

## THE MEANING AND ROLE OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE EUROPEAN UNION

**Natasha Sarafova**

University „Goce Delcev“, N. Macedonia, natasa.sarafova@ugd.edu.mk

**Marica Tasevska**

University „Goce Delcev“, N. Macedonia, marica.tasevska@ugd.edu.mk

**Abstract:** Creative industries represent one of the fastest growing sectors of the European economy. Hence our interest in this research problem, which is closely related to digitalization and its challenges. The purpose of the conducted research is to present the theoretical aspects of the creative industries in the EU, through a qualitative analysis of the meaning and role of these industries. There are different definitions of the creative industries that vary depending on the perspective of the person addressing the topic. The UNCTAD definition is the most widely accepted because of its adaptability “Creative industries are cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs; constitute a set of knowledge-based activities, focused but not limited to the arts, but potentially generating income from trade and intellectual property rights; encompassing tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives”. The creative industries have in recent years steadily gained importance - more than any other business sector - for the competitiveness of the European economy as a whole. They are already a leading sector for economic growth and job creation, even if their full potential is far from being realized.

**Keywords:** creative industries, EU, digitalization

## ЗНАЧЕЊЕТО И УЛОГАТА НА КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА

**Наташа Сараfoва**

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, natasa.sarafova@ugd.edu.mk

**Марица Тасевска**

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, marica.tasevska @ugd.edu.mk

**Резиме:** Креативните индустрии претставуваат еден од најбрзо растечките сектори на европската економија. Од таму и нашиот интерес за овој истражувачки проблем кој е тесно поврзан со дигитализацијата и нејзините предизвици. Целта на спроведеното истражување е да се прикажат теоретските аспекти на креативните индустрии во ЕУ, преку квалитативна анализа на значењето и улогата на овие индустрии. Постојат различни дефиниции за креативните индустрии кои варираат во зависност од перспективата на личноста која се осврнува на темата. Дефиницијата на UNCTAD е најшироко прифатена поради нејзината приспособливост „Креативните индустрии се циклуси на создавање, производство и дистрибуција на стоки и услуги кои користат креативност и интелектуален капитал како примарни инпути; сочинуваат збир на базирани знаења, активности, фокусирани, но не ограничувајќи се на уметноста, туку, потенцијално генерираат приходи од трговијата и правата на интелектуалната сопственост; опфаќаат материјални производи и нематеријални интелектуални или уметнички услуги со креативна содржина, економска вредност и пазарни цели“. Креативните индустрии во последниве години постојано се стекнуваа со важност – повеќе од кој било друг бизнис сектор – за конкурентноста на европската економија како целина. Тие се веќе водечки сектор за економски раст и отворање работни места, дури и кога нивниот целосен потенцијал е далеку од тоа што треба да се постигне.

**Клучни зборови:** креативни индустрии, ЕУ, дигитализација

### 1. ВОВЕД

Адорно и Хоркхајмер во Дијалектиката на просветителството го воведоа терминот креативни индустрии во 1944 година. Дефиницијата на УНЕСКО, односно, терминот се користи во оние индустрии кои го комбинираат создавање, производство и комерцијализација на ентитети кои се нематеријални и културни по природа. Овие ентитети обично се заштитени со авторски права и може да имаат форма на добро или услуга. Креативните индустрии се единствен сектор на економијата создадени од ширењето на масовната комуникација и глобализмот, а се поделени на два вида: културни и интелектуални индустрии. Една

