

ВЗАЄМОДІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ТА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Олексій НЕМЕЦЬ, Наталія ГУСЕВА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
Харків, Україна

Abstract. *The article explores the conceptual relationship between creative industries and the creative economy. The article analyses theoretical approaches to the definition of these concepts, considers their structural elements and interrelationships. Based on the analysis of international experience and current trends, an integrative model of interaction between creative industries and the creative economy is proposed. The role of creative industries as a driving force for innovative development and socio-economic transformations in the context of the creative economy is substantiated.*

Key words: *cultural industries, creative industries, creative economy, creative class, creative sector, creativity, innovation.*

В умовах постіндустріального суспільства та глобальних економічних трансформацій креативність стає ключовим фактором конкурентоспроможності та економічного зростання. Концепції креативних індустрій та креативної економіки, що активно розвиваються протягом останніх десятиліть, відображають зміну парадигми економічного розвитку та перехід до економіки знань.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю глибшого розуміння співвідношення між креативними індустріями та креативною економікою, що має не лише теоретичне значення, але й практичну цінність для формування ефективної державної політики стимулювання розвитку креативного сектору.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та визначення співвідношення між поняттями «креативні індустрії» та «креативна економіка», аналіз їх структурних елементів та взаємозв'язків, а також розробка інтегративної моделі їх взаємодії.

1. Еволюція концепцій креативних індустрій та креативної економіки

Термін «креативні індустрії» вперше був використаний у 1998 році у звіті «The Creative Industries Mapping Document» британського урядового Департаменту культури, медіа та спорту (DCMS), щоб розширити визначення культурного сектору та простежити за структурними змінами, зумовленими розвитком нових технологій. Важливо зрозуміти, як креативні індустрії розвинулися з культурних індустрій, адже історія культурних індустрій сягає корінням в індустріальну революцію XIX століття. Вже у 1930-х роках термін «культурні індустрії» був вперше використаний, хоча і в критичному сенсі [10-11]. Звіт DCMS 1998 року визначив креативні індустрії як «ті види діяльності, які беруть свій початок від індивідуальної творчості, навичок і таланту і які мають потенціал для створення багатства і зайнятості через розвиток і використання інтелектуальної власності» [3].

Технологічна та ІТ-революції, які створили нові інструменти для виробництва та комунікації культури, а також нові види культурної діяльності, обумовили зміну культурних індустрій на креативні. Традиційне визначення «культурні індустрії» перетворилося на ширше – «креативні індустрії», а потім на поняття «культурні та креативні індустрії», що використовується Європейським Союзом, враховуючи відмінності між цими двома категоріями діяльності. Культурні індустрії асоціюються з «традиційними» секторами, такими як культурна спадщина, візуальне та виконавське мистецтво, видавнича справа, музика, кіно, радіо, телебачення, друк та фотографія, тоді як категорія креативних індустрій починає включати новий сектор цифрової економіки, такий як програмне забезпечення та ІТ-послуги [10].

Концепція креативної економіки з'явилася дещо пізніше. Її еволюційний розвиток та розуміння сформовано на основі наукових розробок основоположників цієї теорії – Джона Хокінса (концепція креативної економіки) [6], Річарда Флориди (концепція креативного класу)

[7] та Чарльза Лендрі (концепція креативного міста) [8-9]. Так, Джон Хокінс описав креативну економіку як нову економічну систему, де цінність визначається не традиційними ресурсами, такими як земля чи капітал, а залежить від оригінальності та креативності. Джон Хокінс зазначав, що саме свобода та вільний ринок надають унікальну можливість перетворити власні ідеї на товари чи послуги. І в цьому полягає суть креативної економіки [6]. Річард Флорида розширив концепцію, акцентуючи увагу на формуванні нового соціального класу – креативного. Саме працівник креативного сектору, на його думку, є втіленням духу часу і формує економіку сучасного міста. Майбутнє належить креативному класу, який стає рушійною силою економічного розвитку в постіндустріальному суспільстві [7].

