

УДК 005.33:352:353:008

DOI <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.4.31>

Дробахіна Тетяна Олегівна,

аспірант кафедри державного управління і місцевого самоврядування

Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

ORCID ID: 0000-0002-2443-6357

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ І ТИПОЛОГІЗАЦІЇ

CREATIVE INDUSTRIES AS AN OBJECT OF PUBLIC ADMINISTRATION: APPROACHES TO RESEARCH AND TYPOLOGY

У статті вивчено декілька підходів до визначення категорії «креативні індустрії» провідними міжнародними організаціями, що підтримують розвиток креативних індустрій, виокремлено відмінності між цими визначеннями, базуючись на інформації з першоджерел. Запропоновано авторську модель типологізації креативних індустрій з чотирьох рівнів на основі визначення UNESCO. Надано стислий опис етапів розвитку практик та нормативного регулювання у сфері креативних індустрій в Україні в період 2014-2022 років. Як результат узагальнення визначень авторитетних міжнародних організацій і норм вітчизняного законодавства запропонований авторський підхід до розуміння «креативних індустрій як об'єкту публічного управління»: комплекс видів економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць на певній території чи у громаді через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, як правило, захищений авторським правом і може мати форму товару або послуги. За результатами дослідження стану культури та креативних індустрій під час війни встановлено, що: креативні індустрії мають шанс стати двигуном відновлення України після війни; до пріоритетних заходів від держави і донорів, які можуть допомогти креативним індустріям вижити під час війни та відновитися після неї належать «гранти на проекти», розроблення Державної стратегії розвитку креативних індустрій, промоція українського креативного продукту за кордоном; пріоритетність сектору культури має бути наряду з повоєнним відновленням міст та інфраструктури. Викладені у статті матеріали є основою для подальших досліджень щодо формування комплексу методико-технологічного забезпечення процесів розвитку креативних індустрій на регіональному та локальному рівнях.

Ключові слова: культурно-креативні індустрії, креативні індустрії, UNESCO, UNCTAD, DIMS, регіональний розвиток, місцевий розвиток, публічне управління.

The article examines several approaches to the definition of the category «creative industries» by leading international organizations that support the development of creative industries, highlights the differences between these definitions, based on information from primary sources.. The 4-level typology model is presented, that was elaborated by the author based on the UNESCO definition about creative industries. A brief description of the stages of development of practices and normative regulation in the field of creative industries in Ukraine in the period 2014-2022 is provided. As a result of the generalization of the definitions of authoritative international organizations and the norms of domestic legislation, the author's approach to understanding «creative industries as an object of public management» is proposed: a complex of economic activity types, the purpose of which is the creation of added value and jobs in a certain territory or in the community through cultural (artistic) and/or creative expression, which combine the creation, production and commercialization of creative content of an intangible and cultural nature, is usually copyrighted and may take the form of a product or service.

According to the results of the study of the state of culture and creative industries during the war, it was established that: creative industries have a chance to become the engine of Ukraine's recovery after the war; priority measures from the state and donors that can help creative industries survive during the war and recover after it include «project grants», development of the State Strategy for the Development of Creative Industries, promotion of Ukrainian creative products abroad; the priority of the cultural sector should be along with the post-war reconstruction of cities and infrastructure. The shared in the article materials are the fundamentals for further research on the formation of a complex of methodological and technological support for the development of creative industries at the regional and local levels.

Key words: cultural and creative industries, creative industries, UNESCO, UNCTAD, DIMS, regional development, local development, GDP, public administration.

Постановка проблеми. Категорія «креативні індустрії» (creative industries, тут і далі – англ.) увійшла в українське поняттєве поле економіки й публічного управління доволі знедавна – приблизно на початку 21 століття. Саме поняття було запозичене із західних джерел, де воно тісно

пов'язувалось із поняттями «креативна економіка» (creative economy) та «креативні сектори» (creative sectors), які до неї належать. До 2014 року в Україні було фактично відсутнє розуміння значущості культурних та креативних індустрій на всіх рівнях управління: не розроблялися відповідні документи концептуального та стратегічного характеру; не розвивалося нормативно-правове забезпечення даного сектору економіки; не приділялось достатньої уваги становленню й державному стимулюванню розвитку креативних індустрій.