дефиниција за културните индустрии вели дека тоа е „активност заснована на индивидуална креативност, вештина или талент, и што може да создаде додадена вредност и работни места преку создавање и искористување на интелектуалната сопственост“ (Adorno, T., & Horkheimer, 2002). Креативната економија е преодна точка кон нови високотехнолошки и високоинтелектуални начини на живот. Културните индустрии, кои стануваат нејзина материјална основа, стануваат динамичен и многу профитабилен сектор на глобалната економија. Нивната основа е реализација на креативен капитал (синергетска комбинација на човечки, културен, социјален и институционален капитал) на микро, макро и глобално ниво. Размерот и динамиката на глобалниот креативен сектор, кој има значителен потенцијал за раст и е помалку чувствителен на финансиски и економски кризи од традиционалниот сектор. Кластерите на културната индустрија вклучуваат непрофитни претпријатија, културни институции, театри и индивидуални изведувачи во близина на научниот парк и медиумскиот центар. Креативните кластери се места за живеење, места за работи и места каде што културните производи не само што се произведуваат, туку и се конзумираат. Анализата покажува дека земјите од ЕУ кои ставија поголем акцент на креативните индустрии на крајот ќе имаат корист и материјална и интелектуална (Ivanna Drony et al. 2019:484). Процесите на глобализација, побрзите комуникациски канали, технологиите кои брзо се менуваат и глобалното поврзување радикално ја променија нашата околина и начинот на кој произведуваме и конзумираме културни производи и услуги (UNCTAD, 2008). Оваа конвергенција помеѓу технолошките, социјалните, економските и културните аспекти создадоа промени кои влијаат на нашата секојдневна средина. Креативноста сега е призната како поттикнување на културни, социјални и економски придобивки. Во овој контекст, концептот на „креативна економија“ сега е широко прифатен и разбрани. Почетната ембрионска фаза на преведување на основните концепти во политика на високо ниво сега е речиси завршена (КЕА, 2009). Културните индустрии, се определуваат како оние индустрии кои произведуваат и дистрибуираат стоки или услуги кои во моментот на нивното развивање се сметаат за специфичен атрибут, употреба или цел, кои отелотворуваат или пренесуваат културни изрази, без оглед на комерцијалната вредност што може да ја имаат. ги вклучуваат основните уметности како што се изведувачките уметности, визуелните уметности, како и Пилм, ДВД и видео, ТВ и радио, игри, нови медиуми, музика, книги и печат. „Креативните индустрии“ се оние индустрии кои ја користат културата како влез, но чии аутпути се главно функционални. Оваа класификација вклучува дизајн, мода, рекламирање и архитектура. Другите индустрии кои се „периферни“ за тие индустрии, како што се туризмот или кулинарската уметност, не се земаат предвид. ЦГИ значително се развија во текот на изминатите години, придонесувајќи за околу 2,6% од БДП на ЕУ во 2008 година и создавајќи значителни вработувања. Покрај тоа, ССИ одржуваат и развивање на културната разновидност на Европа, што е исто така важно во однос на социјалната вклученост. Гледајќи го местото на ССИ во националните политики на земјите-членки, тие играат сè поголема улога во однос на обезбедувањето содржина, како и услуги и иновативни прелевања (EC Green Paper, 2010). Секторот на креативните индустрии значително се претвора во енорно важен дел од модерната економија. Креативните индустрии се појавуваат меѓу најдинамичните сектори на современите економии кои играат сè поголема улога за економскиот раст и социјалната благосостојба. Како сектор на економијата, креативните индустрии можат да бидат прифатени како област што ги означува традициите на долгорочниот историски развој и како сосема ново поле, чиј напредок неодамна започна. Традициите на долгорочниот историски развој го одразуваат фактот дека различни креативни, индустриски и давачки услуги кои го формираат секторот на современите креативни индустрии и се припишуваат на оваа конкретна област постојат и историски се развиваат долго време. Некои од горенаведените воведени активности биле познати и стимулирани од најстарите цивилизации: во овој случај, може соодветно да се испитаат понатамошните, историски формирани и мултиплицирани искусни долготрајни традиции и трендови карактеристични за креативните индустрии. Од друга страна, модерен сектор на креативните индустрии може да се гледа како сосема нова област која се развива под условите на живеење на современото општество: креативните индустрии, како нов сектор на економијата, се карактеризираат и стануваат единствени со тоа што, според условите за живеење на современото општество, овој сектор ги комбинира креативните, индустриските и давачките активности кои не беа поврзани со заеднички унифициран систем во рамките на претходната практична активност и не формираа униформно разгледуван феномен на социо-економски развој, како и културни, научни и технолошкиот напредок. Така, јасно е дека „креативните индустрии можат да се дефинираат и истражат и како одредена целина која се карактеризира со а широк спектар на креативни, индустриски и услуги што обезбедуваат активности типични за историски детерминирани долготрајни традиции и трендови и како современо формиран и исклучително брзо развивачки сектор на модерната економија“ ((Melnikas, 2016).

