

Особенности развития креативных индустрий в современной экономической политике

Шкарина Вера Сергеевна

Кандидат экономических наук, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, РФ.
E-mail: verashkarina@gmail.com

Аннотация

Продвижение креативных индустрий в отечественной экономике из года в год набирает популярность на протяжении последних 10 лет. Тем не менее, несмотря на наличие значительного творческого и интеллектуального потенциала, процесс признания человеческих способностей в качестве полноценной составляющей социально-экономического формирования регионов сталкивается с рядом проблем, для решения которых необходимо выработать новые научные и мировоззренческие подходы, соответствующие не только современным реалиям, но и способные развиваться в перспективе. Целью статьи является исследование особенностей образования творческих (креативных) индустрий с учетом их влияния на развитие креативной экономики России. Актуальность развития креативных индустрий в РФ объясняется наличием экономического содержания в процессе производства и коммерциализации креативного контента, наделенного своими особенностями роста в международной практике. Основными методами исследования развития креативной экономики в России стали конкретно-исторический метод (для раскрытия генезиса понятия «креативные индустрии»); метод систематизации и обобщения (для комплексного рассмотрения механизмов государственного содействия развитию креативной экономики); метод анализа документов (для изучения законодательства в исследуемой сфере); метод анализа и синтеза (для исследования зарубежной практики по представленной теме); метод логического обобщения (для разработки выводов и рекомендаций в сфере совершенствования государственной политики в направлении развития креативных индустрий согласно современным общемировым тенденциям). Дальнейшее развитие получило исследование государственной политики в сфере творческих индустрий, а также были определены направления совершенствования указанной государственной политики в условиях развертывания креативных трансформаций. В результате анализа теоретической базы креативных индустрий обозначены основные термины и понятия, среди которых: творческие (креативные) индустрии, креативная экономика и др. Оценка развития международной практики креативной экономики свидетельствует о наличии определенных взаимодействий с креативными индустриями, среди которых можно выделить экономическое развитие, торговлю, региональное экономическое планирование, политику рынка труда, внутренние и иностранные инвестиции, технологии и коммуникации, социальные вопросы, образование. В качестве направлений развития креативных индустрий следует обратить внимание на необходимость создания благоприятной институциональной системы, расширение законодательной основы, поддержку МСП, государственные программы по содействию инвестирования.

Ключевые слова

Творческие индустрии, культурные индустрии, креативная экономика, государственная политика, институциональная классификация.

Features of Creative Industries Development in Modern Economic Policy

Vera S. Shkarina

PhD, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russian Federation.
E-mail: verashkarina@gmail.com

Abstract

The promotion of creative industries in the domestic economy has been gaining popularity from year to year over the past 10 years. Nevertheless, despite the presence of significant creative and intellectual potential, the process of recognizing human abilities as a full-fledged component of the socio-economic formation of regions faces a number of problems, for the solution of which it is necessary to develop new scientific and ideological approaches that correspond not only to modern realities, but also capable of developing in the future. The purpose of the article is to study the features of forming creative industries, taking into account their impact on the development of the Russian creative economy. The relevance of the creative industries development in the Russian Federation is explained by the presence of economic content in the process of production and commercialization of creative content, endowed with its own growth characteristics in international practice. The main methods of studying the development of the creative economy in Russia were: the concrete historical method (to reveal the genesis of the concept of "creative industries"); the method of systematization and generalization (for a comprehensive review of the mechanisms of state assistance to the development of the creative economy); the method of document analysis (for studying legislation in the field under study); the method of analysis and synthesis (for the study of foreign practice on the presented topic); the method of logical generalization (for the development of conclusions and recommendations in the field of improving public policy in the direction of the development of creative industries according to modern global trends). The study of state policy in the field of creative industries has been further developed, and the directions for improving this state policy in the context of the deployment of creative transformations have been determined. As a result of the analysis of the theoretical base of creative industries, the main terms and concepts are outlined, among which: creative industries, creative economy, etc. The assessment of the development of the international practice of creative economy indicates the presence of certain interactions with creative industries, including: economic development, trade, regional economic planning, labor market policy, domestic and foreign investments, technology and communications, social issues, education. As directions of development of creative industries, it is necessary to highlight the need to create a favorable institutional system, expand the legislative framework, support SMEs, state programs to promote investment.

