

УДК 338.2

I. M. Kuksa,
д. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів і економічної кібернетики
Луганського національного аграрного університету, м. Харків
Т. О. Петухова,
к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту
Українського державного університету залізничного транспорту, м. Харків

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА СТІЙКОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Ihor Kuksa,
Dr. Sc. (Ekon), Associate Professor, Head of Department of Finance and Economic Cybernetics,
Luhansk National Agrarian University (LNAU), Kharkiv
T. Pyetukhova,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Department of Accounting and Auditing,
Ukrainian State University of Railway Transport (UkrSURT), Kharkiv

THE CREATIVE ECONOMY AS AN ELEMENT OF INNOVATIVE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY OF UKRAINE

У статті наведено: історичний аспект появи економічної категорії «креативні індустрії»; аргументи у підтримку нової парадигми розвитку, яка пов'язує економіку і культуру, визначення концепції креативних індустрій, наведені характерні риси креативних індустрій, їх класифікаційні ознаки, номенклатура та класифікація креативного сектора, визначено вплив креативної економіки як елементу інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. Крім того, розкрито напрями, що можуть сприяти та покращити умови для розвитку підгалузей та видів діяльності в рамках культурних та креативних індустрій України, які є здатними до розширення та/або генерування доходів, підвищенню рівню зайнятості, сталого розвитку та безпосередньо сприяють економічному зростанню та описано моделі, що окреслюють відносини між креативними галузями та рештою економіки.

The article presents: the historical aspect of the emergence of the economic category of "creative industries"; the arguments in support of the new paradigm of development that connects the economy and culture, the definition of the concept of creative industries, the characteristics of creative industries, their classification features, the nomenclature and the classification of the creative sector are given, the influence of the creative economy as an element of an innovative and sustainable strategy of development of Ukraine is determined. In addition, directions that can promote and improve conditions for the development of sub-sectors and activities within the cultural and creative industries of Ukraine that are capable of expanding and / or generating income, raising employment rates, sustainable development and directly contributing to economic growth are described and described. models that outline the relationship between creative industries and the rest of the economy.

Ключові слова: креативна економіка, креативні галузі, креативні індустрії, класифікація креативного сектору.