## 2. КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ ВО ЕУ И ДИГИТАЛИЗАЦИЈАТА

Концептот на креативни индустрии во земјите во развој беше промовиран од UNESCO и UNCTAD (Комисијата на Обединетите нации за трговија, помош и развој). Сепак, UNESCO претпочиташе да се однесува на културните индустрии наместо на креативните индустрии. UNESCO ги дефинира културните индустрии како „индустрии што се комбинираат создавање, производство и комерцијализација на креативни содржини кои се нематеријални и културни по природа, вклучувајќи печатење, мултимедија, аудиовизуелни, фотографски и кинематографски продукции, занаети и дизајн“ (UNESCO, 2006). Креативните индустрии, според UNESCO, ги вклучуваат културните индустрии, активностите како што се архитектурата и рекламирањето и индустриите во кои производот или услугата содржи елемент на уметнички или креативен потфат. UNESCO во објавениот документ „Разбирање на креативните индустрии: културна статистика за креирање јавни политики“ тврдеше дека извозот на културни добра се зголемува од 1994 до 2002 година, со брзи стапки на раст во земјите со ниски и средни приходи, додека во земјите со високи приходи стапките на раст беа ниски. Во 2009 година, UNESCO објави уште еден документ кој имаше за цел да го опише растечкото значење на културата за економските и социјалните случувања и влијанието на глобализацијата и значителниот раст во меѓународната културна трговија (UNESCO, 2009). Во 2008 година, UNCTAD објави „Извештај за креативна економија“ во кој беше вграден следниот концепт на креативни индустрии:

- се циклусите на создавање, производство и дистрибуција на стоки и услуги кои користење на креативноста и интелектуалниот капитал како примарни инпути;
- претставуваат збир на активности базирани на знаење, фокусирани, но не ограничувајќи се на уметноста, потенцијално генерирање приходи од трговија и права на интелектуална сопственост;
- опфаќаат материјални производи и нематеријални интелектуални или уметнички услуги со креативни содржина, економска вредност и пазарни цели;
- се на раскрсницата меѓу занаетчискиот, услужниот и индустрискиот сектор и сочинуваат нов динамичен сектор во светската трговија.

Моделот на UNCTAD се заснова на дистрибуција на сите активности на креативните индустрии во четири главни области: наследство, уметност, медиуми и функционални производи и ги идентификува креативните индустрии како голем број меѓусебно поврзани сектори кои функционираат во овие четири области. UNCTAD поексплицитно ја застапува улогата на креативните индустрии како нов мотор на економскиот раст во земјите во развој (Flew 2012).

Креативна Европа е програма на Европската комисија за поддршка на културата и аудио-визуелните сектори. Програмата беше лансирана во 2014 година со буџет од 1,46 милијарди евра и ќе продолжи до 2020 година. Отворена е за земјите-членки на ЕУ, како и за некои не земјите од ЕУ. Креативна Европа е поделена на две потпрограми – Култура и МЕДИА – кои им помагаат на актерите во културниот и креативниот сектор да ги искористат можностите во дигиталната ера и да им овозможат да го достигнат својот економски потенцијал. За таа цел, потпрограмата Култура поддржува сеопфатен сет на мерки кои вклучуваат:

- Проекти за прекугранична меѓународна соработка помеѓу културните и креативните организации во ЕУ и пошироко.
- Паневропски мрежи кои нудат стабилна и долгорочна основа за професионалци да ги развијат своите меѓународни вештини и да ги зајакнат своите конкурентност.
- Превод и промоција на европски книжевни дела.
- Иновативни платформи за промовирање на новите уметници и поттикнување на вистинска европска програма за културни и уметнички дела.
- Креативна Европа ги поддржува и европските престолнини на културата и Награди како што се етикетата Европско наследство и европските награди за литература, архитектура, популарна и современа музика. Европските платформи го поттикнуваат развојот на новите уметници и ја стимулираат транснационалната мобилност на културните и креативните играчи и дела. Членовите на секоја Платформа помагаат да се зголеми препознатливоста и видливоста на културните творци со силна посветеност во однос на европското програмирање, со дизајнирање на стратегии за брендирање и создавање европски ознаки за квалитет (Creative Europe Culture, 2020). Европската алијанса за културни и креативни индустрии (ECCIA) денеска ја лансира својата Европска платформа за иновации (ЕИП). Оваа нова платформа ќе им понуди на иновативните претприемачи полесен пристап до средствата од 2,3 милијарди евра доделени за културниот и креативниот сектор, во обид да го поттикне економскиот раст на ЕУ и работните места. Обезбедувањето полесно учество во програмите за иновации на ЕУ во рамките на Хоризонт Европа ќе и овозможи на ЕУ да поддржи повеќе различни чинители, од различни култури и региони во Европа. Овие програми ќе бидат клучни за секторот да го максимизира својот придонес во економското закрепнување на Европа, преку

инвестиции во дигиталната и зелената транзиција. Културните и креативните индустрии (ЦГИ) се навистина еден од клучните придонесувачи на блокот во иновациите. На пример, висококвалитетните културни и креативни компании прават значителни инвестиции во продукциски кластери, центри на извонредност и одржливи деловни модели, со што поттикнуваат раст и работни места:

- Европската ССИ од високата класа изнесува 4% од европскиот БДП во 2018 година;
- Секторот претставува 10% од вкупниот европски извоз;
- Овие компании вработуваат над 2 милиони луѓе во Европа, со 300.000 работни места отворени помеѓу 2014 и 2018 година.