Keywords

Creative industries, cultural industries, creative economy, public policy, institutional classification.

Введение

Развитие креативных индустрий играет огромную роль в глобальных экономических и политических преобразованиях. В целом лидерами в креативных индустриях остаются развитые экономики, однако доля развивающихся стран в данной сфере неуклонно растет. Например, если в 1950-е гг. ВВП США составлял более 50% от мирового ВВП, то уже к 2020 г. данный результат достиг порядка 25% мирового показателя. Это связано в том числе и с развитием творческих индустрий в таких странах, как Индия и Китай, а также в регионах Юго-Восточной Азии и Латинской Америки. Значительный прогресс в развитии креативной экономики осуществили страны Азиатско-Тихоокеанского региона, в которых соответствующий сектор генерирует около 740 млрд долл. США дохода (33% мирового объема продаж креативной продукции) и представляет 12,7 млн рабочих мест (43% рабочих мест в креативных индустриях в мировом измерении)¹.

Одним из преимуществ развития творческих индустрий для национальных экономик была и остается возможность получения прибыли от экспорта, поскольку товары и услуги, произведенные в сфере креативной экономики, могут быть объектами международной торговли.

В выступлениях известных ученых-экономистов, аналитиков, экспертов, специалистов-практиков часто звучат термины «креативность» и «креативная экономика». О креативности говорят политики и пишут в прессе. На фоне ухода в прошлое индустриальной эпохи развития наше общество переживает глубокие социальные и экономические изменения, где основным видом экономической деятельности становится интеллектуальная собственность, а инструментом — интеллект человека, креативность в данном случае помогает добиться наилучших результатов. В настоящее время «идеи» составляют новую экономику, их создание является основным производством, а творчество — неотъемлемой частью жизни человека.

Российская Федерация наделена творческим и интеллектуальным потенциалом, представляющим собой основной ресурс для развития креативного сектора экономики. Однако в силу ряда причин, среди которых отсутствие стратегического видения и системных преобразований в социальной и гуманитарной сферах, продвижение креативных индустрий происходит сдержанными темпами. В результате замедляется международная мобильность культурно-творческого процесса с образованием пласта неиспользованных возможностей социально-экономического роста в стране.

В мировых масштабах адептами сферы отраслей, формирующих современный сектор креативной индустрии с учетом их влияния на социально-экономическую трансформацию, выступили Дж. Хокинс [Хокинс 2011] и Г. Флорида [Флорида 2016]. Вопросами концепции развития креативных городов занимались также Дж. Джейкобс [Джейкобс 2011], Э. Глейзер [Глейзер 2015], Ч. Лэндри [Лэндри 2011]. Ряд исследователей обращали внимание на отдельные аспекты формирования и функционирования отрасли креативной экономики, в частности рассматривали развитие предпринимательства в культурно-художественных и научно-технических сферах творческих индустрий [Porfirio et al. 2016; Arieti 1976]. Возможности имплементации креативных бизнес-моделей в депрессивных регионах исследовали П. Коллинзи и Дж. Каннингхэм [Collins, Cunningham 2017].

Тем не менее в середине XX в. развитию концепции культурных индустрий оппонировали представители немецкой школы Т. Адорно и М. Хоркхаймера, по мнению которых «...корпорации насаждают и контролируют процесс сверху, подрывая всякую надежду, что культура формируется в середине народных масс» [Хоркхаймер, Адорно 1996, 149]. Анализируя тезисы против

¹ Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик // Бюллетень о сфере образования. 2017. Выпуск № 13. С. 5

индустриализации культуры, ученые указывали на «...вероятность этнокультурной ассимиляции, затирание локальных идентичностей и их последующую маргинализацию, что, в конце концов, может привести к потере экономического, политического и территориального суверенитета» [Там же, 175]. В то же время, как показывает практика, креативные индустрии в современном контексте постиндустриальных экономик из года в год становятся мощной надстройкой материально-технической сферы, активно участвуя в создании добавленной стоимости, высвобождающейся из промышленности.