Водночас у багатьох провідних країнах світу креативні індустрії з кожним роком набувають все більшої популярності (все більше й більше організацій та ініціатив ідентифікують себе саме із галуззю креативних індустрій), а доля їх внеску у розвиток економіки динамічно зростає. Тому актуалізується потреба у дослідженні процесів публічного управління у сфері розвитку креативних індустрій на регіональному та місцевому рівнях, зокрема, у частині єдності розуміння категорій і окреслення предметної сфери управлінських впливів.

Огляд попередніх досліджень і публікацій.

Категорії «креативні індустрії», «культурні індустрії», «культурно-креативні індустрії» та «креативне підприємництво» є відносно новими поняттями в українському контексті, проте ці явища не нові у масштабах світової економіки – визначення «культурні індустрії» (cultural industries) запровадили Т. Адорно та М. Горкгаймер у своїй «Діалектиці просвітництва» 1947 року [1]. «Нове дихання» поняття отримало завдяки роботам Р. Флориди [2], який зосередив свою увагу на появі нового феномену, так званого «креативного класу» (creative class) у 50ті роки 20го сторіччя у США, що було пов'язано із переходом бізнесу на новий «сервіс-

ний» рівень. До провідних дослідників даного питання відносять також Ж. Лернера, Ч. Лендрі, Д. Хезмондалша, Д. Хартлі та інших.

Вітчизняні економісти Т. Білецька, Я. Петраков, О. Сизоненко досліджували аспекти впливу нематеріальної культурної спадщини, як частини бізнес-середовища та сектору креативних індустрій, наголошуючи на ключових викликах для національної культурної спадщини в Україні [3], а саме: її поступовий занепад та забуття, обумовлені як незавершеністю процедури ідентифікації об'єктів нематеріальної культурної спадщини (ОНКС), так розрізненістю та необізнаністю зацікавлених сторін щодо існуючих інструментів її захисту та підтримки (1); дефіцит фінансових ресурсів для ревіталізації об'єктів, та процедурні обмеження використання бюджетних коштів їх розпорядниками (2). А. Диндар [4] розглянула перспективи розвитку креативних індустрій, базуючись на досвіді ЄС. А. Пакуліна та А. Євсєєв розглядають креативну економіку як умову модернізації національного господарства України [5], С. Леонова визначає креативізацію як вектор сталого розвитку сучасної економіки [6], а М. Кукса і Т. Петухова – як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України [7]. Але у публікаціях з публічного управління до цього часу питання розвитку креативних індустрій на регіональному і місцевому рівнях не знайшли належного висвітлення.

Мета статті – дослідити підходи щодо визначення категорії «креативні індустрії» провідними міжнародними організаціями, здійснити типологізацію креативних індустрій, стисло схарактеризувати етапи розвитку практик та нормативного регулювання у сфері креативних індустрій в Україні.

Таблиця 1

Організації ООН, що підтримують «креативні індустрії»

Абревіатура	Назва організації, англ./укр.	Сутність діяльності у сфері креативних індустрій
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation / Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури	Працює через свою Глобальний альянс культурного різноманіття (Global Alliance for Cultural Diversity) та мережу креативних міст (Creative Cities Network) для зміцнення культурних галузей на міжнародному рівні через заохочення обміну знаннями, розбудови потенціалу, належної практики та наставництва між своїми членами. Сприяє культурному розмаїттю шляхом посилення спроможності культурних галузей виробляти та розповсюджувати товари та послуги та допомагати їм отримати доступ до національних та міжнародних ринків
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development / Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку	Виконуючи свій мандат, активно просуває міжнародні дії у галузі креативних індустрій, а отже, і креативної економіки, підкреслюючи їх аспект розвитку. Внесла тему «креативної економіки» у Всесвітню програму економіки та розвитку