З часом розуміння креативних індустрій та креативної економіки еволюціонувало. ЮНКТАД у своїй доповіді «Creative Economy Report» (2008) визначила креативну економіку як «еволюціонуюча концепція, що базується на творчих активах, які потенційно генерують економічне зростання та розвиток», а креативні індустрії – як «цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні фактори виробництва» [1] (табл. 1). ЮНЕСКО розробила власну класифікацію культурних та креативних індустрій, розглядаючи їх у контексті культурного різноманіття та сталого розвитку.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика креативних індустрій та креативної економіки згідно Комісії ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Commission on Trade and Development, UNCTAD) (складено авторами за [1])

Характеристика	Креативні індустрії	Креативна економіка
Сутність	цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні фактори виробництва	еволюціонуюча концепція, що базується на творчих активах, які потенційно генерують економічне зростання та розвиток
Склад	являють собою сукупність видів діяльності, що базуються на знаннях, зосереджені на мистецтві, але не обмежуються ним; включають матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні або мистецькі послуги, що мають творчий зміст, економічну цінність та ринкові цілі	являє собою сукупність видів економічної діяльності, що ґрунтується на знаннях, має вимір розвитку та наскрізні зв'язки на макро- та мікрорівні з економікою в цілому; охоплює економічні, культурні та соціальні аспекти, що взаємодіють з технологіями, інтелектуальною власністю та цілями туризму
Значення	потенційно генерують доходи від торгівлі та прав інтелектуальної власності	може сприяти генеруванню доходів, створенню робочих місць та експортних надходжень, водночас сприяючи соціальній інтеграції, культурному розмаїттю та людському розвитку
Місце в структурі економіки	становлять новий динамічний сектор у світовій торгівлі; знаходяться на перехресті між ремісничим сектором, сектором послуг та промисловим сектором	реальний варіант розвитку, що вимагає інноваційних, міждисциплінарних політичних рішень та міжвідомчих дій. В основі креативної економіки лежать креативні індустрії.

2. Структура креативних індустрій та креативної економіки

Креативні індустрії в сучасному розумінні – це сектор економіки, що об'єднує підприємства, організації та індивідуальних підприємців, діяльність яких базується на індивідуальній творчості, навичках та таланті, і результатом якої є створення продуктів з високою доданою вартістю через розробку та використання об'єктів інтелектуальної власності. Питання структури креативних індустрій потребує окремого глибокого дослідження, оскільки в сучасній науковій літературі зустрічається значна кількість їх моделей. Для прикладу наведемо дві моделі, розроблені Національним фондом підтримки науки, технологій та мистецтв Великої Британії (National Endowment for Science, Technology and the Arts, NESTA) [12] (рис. 1) та Комісією ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Commission on Trade and Development, UNCTAD) [1] (рис. 2). В основі першої моделі лежать чотири бізнес-моделі, пов'язані з культурними та креативними процесами, що охоплюють бізнес-модель, ланцюг створення вартості, ринкові структури та кінцеві продукти в межах кожної групи. Друга модель базується на шести типах креативних результатів та близько десяти галузевих категоріях.



Рис. 1. Модель структури креативних індустрій згідно Національного фонду підтримки науки, технологій та мистецтв Великої Британії (National Endowment for Science, Technology and the Arts, NESTA) (побудовано авторами за [12])

Креативна економіка є ширшим поняттям, що охоплює не лише безпосередньо креативні індустрії, але й систему соціально-економічних відносин, пов'язаних з виробництвом, розподілом та споживанням товарів і послуг, створених на основі креативності та інтелектуального капіталу (рис. 3).