Вопросы креативной индустрии как особого сектора экономики освещались в трудах А.Р. Агаевой [Агаева и др. 2020], К.Г. Григорян [Григорян 2019], Н.А. Мальшиной [Мальшина 2020], А.Д. Молчановой [Молчанова 2020] и др. Инновационная составляющая в секторе креативной экономики отражена в работах Н.В. Латышева [Латышев 2017], М.Н. Титовой [Титова 2019] и др. Особенности государственной политики РФ в сфере развития креативной экономики, а также вопросы перспективного формирования креативных индустрий в современной России раскрывались рядом отечественных ученых, среди которых Ю.О. Глушкова и И.В. Бабаян [Глушкова, Бабаян 2019], А.В. Кошкин [Кошкин 2020], К.Г. Григорян [Григорян 2019] и др.

Однако анализ источников свидетельствует о незначительном внимании в исследованиях ученых к детерминантам, факторам и стратегиям развития креативных индустрий в хозяйствах РФ, тогда как именно креативная экономика является альтернативным источником создания добавленной стоимости, рабочих мест и инструментом выравнивания социально-экономического развития регионов. Кроме того, государственная политика РФ в решении вопросов поддержки продвижения креативных индустрий на законодательном уровне находится в стадии становления и нуждается в доработке ряда направлений.

Целью статьи является оценка особенностей формирования креативных индустрий и их место в системе современного мирохозяйственного развития России. Исследование потребовало решения ряда задач, основными среди которых являются: раскрытие понятия креативной экономики и особенности ее развития в РФ, анализ взаимосвязи между средой функционирования и развитием креативных индустрий. В результате анализа институционального подхода к классификации креативных индустрий выделены основные сферы по месту их возникновения.

Понятие креативной индустрии и ее особенности

Креативные индустрии — относительно новое понятие, требующее выработки действенных институтов публичного управления на различных уровнях, что становится актуальным примером в контексте исследования теоретико-методологических основ формирования региональных механизмов.

Экономист и искусствовед, профессор Миланского университета Пьер Луиджи Сакко отмечает, что возникновение понятия «креативные индустрии» связано с индустриальной революцией². Появление современных технологий в традиционных искусствах привело к изменению способов их создания, использования и распространения (воспроизведение и распространение звукозаписей, видеозаписей, усиление книгоиздания, массовые кинопоказы). Его исследования подчеркивают именно технологическое воздействие на культуру, способствующее увеличению доступа к ней, влияющее на творческие процессы и изменяющее целые культурные направления.

² Итоги проекта Creative Ports // IT world [Электронный ресурс]. URL: <https://www.it-world.ru/news-company/projects/178431.html> (дата обращения: 20.08.2022).

Отечественные научные исследования, связанные со становлением креативных индустрий в РФ, делают акцент на экономическом содержании, на том, что они выступают основой для вышеупомянутой креативной экономики, в частности, рассматривается ее потенциал в российских реалиях. В публикациях российских ученых понятие «креативные индустрии» начинает появляться после 2010-х г. Такие ученые, как Н.А. Мальшина [Мальшина 2019], Б.В. Салихов [Салихов 2018], А.А. Ткаченко [Ткаченко 2019], видят в креативных индустриях потенциал для постиндустриального глобального развития отечественной экономики через формирование соответствующего сектора.

Определение понятия «креативные индустрии» формируется учеными и субъектами публичного управления с использованием концептуального подхода [Мунго 1963]. То есть на данном этапе исследований современные трактовки неоднозначны, и, помимо креативных индустрий, встречаются еще два понятия — «культурные индустрии» и «творческие индустрии». Обозначенные термины можно считать опосредованными к определению креативных индустрий. В частности, понятие «творческие индустрии» является дословным переводом с английского языка понятия *creative industry*, которое, в свою очередь, является расширенным понятием термина «культурные индустрии».

Следовательно, можно утверждать, что культурные индустрии используются для описания традиционных видов их активности, а креативные индустрии добавляют в свой перечень новые, инновационные виды деятельности, которые генерируются посредством развития цифровых и информационных технологий.

Первым государственным органом, который дал определение понятия «креативные индустрии», был Британский департамент культуры, медиа и спорта, в трактовке которого они определены «как индустрии, происходящие из индивидуальной креативности, умения и таланта, которые имеют потенциал к богатству и созданию рабочих мест через генерирование и использование интеллектуальной собственности»³.

Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) определяет креативные индустрии как индустрии, целью которых является создание, производство и коммерциализация творческих (креативных) содержаний, выступающих нематериальными и культурными по своей природе. Такие материалы обычно защищены правом интеллектуальной собственности и могут набрать форму продукта или услуги⁴.

В свою очередь, Конференция ООН по торговле и развитию ЮНКТАД определяет креативные индустрии как «циклы создания, производства, обмена и распределения товаров и услуг, которые основываются на творческом и интеллектуальном капитале; деятельность на основе знаний, сфокусированная, но не ограничивающаяся искусством, потенциально ориентированным на получение прибыли от торговли и прав интеллектуальной собственности; материальные продукты и нематериальные интеллектуальные или художественные услуги с творческим содержанием и экономической ценностью, и в то же время такие продукты и услуги, которые ориентированы на достижение рыночных целей»⁵.

³ Creative Industries Mapping Document. P. 05 // Department for Digital, Culture, Media & Sport [Электронный ресурс]. URL: <https://static.a-n.co.uk/wp-content/uploads/2016/12/DCMS-Creative-Industries-Mapping-Documents-2001.pdf> (дата обращения: 20.08.2022).

⁴ Creative industries Creative Industries definitions // David Parrish [Электронный ресурс]. URL: <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions> (дата обращения: 20.08.2022).

⁵ Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries // UNCTAD [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (дата обращения: 20.08.2022).

В РФ на законодательном уровне понятие «креативные индустрии» ассоциируется с понятием творческих (креативных) индустрий и закреплена Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р⁶. Данный документ также определяет такие понятия, как «креативная экономика» и «креативный кластер», с предложением не вносить в официальные источники (Законы, Указы и др.) слово «креативный», заменив его на «творческий». С точки зрения территориальной привязки субъектов творческих (креативных) индустрий Распоряжением №2613-р определены «локальные творческие (креативные) индустрии», «инвестиционные творческие (креативные) индустрии», «творческий (креативный) инкубатор», «творческое (креативное) предпринимательство», «экосистема творческих (креативных) индустрий».

По сути, творческие (креативные) индустрии — виды экономической деятельности, целью которых является создание добавленной стоимости и рабочих мест через культурное (художественное) и / или креативное выражение, а в развитии креативных индустрий основную роль играют таланты и умения. В то же время, по нашему мнению, определение термина «творческие (креативные) индустрии» имеет исключительно экономические характеристики и не охватывает результаты креативной деятельности, а также интеллектуальную собственность, акцентируя основное внимание на экономическом результате.

Необходимость активно развивать сферу креативных индустрий на государственном уровне в РФ вызвана прежде всего проявлением в качестве перспективного сегмента экономики, демонстрирующего высокий рост по сравнению с другими отраслями, достигающего ежегодно 3% мирового ВВП и занятости в 1% экономически активного населения всей планеты⁷.

По международным оценкам, преимуществом сектора креативных индустрий является вовлечение представителей среднего и малого бизнеса, создание рабочих мест, альтернатива роста несырьевого экспорта, повышение качества человеческого капитала. Кроме того, данный сектор является источником устойчивого инклюзивного роста, предоставляя возможности для саморазвития, формируя при этом комфортную среду для жизни.

В отечественной статистической практике оценка деятельности и влияние креативных индустрий на экономику в целом впервые была дана в 2020 г. представителями НИУ ВШЭ: по данным их исследования, валовая добавленная стоимость сектора в экономике РФ в 2019 г. достигла почти 2,4 трлн руб. (\$104,6 млрд по паритету покупательной способности — ППС), или 2,4% ВВП. Данный показатель, по оценкам экспертов, близок к среднемировому (3%), где странами-лидерами являются Италия (6,1%), Великобритания (5,8%) и Австралия (5,7%). По объему валовой добавленной стоимости креативных индустрий Китай и США обгоняют другие страны с показателями \$988 млрд и \$921,6 млрд (по ППС)⁸. Кроме того, в РФ обозначенные высокие результаты на 90% связаны с успехами всего трех регионов: Москвы, Санкт-Петербурга и Московской области. Представленный анализ свидетельствует, что из 17 наименований видов креативной индустрии к наиболее востребованным относятся всего 5: мода; музыка, исполнительское искусство, культурно-досуговые учреждения; издательская деятельность; ИТ-индустрия и реклама. Отрицательным фактом в период 2016–2019 гг. является и показатель

⁶ Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.» // Гарант [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/?ysclid=l8wsw9dqms488533844> (дата обращения 20.08.2022).