Джерело: розроблено автором за матеріалами [12-14]

Виклад основного матеріалу. У 2003 році Р. Флоридою було введено у науково-практичний обіг поняття «креативного класу», а разом з ним і «креативної економіки» [2]. Дослідження показують, що протягом декількох останніх десятиріч відбувся стрімкий перехід від сервісної та індустріальної економіки до креативної [8], де основними важелями та рушійними силами є людський інтелект, таланти та вміння утворювати «колаборації» (від французької «collaboration» – спільна діяльність для досягнення мети). Зазначений перехід супроводжується потужним впливом креативних індустрій на економіку регіонів та країн [9-11], який вивчають і підтримують провідні організації під егідою ООН (табл. 1).

Так, UNCTAD вважає, що креативні галузі знаходяться на перехресті мистецтв, культури, бізнесу та технологій. Усі ці види діяльності є творчими навичками і можуть приносити дохід за рахунок торгівлі та прав інтелектуальної власності. Творча економіка за UNCTAD – це нова концепція, що стосується інтерфейсу між творчістю, культурою, економікою та технологіями в сучасному світі, де переважають зображення, звуки, тексти

та символи. UNCTAD також акцентує на тому, що сьогодні креативні галузі є одними з найбільш динамічних секторів світової економіки, що надають нові можливості країнам, що розвиваються, одразу «перестрибнути» (to leapfrog) до нових економічно розвинених сфер світової економіки [14].

UNESCO, UNCTAD та низка інших міжнародних організацій докладають зусиль до формування у різних країнах спільного розуміння категорій у сфері креативних індустрій (табл. 2).

У визначенні UNESCO [12] термін «Культурні та творчі індустрії» застосовується в тих галузях, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію «сенсів» (sense), які є нематеріальними і мають культурний характер. Ці «сенси», як правило, захищені авторським правом, і можуть приймати форму товару або послуги. Залежно від контексту, культурні індустрії також можуть називатися креативними індустріями, або економічним висловом «галузі майбутнього» [19]. Сполучення «креативні індустрії» не випадково вживається у множині. Це не єдина галузь. Галузі культурних індустрій (архітектура, мода, образотворче мистецтво, кінематограф, видавнича справа

Таблиця 2

Різновиди тлумачення категорій у сфері «креативних індустрій» провідними міжнародними організаціями

Джерело	Назва організації, англ./укр.	Термін, англ./укр.	Зміст визначення
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation / Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури	Cultural and creative industries / Культурні та творчі індустрії	Галузі, що поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію творчого змісту, який має нематеріальний та культурний характер. Цей зміст, як правило, захищений авторським правом і може мати форму товару або послуги. Окрім усієї художньої та культурної продукції, вони включають архітектуру та рекламу
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development / Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку	Creative industries / Креативні галузі	Креативні галузі є основою креативної економіки і визначаються як цикли виробництва товарів і послуг, які використовують основний внесок у творчість та інтелектуальний капітал. Вони класифікуються за їх роллю як спадщина, мистецтво, медіа та функціональні твори
WIPO	World Intellectual Property Organization / Всесвітня організація інтелектуальної власності	Copyright-based industries / Галузі, що засновані на авторських правах	Галузі, які є присвяченими, взаємозалежними або прямо або опосередковано пов'язані зі створенням, виробництвом, представленням, виставкою, спілкуванням, розповсюдженням або роздрібним продажем матеріалів, захищених авторським правом
DCMS	Department of Culture, Media and Sports of the United Kingdom / Департамент культури, засобів масової інформації та спорту Сполученого Королівства	Creative industries / Творчі індустрії	Це діяльність, заснована на творчості, індивідуальному таланті та майстерності, яка має потенціал для створення робочих місць та багатства за рахунок створення та використання інтелектуальної власності [12]
ECLAC	Economic Commission for Latin America and the Caribbean / Економічна комісія для Латинської Америки та Карибського басейну	Content industries / Контент-індустрії	Видавнича справа, кіно, телебачення, радіо, фонографія, мобільний контент, незалежна аудіовізуальна продукція, веб-вміст, електронні ігри та вміст, створений для цифрової конвергенції (cross-media)

Джерело: розроблено автором за матеріалами [12-13; 15-18]

і т. д.) мають різні можливості заробляти гроші, різну економічну логіку і динаміку розвитку.

