [21]. В її основу покладено чотири групи індустрій, кожна з яких включає дві підгрупи креативних індустрій:

- культурна спадщина (1) традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі; 2) культурні пам'ятки: бібліотеки, археологічні пам'ятки, музеї, виставки);
- мистецтво (1) образотворче мистецтво: живопис, скульптура, антикваріат, фотографія; 2) виконавче мистецтво: музика, драматичне мистецтво, танці, опера, цирк);
- медіа (1) аудіовізуальні твори: кінематограф, телебачення, радіомовлення; 2) нові медіа: програмне забезпечення, відеоігри тощо);
- функціональний креатив (1) дизайн: мода, графіка, дизайн інтер'єру, іграшок і аксесуарів; 2) креативні послуги: культурні та цифрові послуги, рекламна діяльність, креативні дослідження).

Сутність цього поділу креативних індустрій полягає, насамперед, у врахуванні таких факторів, як: рівень артистичності, символічна форма продукції, рівень залучення технологій та захист прав інтелектуальної власності. Згідно з доповіддю ЮНКТАД «до категорії креативних послуг також належать: послуги, пов'язані з оформленням роаялті, патентів, ліцензій; дослідницька діяльність; архітектура; рекреаційні послуги, пов'язані з культурою і туризмом» [22].

Модель класифікації креативних індустрій ЮНЕСКО спрямована на підтримання і розвиток таких сфер, як освіта, наука і культура. Вона ділить креативні індустрії лише на дві основні підгрупи. До першої належать індустрії в ключових культурних галузях (музеї, галереї, бібліотеки, виконавче мистецтво, фестивалі, образотворче мистецтво, дизайн, видавництво, телерадіомовлення, відео і кінематографія, фотографія, інтерактивні медіа) — тобто ті сектори, продукція яких є результатом безпосередньої креативної та культурної діяльності. До другої ж підгрупи входять індустрії в розширених культурних галузях (виробництво музичних інструментів і звукового обладнання, архітектура, реклама, поліграфічне обладнання, програмне забезпечення, аудіо та відео апаратне забезпечення) — тобто ті, що відображають посередній результат креативності та культурної діяльності [23, с. 21].

Європейською комісією у процесі класифікації креативних індустрій використовується модель концентричних кіл Д. Тросбі, у якій «належність до креативних індустрій визначається на основі концентрації креативної цінності продукту (товарів) чи послуг, які її представляють». Відповідно до цієї моделі виділяють: основні креативні індустрії (література, музика, виконавче мистецтво, візуальне мистецтво); основні культурні індустрії (кіноіндустрія, музеї, бібліотеки); інші культурні індустрії (культурна спадщина, видавнича справа, звукозапис, телерадіомовлення); суміжні індустрії (реклама, архітектура, дизайн, мода) [24, с. 150]. Водночас країни-члени Європейського Союзу можуть проводити власну класифікацію.

Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності зосереджується на тих галузях, у яких виробляється й розповсюджується продукція креативного характеру, що може бути захищена авторським правом. У цій моделі виділяють чотири групи індустрій: копірайтингові індустрії (відео та кінематографія, музика, виконавче мистецтво, живопис, видавнича справа, програмне забезпечення, телерадіомовлення, реклама, візуальне і графічне мистецтво); взаємозалежні індустрії (цифрові технології, побутова електроніка, музичні інструменти, публікації, мистецтво, фотографії); індустрії, які частково захищаються авторським правом (архітектура, легка промисловість, проектування, мода, побутові товари, іграшки); індустрії загального призначення (оптова і роздрібна торгівля, Інтернет та інші комунікаційні мережі) — головним завданням цих індустрій є підтримка реалізації креативної продукції [25, с. 128].

Узявши до уваги класифікації креативних індустрій міжнародними організаціями, багато країн отримало власні напрацювання стосовно виділення підгруп у межах цього сектору.