Европската платформа за иновации (ЕИП) ќе овозможи појава на широки иновативни екосистеми. Тоа, меѓу другото, ќе им овозможи на претприемачите на ЦГИ да имаат корист од подобар пристап до повиците на ЕУ за иновативни проекти и ќе им обезбеди поддршка за учество на тие тендери. Исто така, ќе дејствува како меѓусекторски форум помеѓу широк опсег на професионалци, од мали и средни претпријатија до поголеми индустрии, од јавни до приватни субјекти, како и научни и културни институции. Комесарот за иновации, истражување, култура, образование и млади Марија Габриел, рече: „Развивањето на просперитетен иновативен екосистем за културните и креативните сектори со помош на нашата програма за истражување и иновации на ЕУ Хоризонт Европа, ќе им овозможи да играат клучна улога во отпорноста и конкурентноста на европската економија. Од клучно значење е истражувачите, иноваторите, уметниците и креативните стартапи низ Европа да ги здружат силите и да имаат корист од алатките со кои располагаат“ <https://www.eccia.eu/assets/activities/files/210504%20ECCIA%20press%20release.pdf> (2021).

Анализата на пазарот открива дека инвестирањето во Креативните индустрии е исплатливо : Тоа значи дека, во просек, 5,5% од додадената вредност на земјите-членки на ЕУ во 2017 година расте со брзо темпо во периодот 2013-2017 година (CAGR од 5,1%). Креативните индустрии се едни од водечките даватели на работни места во Европа, вработувајќи во просек 6,2% од работната сила на ниво на земја-членка. Во однос на додадената вредност и вработувањето, Креативните индустрии се споредливи со другите клучни економски сектори како што се секторите за информатичка и комуникациска технологија и сместување и услуги за храна. Креативните индустрии поттикнува содржина и создавање вредност во други индустрии кои зависат од креативни резултати, како што се софтвер и дигитални услуги, телекомуникациски услуги, туризам, потрошувачка електроника, индустриски дизајн, играат клучна улога во преобликувањето на социјалното и економското ткиво на Европа по пандемијата.

Пет клучни трендови кои ги преобликуваат Културните индустрии : *дигитализацијата, зголемената еколошка свест, колаборативните и креативните центри, законските промени* за имателите на правата и економијата на искуство силно влијаат врз растот на Културните индустрии. Дигиталното прифаќање го зголемува пристапот до културните содржини и го поттикнува растот на Креативните индустрии, бидејќи содржината на Креативните индустрии се повеќе се троши дигитално преку интернет, социјалните медиуми или новите дигитални формати (како што се подкасти). Како одговор на промената кон дигиталната потрошувачка, рекламите исто така се оддалечуваат од традиционалните печатени медиуми во дигиталната сфера. Мисловното лидерство и новите наративи за промовирање на еколошката одржливост стануваат сè поважни во заедницата Креативни индустрии. Креативните индустрии, како влијателни актери во општеството, може да одигра значајна улога во охрабрувањето на индивидуалните и општествените промени кон позелени политики и поодржливи избори за потрошувачка. Исто така, Креативните индустрии усвојуваат одржливи практики за намалување на нивниот јаглероден отпечаток низ синџирот на вредност. Новите форми на соработки (кооперативен развој на проекти помеѓу мали компании/хонорарци) водат до иновативни модели како што се креативни центри и простори за соработка кои можат да поттикнат социо-економски развој, особено во урбаните области. Новата европска регулаторна рамка отклучува нови можности за генерирање приходи, особено преку подобро лиценцирање на содржини заштитени со авторски права. Исто така, новите системи за награда за исклучителни авторски права за време на пандемијата COVID-19 (на пр., нови модели на наградување развиени од Организациите за колективно управување) може да доведат до нови решенија за монетизација и дополнителни регулаторни промени. Културните индустрии се составен дел од искуството на економијата и туризмот. Се проценува дека културниот туризам сочинува до 40% од европскиот туризам. Дополнително, културните институции (музеи и театри) низ Европа експериментираат со нови дигитални услуги како одговор на пандемијата COVID-19 <https://keanet.eu/new-market-analysis-of-the-cultural-and-creative-sectors-in-europe/> (2021).