Також традиційним вважають визначення «творчих індустрій» від DCMS, на яке спирається сьогодні більшість дослідників і фахівців у сфері місцевого розвитку: «творчі індустрії – це діяльність, в основі якої лежить індивідуальний творчий принцип, навик або талант і яке несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць шляхом виробництва і експлуатації інтелектуальної власності» [20].

Сектор креативних індустрій також називають «креативними та культурними індустріями» або «креативними та цифровими індустріями» усередині «креативної економіки». У недавній час вони також називалися «помаранчевою економікою» (La Economía Naranja) у Латинській Америці та країнах Карибського басейну [18]. «Помаранчева економіка» – це термін, який був введений до споживання П.Ф. Буїтраго Рестрепо (P. F. Vuitrago Restrepo) та І. Дюком Маркесом (I. Duque Márquez), авторами «The Orange Economy, an infinite opportunity» [21]. Вони пояснюють, що помаранчева фарба, пігмент який був винайдений у Стародавньому Єгипті для оздоблення гробниць фараонів, це домінуючий колір для культури, креативності та ідентичності.

Термін «креативні та діджитал індустрії» все більше використовується у Великобританії із-за важливості цифрового контенту та онлайн сервісів у креативному секторі економіки. Креативні індустрії мають потенціал регенерувати економіку та створювати нові робочі місця і додану вар-

тість. Прикладом проекту, що допомагає зростати креативним та діджитал індустріям є Liverpool Creative Growth Initiative (хаб, у якому знаходиться близько 100 різних креативних бізнесів, та є борд менторів, що консультуються їх по питаннях розвитку) [19].

Можна погодитися із висновком С. Прокопенка, що «за інерцією з радянських часів чинне законодавство регулювало тільки державний культурний сектор, таким чином, «виключаючи» з відносин з державою недержавний сектор та бізнес (якого не було за радянських часів) з усією різноманітністю культурних практик, які не вписуються в жорстку унормовану та цензуровану систему галузей культури» [20].

Водночас, у світі визначають від 9 до 21 секторів, які належать до «креативних індустрій»: реклама, архітектура; мистецтво та античний ринок: крафтові речі, дизайн; фешн дизайн; фільми та відео; інтерактивне програмне забезпечення для вільного часу; музика; перформативне мистецтво; програмне забезпечення та комп'ютерні ігри; і телебачення та радіо [12-13; 15-18; 22]. Базові сектори, що належать до креативних індустрій, а також додаткові ключові сектори представлені на рис. 1.

Таким чином, «креативні індустрії» належать до низки економічних «активностей», які спрямовані на генерацію та комерціалізацію інформації, креативності, ідей, знань.

На думку С. Прокопенка, українська культура зазнала кілька хвиляй кардинальних змін [20]: перша хвиля – «історичний авангардизм»,



Рис. 1. Типологізація креативних індустрій

Розроблено автором на основі [12-13; 15-18; 22]

1910–1930 рр.; друга хвиля – «творчість поетів діаспори повоєнної доби та шістдесятники», кінець 1940-х – початок 1970-х рр.; третя хвиля – «так звана «нова хвиля», постмодернізм – відродження авангардизму», кінець 1980-х – початок 1990-х рр. Підтримуємо думку експерта, що сплеск культурних «активностей та проявів», який може вважатися «четвертою хвилею», пов'язаний з Революцією гідності 2014 року: акцентування у творчості на українську ідентичність, перехід на українську мову авторів і виконавців різних жанрів, зростаюче поширення стилізованого українського традиційного одягу в сучасному виконанні, поява нових опер, спектаклів, театральних вистав, живопису, крос-секторальних проєктів, що переосмислюють національну ідею та ідентифікацію тощо.