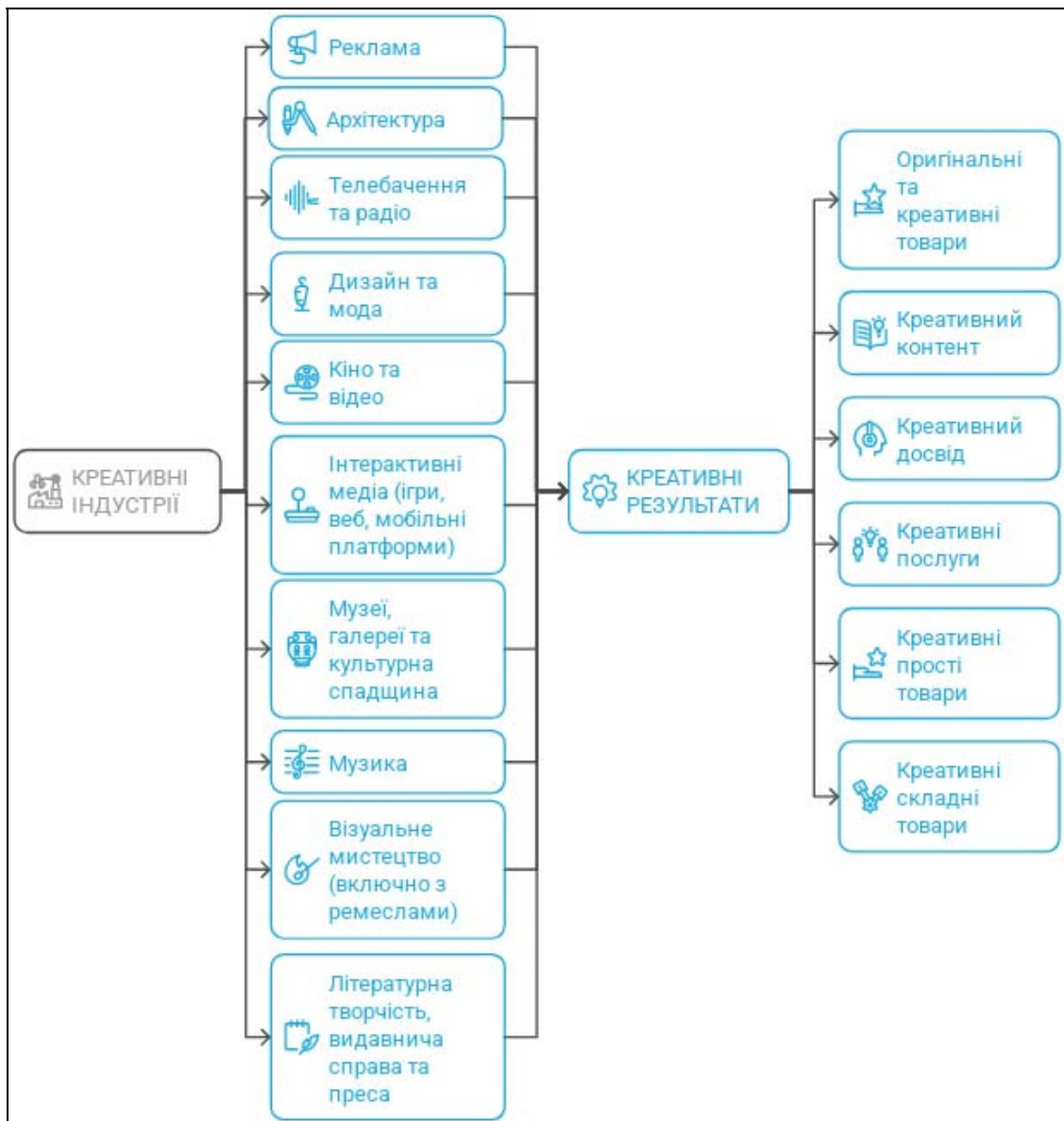


Рис. 2. Модель структури креативних індустрій згідно Комісії ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Commission on Trade and Development, UNCTAD) (побудовано авторами за [1])

3. Співвідношення креативних індустрій та креативної економіки: інтегративна модель

На основі проведеного аналізу пропонується інтегративна модель співвідношення креативних індустрій та креативної економіки, яка розглядає їх взаємодію на трьох рівнях – структурному, функціональному та ціннісному.

Структурний рівень. На структурному рівні креативні індустрії складають ядро креативної економіки, формуючи її базовий сектор. Рушійною силою креативних індустрій та креативної економіки виступає креативний клас. Проте креативна економіка також включає інші структурні елементи (рис. 3), що характерні і для традиційних секторів економіки, але трансформуються під впливом креативності та інновацій. Виникає система концентричних кіл, де креативні індустрії та креативний клас знаходяться в центрі, а навколо них формуються зони креативного впливу на традиційні сектори економіки.

Функціональний рівень. На функціональному рівні креативні індустрії виконують роль генератора ідей, інновацій та креативних рішень, які потім проникають у традиційні сектори економіки, підвищуючи їх конкурентоспроможність та інноваційний потенціал. Креативна

економіка, у свою чергу, створює сприятливе середовище для розвитку креативних індустрій через формування відповідної інфраструктури, інституційних умов та ринків збуту.