Доволі цікавою є Сінгапурська модель класифікації креативних індустрій, що ґрунтується на цінностях, менталітеті та культурних особливостях країн Азії. Ця модель виділяє три типи індустрій, включаючи мистецтво і культуру (сценічне й образотворче мистецтво, література, фотографія, творче ремесло, галереї, бібліотеки, театри, музеї, архіви, аукціони, об'єкти культурної спадщини, фестивалі), дизайн (реклама, архітектура, веб та програмне забезпечення, графіка, мода, внутрішні й зовнішні комунікації) та медіа (телерадіомовлення, цифрові ЗМІ, програмне забезпечення і комп'ютерні послуги, кінематограф і відеоіндустрія, музика і поліграфія) [26, с. 9].

Японська модель класифікації креативних індустрій чітко розділяє креативні індустрії за двома сферами діяльності: послуги (реклама, архітектура, сценічне мистецтво, дизайн, мистецтво, кінематограф, музика, відео, телерадіомовлення, видавнича справа, послуги, пов'язані з комп'ютерними додатками) і виробництво (виробництво тканин та одягу, творчі ремесла, іграшки, меблі, посуд, аксесуари, канцтовари, вироби зі шкіри) [27, с. 325]. Отож сфера послуг включає продукцію креативного контенту нематеріальної форми, а сфера виробництва стосується креативної матеріальної продукції.

Загалом моделі азіатських країн відрізняються різноманітними формами та особливим значенням національних соціокультурних і політичних чинників. Основну частку креативних індустрій становлять ті галузі, в основі яких є збереження й обслуговування культурної спадщини.

США має розвинену систему захисту прав інтелектуальної власності. Як зазначалося раніше, у цій країні креативні індустрії визначаються ще як індустрії розваг і медіа, до них належать такі підсектори: музеї, бібліотеки та галереї; маркетинг і реклама; дизайн, у тому числі предметний, дизайн одягу та графічний дизайн; архітектура; ремесла; медіа, включаючи категорії телебачення, відео, фотографії, кіно та радіо; видавничу справу [28, с. 100].

Отож країни-члени Європейського Союзу в цілому поділяють креативні індустрії на тринадцять підсекторів (реклама; архітектура; ринок мистецтва та антикваріату; ремесла; дизайн; дизайнерська мода; кіно та відео; інтерактивне програмне забезпе-

чення для дозвілля; музика; виконавське мистецтво; видавнича справа; програмне забезпечення та комп'ютерні ігри; телебачення та радіо) [29], у той час як деякі з них здійснюють класифікацію окремо. Так, Німеччина підійшла до цього процесу більш комплексно, узагальнивши лише одинадцять підсекторів (музична індустрія, книжковий ринок, артринок, кіноіндустрія, телерадіоіндустрія, виконавське мистецтво, архітектурний ринок, індустрія дизайну, ринок преси, рекламний ринок, індустрія програмного забезпечення та ігор) [30]. В Австралії поділяють креативні індустрії на вісім підсекторів (архітектура, музична індустрія, книги та видавнича справа, радіо та телебачення, дизайн, програмне забезпечення та ігри, кіно та фотографія, реклама та ринок перформативних мистецтв) [31].

В Україні перелік креативних індустрій був затверджений розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» № 265-р від 24 квітня 2019 року [32]. Згідно з додатком до цього розпорядження до креативних індустрій в Україні належать, зокрема, виробництво прикрас (ювелірних виробів та біжутерії), виробництво музичних інструментів, видавнича діяльність, видання програмного забезпечення та комп'ютерних ігор, програмування, діяльність у сфері індустрії кіно та телебачення, музична індустрія, сфера зв'язків з громадськістю та діяльність інформаційних агентств, рекламна діяльність, наукова діяльність, дизайн, мистецькі галузі (архітектура, фотографія, театр, а також індивідуальна мистецька діяльність), переклад, освіта у сфері культури, а також діяльність бібліотек, архівів та музеїв.