Key words: creative economy, creative sector, creative industries, classification of creative sector.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У розвинутих країнах світу два десятиріччя тому з'явилась нова парадигма розвитку, що зв'язала економіку і культуру, охоплюючи економічні, культурні, технологічні та соціальні аспекти розвитку як на макро-, так і на мікрорівні. Головним елементом нової парадигми є той факт, що креативність, знання і доступ до інформації все частіше визнаються потужними двигунами, що стимулюють економічне зростання і сприяють розвитку в глобалізованому світі. Розвиток креативної економіки став провідним компонентом економічного зростання, зайнятості, торгівлі та інновацій і соціальної згуртованості в більшості країн з розвинутою економікою. На превеликий жаль, Україна ще не в змозі використати свій багатий і самобутній творчий потенціал для розвитку. Це є наслідком наявності слабких місць як у внутрішній політиці, так і у діловому середовищі, а також глобальних системних викривленнях. Проте, креативна економіка пропонує таким країнам нові можливості для переходу в високорозвинені сфери світової економіки. На підставі неодноразових звітів ООН, можемо зазначити, що культурні та креативні галузі відносяться до числа тих секторів світової торгівлі, що найбільш динамічно розвиваються. Ці звіти також показують, що інтерфейс між креативністю, культурою, економікою і технологією, виражений в здатності створювати і поширювати інтелектуальний капітал, має потенціал для отримання доходів, робочих місць і експортних надходжень, в той же час сприяючи соціальної інтеграції, культурному різноманіттю і людському розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Дослідження процесу креативізації економіки на фундаментальному рівні здійснюється на протязі останніх двадцяти років багатьма зарубіжними вченими: П. Бурдье, Е. Бустаманте, Р. Діаз-Боуном, П.Кавес, Г. Крелла, Ч. Ландрі, П.Шлесингером, Р. Флоридом тощо. Дослідження сутності креативної економіки, теоретичних основ культурних та креативних індустрій, систематизації і структуризації визначень та оціночних характеристик є і у роботах вітчизняних вчених: Л. Антонюк, Л. Антошкіної, В. Білошапки, А. Вишневського, А. Горелова, М. Гудмана, Д. Лук'яненка, Є. Калініченко, Ю. Панченка, Ю. Полякової, А. Поручника тощо. Але незважаючи на широке висвітлення цієї проблеми, проведене дослідження довело відсутність концепції креативної економіки в стратегії національного економічного розвитку і завдань щодо розвитку підгалузей та видів діяльності в рамках культурних та креативних індустрій України на основі доказової бази, що пояснює їх внесок до нарощення глобальної конкурентоспроможності економіки, загального її зростання та якості життя.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення сторін взаємодії двох різних сфер: креативу і економіки та розкриття напрямів, що можуть сприяти та покращити умови для розвитку підгалузей та видів діяльності в рамках культурних та креативних індустрій України, які є здатними до розширення та/або генерування доходів, підвищення рівня зайнятості, сталого розвитку та безпосередньо сприяють економічному зростанню.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Появу концепції «індустрії культури» пов'язують з публікацією есе представників Франкфуртської школи М. Хоркхаймера і Т. Адорно у їх відомій роботі «Діалектика Просвітництва» у 1947 році. Головним чином, у цієї роботі, автори прагнули відкрити, як раціональні імпульси освіти трансформувалися в кошмар ірраціональності, та на фоні цього, поєднання слів «культура» і «індустрія» повинна була шокувати читача і дезавувати популярні форми розваг, такі як, наприклад, фільми або музика, що адресовані масовій аудиторії. Ключовий аспект есе – це контекстна критика сучасного, масового підходу для розваг та ставлення до масової культури як інструменту маніпуляції. На думку авторів, культурна індустрія - це цілий промисловий апарат з виробництва уніфікованих, стандартизованих новинок в сферах мистецтва, живопису, літератури, кіно. У зв'язку з цим, культурні індустрії не дають людині ціннісних орієнтирів, не спрямовують на духовне збагачення і просвітництво, і розуміється як різновид товару, у якого є споживач - маси, які за допомогою стандартизованого мистецтва є об'єктом маніпулювання в капіталістичному суспільстві.

Концепція культурної індустрії з часом стала популярною і вступила в повсякденну мову у таких формулюваннях, як «кіноіндустрія», «рекламні індустрії» або «музичні індустрії». У теперішній час принизлива конотація фрази «індустрії культури» змінилась і використовується для визначення тих галузей, які «поєднують в собі створення, виробництво і комерціалізацію продуктів нематеріального і культурного, і продукт (його вміст) захищений зазвичай авторськими правами» [1].

Концепція креативних індустрій - це широка категорія, що включає художні заходи, установи культури, галузі культури та інші види креативної діяльності, що базуються на індивідуальній творчості, в тому числі галузях, що використовують нові технології (наприклад, нові медіа) у креативній діяльності.

Терміни «креативні індустрії/ галузі» або «креативний сектор», перекладені українською мовою як креативні індустрії, є термінами, що використовуються в літературі взаємозаміно, що впливає з відсутності одного універсального визначення.