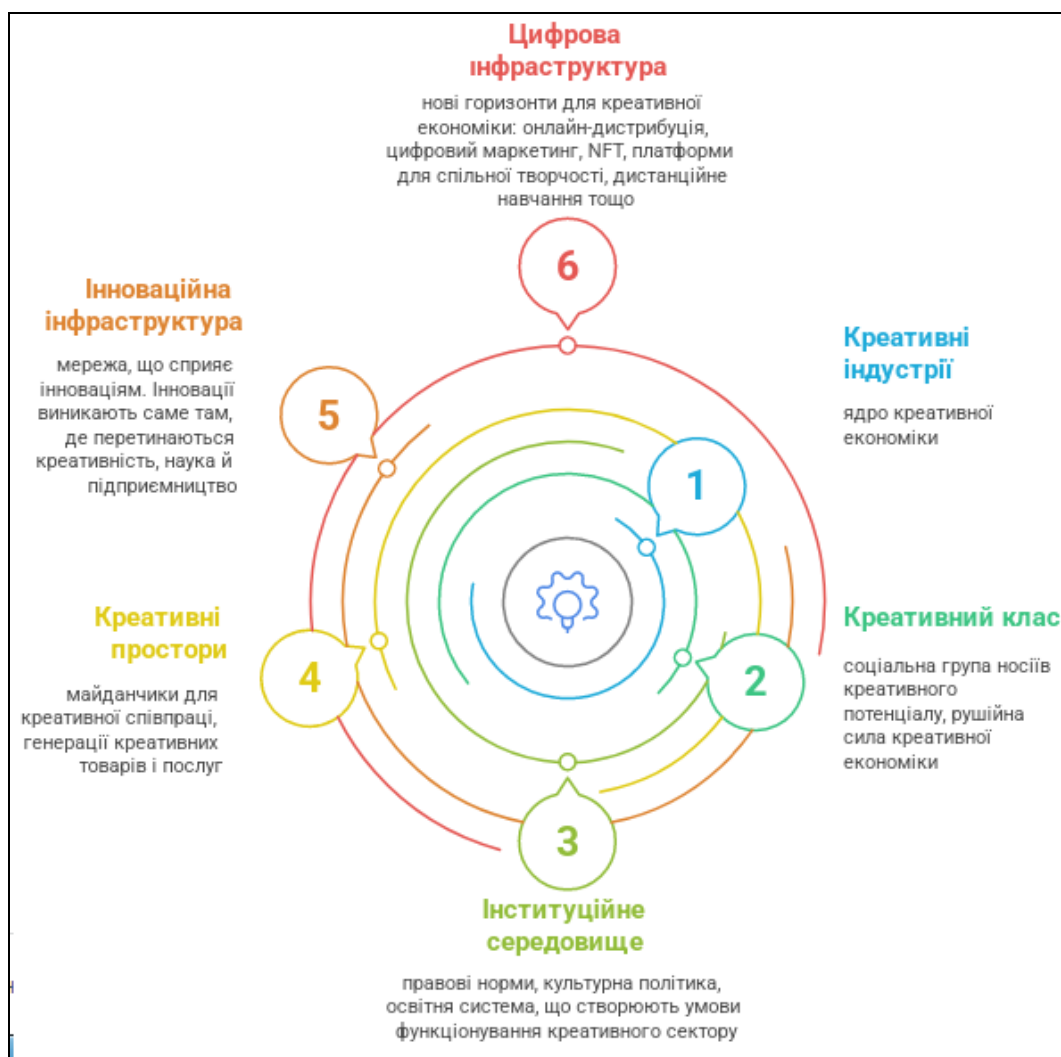


Рис. 3. Структурні елементи креативної економіки (побудовано авторами)

Ціннісний рівень. На ціннісному рівні креативні індустрії формують нову систему цінностей, засновану на креативності, інноваційності, індивідуальності та культурному різноманітті. Ця система цінностей обумовлює постійні трансформації креативної економіки. Так, змінюються моделі споживання, мотивація працівників, форми зайнятості, організаційна культура тощо.

4. Практичні аспекти взаємодії креативних індустрій та креативної економіки

Креативна економіка стрімко зростає, особливо в країнах, що розвиваються, і робить значний внесок в економічний розвиток та створення робочих місць. Дослідження ЮНКТАД показує, що креативна економіка в 2022 році створювала від 0,5 до 7,3 % ВВП та забезпечувала зайнятість від 0,5 до 12,5 % робочої сили в країнах, за якими є дані. Крім того, загальний обсяг експорту креативних послуг у 2022 році сягнув рекордних 1,4 трлн. доларів США, що майже вдвічі перевищило експорт креативних товарів (713 млрд. доларів США), підкреслюючи значний внесок сектору в міжнародну торгівлю. Експорт креативних товарів і послуг при цьому склав відповідно 3 та 21 % від загального експорту товарів і послуг світу [1; 4].