Як зазначено на Єдиному веб-порталі органів виконавчої влади України, до креативних індустрій належать: народні художні промисли; візуальне мистецтво (живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо); сценічне мистецтво (жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо); література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації; аудіальне мистецтво; аудіовізуальне мистецтво (кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо); дизайн, мода; нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології (програмне забезпечення, відеоігри); цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо); архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги; бібліотеки, архіви та музеї [33].

Український підхід до класифікації креативних індустрій відрізняється від проаналізованих зарубіжних класифікацій. На законодавчому рівні визначення, розвиток та підтримка креативних індустрій в Україні розпочалося з 2018 року, майже на 20 років пізніше, ніж на міжнародній арені.

Однак спільними рисами для всіх вищевказаних моделей є таке: «1) в основу ідеї креативних індустрій покладено орієнтацію на забезпечення їх динамічного розвитку, чого можна досягнути за рахунок швидкої адаптації до нових реальностей і вимог сьогодення; 2) креативні індустрії орієнтовані на створення принципово нових продуктів або на забезпечення новітнім змістом вже існуючих товарів і послуг; 3) креативні індустрії розглядаються з позицій здатності генерувати, розробляти, реалізовувати, використовувати і поширювати продукти, що несуть у собі економічну, культурну чи соціальну цінність» [25, с. 132].

Варто також акцентувати увагу на понятті «креативні індустрії», що визначене 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» [34].

Проаналізовані вище моделі креативних індустрій подібні в тому, що в основі їх розвитку визначну роль відіграють таланти та вміння. У нормативно-правових актах України визначення терміна «креативні індустрії» має виключно економічні характеристики і не охоплює результати креативної діяльності, а також інтелекту-

альну власність. Основна увага в нашому законодавстві акцентується на економічному результаті.

Отже, на мою думку, визначення терміна «креативні індустрії» доцільно доповнити, а саме: «креативні індустрії» — види економічної діяльності, що ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності й 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.

Висновки. Креативні індустрії є міжгалузевим поняттям, що існує на стику економічної, правової та інших наук. Сам термін «креативні індустрії» має багато варіацій тлумачення. Поряд з терміном «креативні індустрії» вживається термін «культурні індустрії», однак останній має вужче значення, оскільки до культурних індустрій належать ті галузі, у яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, а креативні індустрії представляють ширший спектр творчої діяльності, у якому культурні індустрії є складовим елементом.

У світі існують різні моделі креативних індустрій, які включають різні креативні сфери діяльності. Український підхід відрізняється від зарубіжних моделей. Однак їх спільними рисами є те, що вони зорієнтовані на динамічний розвиток, створення принципово нових продуктів, що несуть у собі економічну чи культурну цінність.

Перелік використаних джерел

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. 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: 24.03.2024).
4. *Creative Industries Mapping (2001)*. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf. (дата звернення: 19.04.2024).
5. 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: 29.03.2024).
6. 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.
7. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books, 2001. 288 p.
8. 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: 20.03.2024).
9. 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 (дата звернення: 22.03.2024).
10. 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.
11. 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.
 12. 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: 22.03.2024).
 13. 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: 17.03.2024).
 14. Небава М., Янань Лі. Порівняльний аналіз розвитку та функціонування креативних індустрій в Україні та Китаї. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. С. 75–81.
 15. Dronyuk I., Moiseienko I., Gregus J. Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries. *Procedia Computer Science*. 2019. № 16. P. 479–484.
 16. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*. 2022. № 39. С. 63–77.
 17. The EU Industrial Strategy. *Cultural and Creative Industries (2021)*. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en (дата звернення: 29.03.2024).
 18. 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: 28.03.2024).
 19. United Nations UNCTAD. *Creative Economy: A Feasible Development Option (2010)*. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf (дата звернення: 29.03.2024).
 20. 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.
 21. *Creative industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. UNCTAD (2018)*. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf (дата звернення: 27.03.2024).
 22. *Creative Economy Report 2008. United Nations UNCTAD* URL: https://unctad.org/system/files/officialdocument/dite20082cer_en.pdf (дата звернення: 27.03.2024).
 23. Vokoua I. G. *Creative economy report, 2013, special edition: widening local development pathways. France. Published by the United Nations Development Programme (UNDP), 2013. 190 p.*
 24. Throsby D. The Concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*. 2008. № 17(3). P. 147–164.
 25. Турський І. В. Соціально-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів України: дис. ... д-ра ек. наук: 08.00.05. Тернопіль, 2018. 484 с.
 26. Can-Seng O. Credibility of a Creative Image: The Singaporean Approach. *Journal of Social Issues in Southeast Asia*. 2015. № 2. P. 7–22.