Дійсно, в Україні «культурні індустрії» отримали після подій 2014 року «нове дихання», коли групи культурних активістів та спеціалістів почали шукати можливості для перезапуску культури в реаліях того часу. Так, у 2015 році на платформі громадської ініціативи «Реанімаційному пакеті реформ» було утворено «Альянс культури», де ініціативи «Культура-2025», «Конгрес активістів культури» і група «Культура» спільно працювали над культурними проєктами в Україні [23]. До альянсу входив також «Конгрес Активістів Культури» – недержавна організація митців та арт-менеджерів, що виникла як альтернатива Міністерству культури України того часу. Експерти були впевнені, що «Інтелект, напружена робота та креатив – це формула вдалого бізнесу в Україні та запорука успіху економіки України» [24].

Уже в 2017 році було відзначено позитивну тенденцію щодо реалізації на ринку ЄС українських високотехнологічних послуг: інформаційні технології, веб-дизайн, продакшн, архітектурні та дизайнерські рішення – креативні послуги, які Україна вже спроможна конкурентно постачати [25]. Також у 2017 році створено Український культурний фонд – державну установу, місією якої є сприяння творенню розвиненої екосистеми культури та креативності в Україні, яка уможливує породження та розповсюдження в суспільстві нових сенсів та спільних цінностей, а також сприяння збереженню культурної спадщини та розвитку української культури в контексті актуальних світових тенденцій, через впровадження нових механізмів надання орієнтованої на результат конкурентної державної фінансової підтримки ініціативам у сфері культури та креативних індустрій [26].

Саме у 2017 році країна робить перші кроки в розвитку креативної економіки, збираються експерти, проводяться конференції, розроблено Доктрину збалансованого розвитку «Україна-2030», у якій зазначено, що розвиток креативної економіки є одним із драйверів економічного розвитку країни [11]. Водночас, самі експерти висловлюють думку, що «ще немає розуміння, що креативна економіка – це все-таки сектор економіки» [27]. У Доктрині збалансованого розвитку «Україна-2030» [28] серед механізмів реалізації політики збалансованого розвитку було виокремлено механізм № 5 «Розвиток креативної економіки» і зазначено, що в Україні вже формується кластер креативних індустрій – це індустрії, що походять з індивідуальної творчості, навичок і талантів та мають потенціал до формування добробуту і створення робочих місць через генерування та економічну реалізацію об'єктів інтелектуальної власності.

У 2019 році Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй (ООН) оголосила 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку [29]. Знакові зміни відбулися і в Україні. Базові види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій визначені Розпорядженням Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 року № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» [30]. До них входять 34 види економічної діяльності. У 2020 році за Законом України «Про культуру» визначено «креативні індустрії» як «види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [31].

У 2019 році було також оприлюднено аналітичну доповідь, підготовлену в рамках проєкту «Економічна привабливість української культури», який реалізував Інститут економічних досліджень та політичних консультацій за фінансової підтримки Українського культурного фонду в рамках програми «Український культурний монітор» де сфера культури була розглянута як галузь національної економіки [32]. Учасники дослідження, де культурні індустрії визначили, що «за часів незалежності України культурна політика переважно не входила до пріоритетів держави», але «за останні роки культура стала важливішою для держави, а державна політика у сфері культури покращилася» і «протягом останніх п'яти років було розроблено стратегію розвитку культури до 2025 року, яка містить цілі з розвитку освіти у сфері культури, державно-

приватному партнерстві, демократичної і партнерської взаємодії у культурному середовищі» [32, с. 91]. У контексті нашого дослідження важливим є висновок, що «з децентралізацією з'явилося більше можливостей розвивати культуру на місцевому рівні» [32, с. 92].