Креативна економіка є важливим рушієм глобального та регіонального економічного зростання, незважаючи на те, що вона є однією з тих, що найбільше постраждали від пандемії COVID-19 та є вразливою до викликів середовища, яке швидко змінюється. Креативні індустрії генерують щорічний дохід у розмірі майже 2,3 трлн. доларів США у всьому світі, що становить

3,1 % світового ВВП [1]. Прогнози вказують на те, що до 2030 року на них може припадати до 10 % світового ВВП, що відображає їх зростаюче значення [13]. Крім того, за оцінками ЮНЕСКО, в 2022 році на креативні індустрії припадало 6,2 % глобальної зайнятості, що забезпечило роботою приблизно 50 млн. осіб по всьому світу. При цьому креативні індустрії працевлаштовують більше молодих людей (15-29 років), ніж інші традиційні сектори економіки [4].

Креативна економіка характеризується високим мультиплікативним ефектом: за оцінками експертів, кожне робоче місце в креативних індустріях створює до 1,9 робочих місць у суміжних секторах [5]. За іншими дослідженнями, кожен 1 долар, витрачений у креативному секторі, генерує 2,5 долара економічного ефекту [2]. Креативні індустрії також стимулюють інновації та технологічний розвиток, що підвищує ефективність економіки в цілому.

Креативні індустрії та креативна економіка сприяють формуванню нового типу зайнятості, що характеризується високим рівнем автономності, гнучкості та індивідуалізації трудових відносин. Розвиток креативного сектору супроводжується появою нових професій та компетентностей, а також трансформацією освітньої системи.

Висновки. Проведений аналіз дозволяє констатувати, що креативні індустрії та креативна економіка перебувають у складній багаторівневій взаємодії. Креативні індустрії виступають системоутворюючим ядром креативної економіки, генеруючи інновації, формуючи нові бізнес-моделі та трансформуючи соціально-економічні відносини. Креативна економіка, у свою чергу, створює сприятливе середовище для розвитку креативних індустрій через формування відповідної інфраструктури, інституційних умов та ринків збуту.

Запропонована інтегративна модель співвідношення креативних індустрій та креативної економіки дозволяє глибше зрозуміти механізми їх взаємодії на структурному, функціональному та ціннісному рівнях, що має не лише теоретичне значення, але й практичну цінність для формування ефективної державної політики стимулювання розвитку креативного сектору.

Список використаних джерел:

1. Creative Economy Outlook 2024. Technical and statistical report. United Nations Conference on Trade and Development. URL : https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf
2. Creative Industries. International Finance Corporation. URL : <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries?utm>
3. Creative Industries Mapping Documents 1998. Department for Digital, Culture, Media & Sport. URL : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
4. Datta N., Melchor M., Laclé J. Five ways creative and cultural industries respond to youth job challenges. WorldBank blogs. October 05, 2023. URL : <https://blogs.worldbank.org/en/jobs/five-ways-creative-and-cultural-industries-respond-youth-job-challenges>
5. Gutierrez-Posada D., Kitsos T., Nathan M., Nuccio M. Do creative industries generate multiplier effects? Evidence from UK cities, 1997-2018. City-REDI, the University of Birmingham; University College London, 2021. URL : <https://pec.ac.uk/wp-content/uploads/2023/09/Do-Creative-Industries-Generate-Multiplier-Effects-Evidence-from-UK-cities-1997-2018-PEC-Discussion-Paper-July-2021-1.pdf>
6. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Allen Lane, 2001. 271 p.
7. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002. 434 p.
8. Landry C., Bianchini F. The Creative City. Bournes Green, Comedia/Demos, 1995. 60 p. URL : <https://demos.co.uk/wp-content/uploads/files/thecreativecity.pdf>
9. Landry C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. London: Earthscan, 2000. 300 p. URL : <https://archive.org/details/creativecitytool0000land/page/n9/mode/2up>
10. Mapping Strategy and CCI Classification: D.T1.2.1. Mapping toolkit. (2019). URL : <https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/COCO4CCI/D.T1.2.1---MAPPING-STRATEGY-AND-CCI-CLASSIFICATION.pdf>
11. Niemets O. The creative economy: the experience of the United Kingdom // Регіон – 2025: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 25 квітня 2025 р.) (у друці).
12. National Endowment for Science, Technology and the Arts. GOV.UK. URL : <https://www.gov.uk/government/organisations/national-endowment-for-science-technology-and-the-arts>
13. Shapiro S. The Creative Economy Is Booming. Why Aren't Creatives? Forbes. May 13, 2024. URL : <https://www.forbes.com/sites/shainshapiro/2024/05/13/the-creative-economy-is-booming-why-are-creatives-not/>