Културните и креативните сектори се важни за обезбедување постојан развој на општествата и се во срцето на креативната економија. Интензивни на знаење и базирани на индивидуална креативност и талент, тие генерираат значително економско богатство. Уште поважно, тие се критични за заедничкото чувство за европски идентитет, култура и вредности. Во економска смисла, тие покажуваат натпросечен раст и

отвораат работни места - особено за младите луѓе - додека ја зајакнуваат социјалната кохезија <https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creative-sectors/cultural-and-creative-sectors>

Дигитализацијата на културата и креативните индустрии ги трансформираа процесите на создавање, производство, дистрибуција и потрошувачка на културата. Сепак, тоа исто така драматично влијаеше на профитабилноста на традиционалните креативни практики и бизниси. Веќе една деценија, нова публика за креативни и културни содржини расте како дигитално потекло, живее многу повеќе во виртуелен свет, апсорбирајќи информации со сè побрзо темпо. На културата сè повеќе се пристапува преку пребарувачите, онлајн платформите и социјалните медиуми. Дигитализацијата на креативните дела ги намали трошоците и, следствено, бариерите за производство за уметниците и творците. Ова доведе до зголемување на уметничката продукција и повеќе креативни дела се произведуваат, дистрибуираат и објавуваат, многу повеќе од порано (Kincsö Izsak, 2021).

»» Постои сè поочигледен повеќеслоен дигитален јаз поради недостаток на пристап до Интернет, дигитална писменост, неутралност на мрежата, неурамнотежен пејзаж на платформи/алгоритми и неодржливи модели на наградување.

„, »» КОВИД-19 ја забрза тековната дигитална трансформација, а со тоа го менува оперативниот контекст на културните и креативните индустрии (вклучувајќи форми на создавање, производство, дистрибуција и пристап), како и нивните деловни модели.

»» Иако поголемиот дел од земјите имаат политики насочени кон дигитална трансформација на културните институции и културните и креативните индустрии, потребни се повеќе активности за да се осигури дека може да учествуваат различни актери (особено во однос на големината, географската локација и полот). во дигиталната креативна економија.

»» Новите форми на меѓународна и регионална соработка ја поддржуваат разликоста на културните изрази во дигитален контекст, како што е прикажано со Насоките за имплементација на Конвенцијата од 2005 година за заштита и промоција на разликоста на културните изрази во дигиталната средина и поврзаниот патоказ (кој допрва треба да биде широко применет на национално ниво), како и новоусвоената Препорака на УНЕСКО за етиката на вештачката интелигенција.

»» Националните дигитални стратегии честопати не успеваат да одговорат на специфичните грижи и потреби на културниот и креативниот сектор. Има потреба од повеќе меѓусекторски модели на управување кои ќе ги вклучат министерствата за култура, комуникација (или оние со ресор за медиуми и радиодифузија), трговија и индустрија (или оние кои се одговорни за регулирање на авторските права), приватни актери, граѓанското општество и други релевантни агенти, како како и регионални стратегии.

»» Во рамките на дигиталната економија, главните дистрибутери на културни содржини исто така финансираат производство на одредени содржини. Тоа значи дека тие имаат директно влијание врз промоцијата на културните изрази. Сепак, работењето на овие големи компании не подлежи на многу регулативи кои би можеле ефикасно да ја промовираат и заштитат разликоста на културното изразување (UNESCO, 2022).

Креативните индустрии се клучни за европската економија. Тие вработија 7,4 милиони луѓе низ ЕУ27 во 2019 година (Евростат), што претставуваше 3,7% од вработеноста. Покрај нивната економска важност, креативните индустрии се исто така релевантни за промоција на различниот културен идентитет и европските вредности на Европа. Дигитализацијата ги трансформираше процесите на создавање, производство, дистрибуција и потрошувачка на содржина. Се повеќе се пристапува кон културата преку наменски платформи, апликации, социјални медиуми и агрегатори. Покрај тоа, дигитализацијата ги наруши традиционалните синџири на вредности на креативните индустрии и доведе до поголема сложеност. Новите актери како што се стриминг платформите и технолошките стартапи влегоа во креативниот индустриски екосистем.