На державному рівні вперше термін «креативні індустрії» з'явився в 90-х роках ХХ століття у Великобританії, де у 1997 році новообраний лейбористський уряд вирішив спробувати визначити та оцінити їх пряий вплив на британську економіку та створив Департамент з питань культури, ЗМІ і спорту, як міжгалузеву команду творчих індустрій (Creative Industries Task Force). На основі дослідження, опублікованого у 1994 році австралійським урядом Creative Natsion, та запрошеної за порадою групи провідних творчих підприємців, Департамент опублікував документ «Креативна індустрія - картографічний документ 1998» [2], який був першою систематичною спробою визначити і виміряти креативний сектор, який був визначений як «тих галузей промисловості, які мають своє походження в індивідуальній творчості, майстерності і таланті, і які мають потенціал для створення добробуту, робочих місць шляхом виробництва і використання інтелектуальної власності». Документ про картування креативних індустрій містив 13 позицій, які створили творчий сектор у Великобританії. Ці галузі включають в себе програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, дизайн, видавничий ринок, телебачення і радіо, музику, кіно і відео-арт і антикварний ринок, рекламу, архітектуру, інтерактивне вільне програмне забезпечення, дизайн одягу, виконавське мистецтво і ремесло. Цей Департамент також підрахував, що творчий сектор створює 1,3 млн. робочих місць, що становить більше 5% від ВВП Великобританії і досяг доходу від експорту 10,3 трильйона фунтів. Тобто, цей документ був першою спробою вимірювати економічний внесок цих галузей у Велику Британію та визначити можливості та загрози, з якими вони стикаються. Документ також допоміг встановити план дій для уряду та галузей.

UNCTAD надає визначення креативних секторів як «цикли створення, виробництва та розподілу товарів і послуг, що використовують креативність і інтелектуальний капітал як основні зусилля. Вони складають комплекс заходів оснований на знаннях, потенційно зосереджений, але не обмежується мистецтвом отримання доходів від торгівлі та прав інтелектуальної власності. Вони включають в себе матеріальні та нематеріальні товари, креативні художні послуги, економічна цінність та маркетингові цілі [3].

Крім того, варто згадати, що одним із поглядів на креативні індустрії є використання концепції ціннісного ланцюга, запровадженого в 1985 році Майклом Портером для опису економічних процесів. Ланцюг вартості по відношенню до творчих галузей починається з творців та закладів культури, продовжується через різних видів виробників та розповсюджувачів культурних об'єктів і закінчується одержувачами або широко розпізнається аудиторією.

Подібна спроба визначити креативні галузі була прийнята урядом Нідерландів у 2005 році, яким було запропоновано, щоб у визначенні креативного потенціалу між культурними та творчими індустріями, мистецтвом та розвагами не було жодних відмінностей. Обґрунтування свідчать, що всі згадані області характеризуються креативністю як основним фактором виробництва.

За даними WIPO, творчий сектор - це «всі галузі, діяльність яких включає креативність, виробництво, виготовлення, презентацію, трансляцію, виставку, розповсюдження та продаж товарів, захищених авторським правом».

Варто зазначити, що культурні та креативні індустрії визнаються ЄС та інтегруються в його політичні документи та програми протягом більше десяти років.

Щоб мати можливість говорити про креативні індустрії, які створюють повноцінний окремий сектор, необхідно застосовувати класифікацію. Як було вище зазначено, спроба надати визначення та розкрити структуру креативного сектору, була неодноразова, тому що це залежить від виду діяльності, від потреб державних органів, зацікавлених у розвитку галузей або специфіці аналізованого регіону. Дослідження довело, що з цього приводу існує досить широкий діапазон з точки зору класифікації. Але є найбільш вузький підхід - це один із напрямів діяльності, який безпосередньо поєднує в собі мистецтво та ділову активність.

Багато визначень креативного сектора викликають модифікацію сфери галузей, включених до них. Багато авторів схильні до застосування терміну «креативні галузі», але з часом з'явилися й інші формулювання: «цифрові галузі» та «галузі авторських прав».