Під час повномасштабної війни з російською федерацією у 2022 році креативні індустрії «зазнали відтоку талантів, скорочення фінансування, зниження попиту на культурні продукти та послуги, негативних наслідків розірваних ланцюгів постачання» – такий висновок зроблено за результатами дослідження «Стан культури та креативних індустрій під час війни» [33]. Дослідження базується на даних анонімного онлайн-анкетування креативних підприємців і креативних фахівців – заявників Українського культурного фонду (УКФ) 2020-2022 років, яке проведено УКФ спільно з Міністерством культури та інформаційної політики України в період з 01 по 13 червня 2022 року.

До важливих у контексті даного дослідження висновків також належать такі три:

1. Креативні індустрії мають шанс стати двигуном відновлення України після війни.

2. До пріоритетних заходів від держави і донорів, які можуть допомогти креативним індустріям вижити під час війни та відновитися після неї належать: в першу чергу «гранти на проекти» (61 % опитаних); розроблення Державної стратегії розвитку креативних індустрій (37 % опитаних); промоція українського креативного продукту за кордоном (30 %).

3. Пріоритетність сектору культури має бути наряду з повоєнним відновленням міст та інфраструктури [33].

Висновки та напрями подальших досліджень.

1. Узагальнюючи визначення авторитетних міжнародних організацій і норми вітчизняного законодавства, пропонуємо розуміти «креативні індустрії як об'єкт публічного управління» як комплекс видів економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць на певній території чи у громаді через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, як правило, захищений авторським правом і може мати форму товару або послуги.

2. Для того, щоб креативні індустрії в Україні так само впливали на розвиток країни, як це спостерігається у інших країнах світу необхідно обґрунтувати комплекс концептуальних положень щодо розвитку креативних індустрій на регіональному та місцевому рівнях та розробити методико-технологічне забезпечення відповідних процесів.

3. Для досягнення зазначеної мети необхідно вирішення низки наукових завдань: дослідити сучасний стан культурно-креативних індустрій в Україні в умовах децентралізації; проаналізувати вітчизняну нормативну базу щодо розвитку культурно-креативних індустрій; дослідити існуючі моделі співробітництва у трикутнику бізнес-влада-громада; обґрунтувати підходи до оцінювання успішності діяльності культурно-креативних індустрій у регіоні/місті; сформулювати комплекс методичних положень щодо інституційного оформлення процесів публічно управлінської підтримки розвитку креативних індустрій на регіональному та місцевому рівнях.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Horkheimer M., Adorno T. W. *Dialektik der Aufklaerung, Philosophische Fragmente. Sonderausgabe.* S. Fischer Verlag GmbH Frankfurt am Main, 2022. 320 s.
2. Флорида Р. *Homo creativus. Як новий клас завойовує світ.* Київ: Наш формат, 2018. 432 с.
3. Білецька Т. Ф., Петраков Я. В., Сизоненко О. В. Перспективи нематеріальної культурної спадщини в бізнес-ланцюжки креативних індустрій в Україні в контексті інтеграції: *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки.* 2017. № 3. С. 29–35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2017_3_8.
4. Диндар А. С. Позиції культурно-креативної індустрії в економіці ЄС. *Інвестиції: практика та досвід.* № 1/2019. С. 53–59. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2019/11.pdf.
5. Пакуліна А. А., Євсєєв А. С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. *Економіка та управління національним господарством.* 2018. № 16. С. 192–200.
6. Леонова С. В. Креативізація як вектор сталого розвитку сучасної економіки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2019. Т. 3 (69). № 2 С. 133–138. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_2/27.pdf.
7. Кукса М. І., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка.* 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555>.
8. Лук'яненко Д. Г., Галахова Т. О. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту. *Науковий вісник Дипломатичної академії України.* 2016. Вип. 23(3). С. 12–21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2016_23%283%29_4.