<https://ati.ec.europa.eu/sites/default/files/202110/Leaflet%20Technological%20trends%20in%20the%20creative%20industries.pdf> Според Марек Прокупек „, дигитализацијата стана главна реклама во сите аспекти од нашите животи. Затоа, значително влијаеше на секторот на културните и креативните индустрии и имаше огромни економски и социјални влијанија. Културните и креативните индустрии се едни од најбрзо растечките индустрии и претставуваат значаен придонес за економијата, создавањето работни места и квалитетот на животот. Со огромниот бран на дигитализација, институциите во креативните индустрии се соочија со нови предизвици за тоа како да одговорат на оваа променлива средина додека остануваат верни на својата мисија



и вредности. Ако сакаат да напредуваат, треба да ги приспособат своите деловни модели на технолошките, политичките и економските промени “ (Marek Prokūpek, 2020:24). Интернетот го фаворизираше појавувањето на нови форми на посредување во културните индустрии, главно благодарение на онлајн достапноста и дематеријализацијата на репродукцијата. Дематеријализираните медиуми ги намалуваат трошоците и ограничувањата за складирање и прават сè поголем број дела достапни постојано. Во овој контекст на хиперпонути, рецептот игра клучна улога што ги води потенцијалните потрошувачи до малку познати содржини преку персонализирани системи за препораки или преку промовирање на заедниците од интерес околу тие понуди (Benghozi & Paris, 2016).

Заклучок

### 3. ЗАКЛУЧОК

Пет клучни трендови кои ги преобликуваат Културните индустрии : *дигитализацијата, зголемената еколошка свест, колаборативните и креативните центри, законските промени* за имателите на правата и економијата на искуство силно влијаат врз растот на Културните индустрии. Креативните индустрии се клучни за европската економија. ). Како одговор на промената кон дигиталната потрошувачка, рекламите исто така се оддалечуваат од традиционалните печатени медиуми во дигиталната сфера. Мисловното лидерство и новите наративи за промовирање на еколошката одржливост стануваат сè поважни во заедницата Креативни индустрии. Креативните индустрии се појавуваат меѓу најдинамичните сектори на современите економии кои играат сè поголема улога за економскиот раст и социјалната благосостојба. Како сектор на економијата, креативните индустрии можат да бидат прифатени како област што ги означува традициите на долгорочниот историски развој и како сосема ново поле, чиј напредок неодамна започна.

### КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

Adorno, T., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press

Benghozi & Paris, (2016). *The cultural economy in the digital age: A revolution in intermediation?*, [https://www.researchgate.net/publication/289500077\\_The\\_cultural\\_economy\\_in\\_the\\_digital\\_age\\_A\\_revolution\\_in\\_intermediation/link/5707911508ae04e97090573d/download](https://www.researchgate.net/publication/289500077_The_cultural_economy_in_the_digital_age_A_revolution_in_intermediation/link/5707911508ae04e97090573d/download)

Dronyuka, I., Moiseienkob, I., & Greguš, J. (2019). *Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries* (Available online at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com))

EC Green Paper, (April 2010). op. cit., p. 5

European Union, (2020). *Creative Europe Culture*, Luxembourg <http://europa.eu>

Flew, T. (2012). *The creative industries culture and policy*, Sage. 232 p. <https://doi.org/10.4135/9781446288412>

Kincsö, I. (2021). *Technological trends in the creative industries*, Directorate General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs Unit D.2 – Industrial Forum, Alliances, Clusters, Brussels

KEA, (2009). op. cit., p. 33. p. 44.

Melnikas, B. (2016). *Šiuolaikinės visuomenės intelektinis potencialas: aukštosios technologijos, tinklaveika bei kūrybinių industrijų plėtra*, Viešasis administravimas

Prokūpek, M. (2020). *Digitalization of Cultural and Creative Industries and Its Economic and Social Impact*, Prague, Czech Republic & Le LabEx - Industries culturelles et création artistique, Université Paris 13, France

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)7.(2022),de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

UNCTAD, (2008), *The Creative Economy*, UNCTAD/DITC

#### Интернет ресурси:

<https://www.eccia.eu/assets/activities/files/210504%20ECCIA%20press%20release.pdf> (2021).

Пристапено 23.11.2022 год.

<https://keanet.eu/new-market-analysis-of-the-cultural-and-creative-sectors-in-europe/> (2021).

Пристапено 24.11.2022 год.

<https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creative-sectors/cultural-and-creative-sectors>

(Пристапено 25.11.2021).