Наприклад, найчастіше використовується номенклатура та класифікація креативного сектора у такий класифікації:

- Бізнес творчий (креативні індустрії) - визначається за характером витрат на робочу силу (креативні одиниці): реклама, архітектура, дизайн, програмне забезпечення, комп'ютер, електронні ігри, фільми та телебачення, музика, видавництво, мистецтво;

- Діяльність, пов'язана з авторськими правами (галузі авторських прав) - визначається за характером створених ресурсів і результатів роботи: комерційне мистецтво, кіно і відео, музичні твори, видавнича справа, фонографія, системи програмного забезпечення та обробки даних;

- Культурна діяльність (культурні індустрії)- визначено публічний характер функцій та джерел фінансування: музеї та галереї, образотворче мистецтво, декоративно-прикладне мистецтво, художнє виховання, радіо та телебачення, кінематографія, бібліотеки;

- Діяльність, пов'язана з цифровою обробкою - визначається поєднанням сучасних технологій та креативні діяльності: кіно і відео, фотозйомка, електронні ігри, фонографія, отримання, обробка, зберігання інформації.

Керуючись визначенням, прийнятим для цілей цього дослідження, креативним сектором є ті юридичні та фізичні особи, які надають креативні продукти. Завдяки виду діяльності креативні об'єкти поділяються на: основі культури та з наявністю корисного елементу. Розподіл відбувається через відмінності між ними, особливо з точки зору рівня частки ринку, кількості створеної робочої сили та ролі у виробництві ВВП або характеру пропонованих продуктів. Діяльність на основі культури є основою цього сектору, і це «види діяльності» які мають коріння в творчості, навичках та таланті людей, але в той же час пов'язані лише з виробництвом креативних продуктів. У прийнятій моделі креативні роботи з корисним нахилом є функціональними галузями у приватному секторі, виробництві комерційних товарів. Слід зазначити, що курс комерціалізації продуктів з цих двох видів діяльності принципово відрізняється. Продукти, які є плодом роботи культурних галузей виробництва в державному секторі, що робить їх присутність на ринку іноді можна визначити тільки за допомогою різних установ і неурядових організацій.

З іншого боку, на основі британського визначення, креативні індустрії включають суб-сектор декоративно-прикладного мистецтва, креативне виробництво та креативні послуги.

Характерною рисою креативні індустрії є те, що вона складається з різних видів діяльності, не тільки культурного сектору, але і пов'язаних із засобами масової інформації та дизайном або архітектурою. Частка окремих творчих галузей в структурі цілого сектору різноманітна.

Але, креативна економіка — це більший сектор, який виходить за рамки традиційних мистецьких та культурних галузей та включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей — має потенціал, який визнається міжнародними організаціями, такими як Рада Європи, різні організації системи ООН, а також національними, регіональними та місцевими органами влади та установами у всьому світі. Крім того, концепція креативної економіки об'єднує розрізнені поняття «інформаційної економіки», «економіки знань» та «інноваційної економіки». Група експертів ООН констатує, що впродовж останнього десятиліття креативна економіка розглядається як нова модель зростання економік європейських країн.

Організація Об'єднаних Націй опублікувала свій перший глобальний звіт про креативну економіку на початку 2008 року, де її було представлено як ефективну модель прискорення соціально-економічного розвитку в світі. Крім того, було зазначено, що саме креативні індустрії є одними з найбільш динамічних секторів світової економіки та є такими що пропонують нові, високі можливості для розвитку країн, у тому числі що розвиваються.

Українська економіка й досі є слабкою навіть у порівнянні з країнами Східної Європи. Але, як зазначають вчені, саме такі часи пропонують можливості подивитися на нові варіанти, підходи та стратегічні напрямки. Наприклад, у 2008 році економіка майже всіх регіонів та країн певний час мала швидкі темпи падіння, що призвело до глобальної рецесії світової економіки та прогрес у досягненні цілей розвитку тисячоліття був поставлений під загрозу. Проте світовий експорт творчих товарів та послуг продовжував зростати, досягши \$ 592 млрд. у 2008 році, що більш ніж удвічі до рівня 2002 року та свідчив про щорічний темп зростання на рівні 14 відсотків протягом шести років поспіль. Це підтвердження того, що культурні та креативні галузі мають великий потенціал, особливо для країн, що розвиваються, та які прагнуть диверсифікувати свою економіку і перестрибнути в одну з найбільш динамічних секторів світової економіки. Як стверджується у звіті ООН, що, хоча зростання креативної економіки саме по собі не є панацея, це потенційно пропонує більш стійкі, всеохоплюючі і екологічно життєздатні шляхи відновлення. 2009 рік був визнаний в ЄС як Європейський рік креативності та інновацій. Таким чином, у розвинених країнах Європи визнали значимість креативних індустрій для економіки й проголосили одним із пріоритетів розвитку, а креативність і соціально-культурний аспект визнали однаково важливими.