27. Li J. *Analysis of Management in Japan's Cultural and Creative Industry Based on Case Study Method*. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*. 2023. № 23. P. 323–328.
28. Kalvi A. *The Impact of Copyright Industries on Copyright Law*. *Juridica International*. 2015. № 5. P. 95–104.
29. *Official website of the European Commission as of 28 March 2024*. URL: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en#:~:text=This%20includes%20architecture%2C%20archives%2C%20libraries,theatre%20and%20dance\)%2C%20books%20and](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en#:~:text=This%20includes%20architecture%2C%20archives%2C%20libraries,theatre%20and%20dance)%2C%20books%20and) (дата звернення: 20.03.2024).
30. *Official website of the Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action Germany as of 28 March 2024*. URL: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/cultural-and-creative-industries.html> (дата звернення: 20.03.2024).
31. *Creative Industries Strategy for Austria 2018 of the Federal Ministry of Science, Research and Economy*. Vienna, Stubenring. URL: <https://www.bmaw.gv.at/en/Topics/Business-Location/Creative-Industries.html> (дата звернення: 28.03.2024).
32. *Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 року № 265* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.03.2024).
33. *Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України: Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij> (дата звернення: 29.03.2024).
34. *Про культуру : Закон України від 21 вересня 2023 р. №3120-IX*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 29.03.2024).

Nadiia Fedorova

Ph.D (Law), Research of the sector of the Disposal of copyright and related rights of the Copyright and Related Rights Department of the Intellectual Property Scientific Research Institute of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine

Classification of creative industries: approaches of international organizations, Europe, Asia, USA, and Ukraine

The article examines the concepts of «cultural industries» and «creative industries». The dynamics of their use in different regions and the differences between these concepts are analyzed. It is noted that along with the commonly used term «creative industries», there are other variations of it. However, it is concluded that the concept of «cultural industries» is narrower than the concept of «creative industries».

The article analyzes various models of classification of creative industries based on the research of international organizations: the model of the United Nations Convention on Trade and Development (UNCTAD); the model of the UNESCO Creative Industries Classification; the model of the World Intellectual Property Organization. The author also analyzes the models of classification of creative industries formed on the basis of studies of countries that determine the structure of creative industries: The Singapore Creative Industries Classification Model; The Japanese Creative Industries Classification Model; The US Creative Industries Classification Model; The British Creative Industries Classification Model, which is used by most of the European Union member states, as it is quite simple, clear, and easy to use, which has made it the basic model.

The article also considers the classification of creative industries in Ukraine. The author emphasizes that the national approach to the classification of creative industries differs from foreign models, and emphasizes the common features for all the models considered that determine the structure of creative industries.

The author substantiates the expediency of supplementing the definition of the term «creative industries», since the definition of the term «creative industries» in the legal acts of Ukraine had exclusively economic characteristics and does not cover the results of creative activity and intellectual property. Our legislation focuses on the economic result. The proposed definition will cover the results of creative activity, as well as intellectual property, and not just the economic result.

Keywords: creative industries structure, innovations, intellectual property, creative products

*Рекомендовано відділом авторського права і суміжних прав
НДІ інтелектуальної власності (протокол № 4 від 25.04.2024 р.)*

Подано / Submitted: 30.04.2024

Доопрацьовано / Revised: 05.05.2024

Прийнято до публікації / Accepted: 13.05.2024