9. Диндар А. С. Позиції культурно-креативної індустрії в економіці ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 1. С. 53–59. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2019/11.pdf.
10. Салій Ю., Кайдан Т. Від сквотів до хабів: звідки береться креативна економіка. *Українська правда* : веб-сайт. 21.10.2015. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2015/10/21/202073/> (дата звернення 03.08.2022).
11. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 151–157. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/19.pdf.
12. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO) : web-site. URL: <https://www.unesco.org/en> (access date 09.08.2022)
13. United Nations Conference on Trade and Development (UNESCO) : web-site. URL: <https://unctad.org/> (access date 09.08.2022).
14. Creative industries definition. *David Parrish. Helping creative entrepreneurs world-wide become even more successful* : web-site. URL: <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/> (access date 29.07.2022).
15. The Orange Economy: how to define it. *ConnectAmericas* : web-site. URL: <https://connectamericas.com/content/orange-economy-how-define-it> (access date 29.07.2022).
16. World Intellectual Property Organization (WIPO) : web-site. URL: <http://www.wipo.int/portal/en/> (access date 29.07.2022).
17. Department of Culture, Media and Sports of the United Kingdom (DCMS) : web-site. URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/departement-for-culture-media-sport> (access date 29.07.2022).
18. Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC) : web-site. URL: <http://www.cepal.org/en> (access date 29.07.2022).
19. Культурні індустрії в сучасному місті. *Creative Cities в Україні* : веб-сайт. 05.02.2011. URL: <http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-industries/texts/?newsid=22> (дата звернення 14.08.2022).
20. Прокопенко С. Креативні індустрії – радикальні зміни. *GWARA MEDIA* : веб-сайт. 15.03.2022. URL: <https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shho-de-yak/> (дата звернення 10.07.2022).
21. Buitrago Restrepo P. F., Duque Márquez I. The Orange Economy. Inter-American Development Bank, 2013. 242 p. URL: <https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Orange-Economy-An-Infinite-Opportunity.pdf>.
22. The Culture and Creativity website : web-site. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en> (access date 19.08.2022).
23. Альянс культури: для чого об'єдналися культурні ініціативи. *Велика Ідея* : веб-сайт. 24.09.2015. URL: <https://biggggidea.com/practices/1469/> (дата звернення 06.08.2022).
24. Креативні індустрії мають шанси врятувати економіку України, у тому числі завдяки експорту. *Український кризовий медіа-центр* : веб-сайт. 08.07.2015. URL: <http://uacrisis.org/ua/28293-creativite-l-entreprise-pourrait-sauver-leconomie-de-lukraine-particulier-exportations-experts> (дата звернення 08.07.2022).
25. В ЄС зростає попит на українську продукцію з високою доданою вартістю. *УНІАН* : веб сайт: URL: <https://www.unian.ua/eurobusiness/2051781-v-es-zrostaє-popit-na-ukrajinsku-produktsiyu-z-visokoyu-dodanoyu-vartistyu-togrpred.html> (дата звернення 07.08.2022).
26. Український культурний фонд : веб-сайт. URL: <https://ucf.in.ua/> (дата звернення 17.08.2022).
27. В Україні поки немає розуміння, що креативна економіка – це сектор економіки – Анна Харламова. *Gazeta.ua* : веб-сайт. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_v-ukrayini-poki-nemaє-rozuminnya-scho-kreativna-ekonomika-sektor-ekonomiki-anna-harlamova/804888 (дата звернення 17.07.2022).
28. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Вид. друге. Львів: Кальварія, 2017. 164 с. URL: <http://eonom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf>.
29. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України : аналітичний звіт / авт. кол. : П. Яворський, О. Ніколаєва, С. Таран, А. Онопрієнко, Ю. Шоломицький. Центру аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки у партнерстві з Кімонікс Інтернешнл Інк. на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України. 2019. 111 с. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>.
30. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 квіт. 2019 р. № 265-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення 10.08.2022).
31. Про культуру : Закон України від 14 груд. 2010 р. № 2778-VI (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 10.08.2022).
32. Економічна привабливість української культури : аналітична доповідь. Київ : ФОРМ Лопатіна О. О. 2019. 112 с. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf.
33. Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження. *Громадський Простір* : веб-сайт. 15.08.2022. URL: <https://www.prostir.ua/?news=stan-kultury-ta-kreatyvnyh-industrij-pid-chas-vijnny-rezultaty-doslidzhennya> (дата звернення 17.08.2022).