Тільки 9 листопада 2015 р. Україна підписала угоду про участь у програмі Європейського Союзу «Креативна Європа», яка була спрямована на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів. До 2020 року на підтримку європейських проектів, що дають можливість подорожувати, охоплювати нові аудиторії, обмінюватися практичними навичками та вдосконалюватися, планується виділити 1,46 мільярда євро [4]. У 2018 році в Україні добігає кінця ще одна трирічна Програма ЄС та країн Східного партнерства «Культура і креативність» – велика міжнародна ініціатива, яка серед іншого ставила за мету змінити звичне на пострадянському просторі розуміння культури: наприклад, показати, який вплив вона має на економіку, та чому це не лише дозвілля, але й рівень толерантності в суспільстві. Але на законодавчому рівні в Україні термін «креативні індустрії» ще не з'явився, хоча й існує у Верховній Раді законодавча ініціатива про додання до Закону «Про культуру» правового визначення терміну «креативні індустрії» (види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості). Крім того, проектом пропонується створити умови для охорони, заохочення, підтримки культурного розмаїття як одного з найважливіших чинників сталого розвитку; уніфікувати види економічної діяльності, які створюють творчий продукт та послуги і потребують належних форм державної підтримки.

Законодавче визначення терміну «креативні індустрії» дозволить розпочати нормотворчу роботу в сфері стимулювання комерціалізації інноваційної креативної діяльності, що базується на розмаїтті форм культурного самовираження, індивідуальній творчості, навичках, таланті. Крім того, це сприятиме подальшому поглибленню імплементації Конвенції ЮНЕСКО про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження 2005 року та виконання Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС.

За результатами дослідження індикаторів впливу культури на розвиток країни за методологією ЮНЕСКО, яке провели в рамках програми «Культури і креативності», внесок креативних індустрій у ВВП України становить 4% – майже втричі менше, ніж сільське господарство, трохи менше, ніж гірничобудівна промисловість, і вдвічі більше, ніж будівництво [4]. Порівнювати цей показник із показниками інших країн важко через різницю методологій підрахунку, пояснює Рагнар Сілл. Утім, зауважує експерт, він усе одно є набагато вищим, ніж очікувалося. Також зазначено, що культурні індустрії забезпечують 3% робочих місць в Україні, а найприбутковішими сферами є телебачення, дизайн та архітектура.

Успішні приклади розвитку окремих креативних індустрій можна пояснити саме тим, що їм вдалося стати частиною економіки, а значить – отримати підтримку з боку юристів, інвесторів, агентів, дистриб'юторів, маркетингологів, піарників та лобістів, які мають справу з їхнім продуктом.

Дж. Поттс і С. Каннінгем намагалися визначити вплив креативних галузей на економіку та зазначили чотири моделі, що описують відносини між креативними галузями та рештою економіки:

1. Спонукальна модель, в якій перше розглядається творчий сектор як тягар для економіки, оскільки він споживає більше ресурсів, ніж генерує позитивних ефектів.

2. Конкурентна модель. Креативні галузі в цій моделі вважаються не важливими галузями економіки. Їх розвиток не має великого впливу на економіку.

3. Модель зростання. На розвиток та збільшення загальної економіки активний позитивний вплив мають креативні індустрії. Передбачається, що творчий сектор забезпечує нові рішення, які використовуються в інших секторах економіки. Так владі у своїх діях слід приділити особливу увагу розвитку обговорюваного сектору, тому що він є двигуном всієї економіки і є не тільки виробником соціально корисних товарів, як у підсумку реалізації першої моделі.

4. Інноваційна модель. На відміну від моделей 1-3, визначається інноваційна модель. Креативні індустрії розглядаються як «своєрідна економічна система вищого порядку, яка функціонує над класично задуманою економікою. Реалізовані проекти - це означає спеціальні проекти» [5].

Цей погляд на креативний сектор вказує на його активну участь у створенні та координації змін, що внесені в базу знань про економічні процеси. Різниця між інноваційною моделлю та іншими підходами полягає в тому, що не враховується участь у створеній економічній вартості, але зосереджується увага на внесок креативного сектора в координацію нових технологій, і отже - формування процесу змін. На відміну від традиційного розуміння культури, де передбачається, що ціннісні досягнення досягнуті в минулому, концепція пропонує розглядати культуру як суспільне благо в динамічних умовах, де заснована цінність креативного сектора розвитку накопичених знань.

Напрями, що можуть сприяти та покращити умови для розвитку підгалузей та видів діяльності в рамках культурних та креативних індустрій України, які є здатними до розширення та/або генерування доходів, підвищенню рівню зайнятості, сталого розвитку та безпосередньо сприяють економічному зростанню: по-перше - нормотворча діяльність (визнати на законодавчому рівні роль культури та креативності у соціально-економічному розвитку країни; визнати креативну економіку елементом інноваційної та стійкої стратегії розвитку України), підвищувати рівень обізнаності суспільства та здійснювати обґрунтовано регуляторне втручання у функціонування та підтримку креативних індустрій тощо; по-друге - підтримувати розвиток необхідної інфраструктури та креативних хабів; по-третє - сприяти креативності та підприємницьким навичкам у системі освіти на всіх рівнях; четверте - забезпечувати ресурси для міжнародного співробітництва і торгівлі та просувати українські таланти та творчість у всьому світі.

Підсумком дослідження є висновок про те, що одним з актуальних напрямком наукових досліджень є концепція креативної економіки, суб'єктами якої є культура та креативність, які відіграють роль двигуна економічних та соціальних інновацій всіх секторів економіки за рахунок розвитку інформаційного суспільства, живить інвестиції у соціальну та промислову інфраструктуру, цифрові технології.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Західні вчені зазначають, що у майбутньому вирішальний вплив на економіку Європи буде креативність та інновації. Конкурентоспроможність в майбутньому матиме дуже помітні відносини з можливістю розвивати відповідний сектор. Поки що конкуренція була для двох основних атрибутів: ціна і технологія. Покупці мають широкий доступ до продуктів з аналогічними цінами та порівнянними параметрами технічними. Тобто, для розвинутих економік - стандартне рішення проблеми – це цінова конкуренція, яка впливає на скорочення витрат. Завдяки розвитку конкуренції, крім технічних знань - попит на підвищену якість, різноманітність продуктів, а також відповідність продуктів до особистих потреб клієнтів, стає все більш важливим.

Література.

1. UNESCO, Creative Economy Report, 2013 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://en.unesco.org/creativity/activities/creative-economy-report>

2. Creative Industries Mapping Document 1998. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

3. UNCTAD, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf

4. Програма ЕС «Креативна Європа» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/programi-ta-agentstva-yes/kreativna-yevropa>
5. Potts J., Cunningham S. Four model of the creative industries / J Potts, S Cunningham // International journal of cultural policy, 2008 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630802281780>

References.

1. UNESCO (2013) Creative Economy Report. Available at: <https://en.unesco.org/creativity/activities/creative-economy-report>
2. Department for Digital, Culture, Media & Sport (1998) Creative Industries Mapping Document 1998. Available at: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
3. UNCTAD (2015) Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries. Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf
4. Ministry of Culture of Ukraine (2015) EU Creative Europe Program. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/programi-ta-agentstva-yes/kreativna-yevropa>
5. Potts J., Cunningham S. (2008) Four model of the creative industries. International journal of cultural policy, 2008. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630802281780>

Стаття надійшла до редакції 20.02.2018 р.