⁷ В ВВП есть место творчеству // Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4929650> (дата обращения 20.08.2022).

⁸ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест № 1 // НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf (дата обращения 23.08.2022).

внешней торговли РФ как креативными услугами, так и товарами, когда торговый дефицит составил 3 млрд долл. США по услугам и 4 млрд долл. по товарам соответственно. Необходимо отметить тот факт, что в структуре внешней торговли России на экспорт в 2019 г. преобладала печатная продукция (52,4%) и дизайнерские товары (40,0), доля которых доминировала и в составе импорта (77,1%)⁹.

Следовательно, продвигая нишу креативных индустрий в отечественную экономику, выводя на государственный уровень ряд направлений и привлекая из года в год все новые и новые решения, необходимо опираться на зарубежный опыт, определяя при этом преимущества и недостатки.

Структура креативной индустрии

Исследование отрасли креативных индустрий в международной практике предполагает определение основных структурных характеристик. Проведенный анализ зарубежной практики развития креативных индустрий свидетельствует, что к классификации данного сектора существует два основных подхода: институциональный (зафиксированный в нормативно-правовых актах субъектов институционального права) и авторский (принадлежащий исследователям государственного управления, экономики смежных отраслей). Поскольку система государственного управления формируется через органы исполнительной власти, то целесообразным является анализ институционального подхода к классификации креативных индустрий.

Например, в 2005 г. институт статистики ЮНЕСКО предложил собственную структуру креативных индустрий с акцентом на культуру и выделил две основные группы: индустрии в основных направлениях культурной сферы и индустрии, которые имеют влияние на сферу культуры. К основным направлениям относятся музеи, галереи, библиотеки, исполнительские виды искусства, фестивали, изобразительное искусство, ремесла, дизайн, издательство, телевидение, радио, фильмы и видео, фотография, интерактивные медиа. В свою очередь, в индустрии, оказывающие влияние на сферу культуры, входят: музыкальные инструменты, звуковое оборудование, архитектура, реклама, полиграфическое оборудование, программное обеспечение, аудиовизуальное аппаратное обеспечение [Казакова 2020].

В хронологической последовательности первой институцией, предложившей классификацию, выступило Министерство культуры, медиа и спорта Великобритании в 2001 году, определившее 13 секторов, формирующих отрасль креативной экономики:

- 1) реклама;
- 2) рынок современного искусства и антиквариата;
- 3) ремесла;
- 4) дизайн;
- 5) мода;
- 6) кино и видео;
- 7) интерактивный досуг и программное обеспечение;
- 8) музыка;
- 9) перформативные искусства;
- 10) издательское дело;
- 11) программное обеспечение и компьютерные услуги;
- 12) телевидение;
- 13) радиовещание.

⁹ Россия в цифрах. 2019: краткий статистический сборник. М.: Росстат, 2019. С. 510-511.

Институцией, определившей структуру креативных индустрий, стала Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) в 2003 г. Структура от ВОИС включает в классификацию отрасли, которые прямо (основные отрасли) или косвенно (взаимозависимые и промежуточные отрасли) касаются объектов авторского права. В категорию основных отраслей входят: реклама, организация коллективного управления имущественными правами, кино и видео, музыка, исполнительские виды искусства, издательское дело, программное обеспечение, радио и телевидение, визуальное и графическое искусство. Взаимозависимые отрасли авторского права: записывающие материалы (кассеты, диски), бытовая электроника, музыкальные инструменты, бумажная индустрия, фотографическое оборудование. К промежуточным отраслям относят архитектуру, одежду и обувь, дизайн, моду, предметы домашнего обихода, игрушки.

В практике РФ по видам экономической деятельности (ОКВЭД) к креативным индустриям предлагают отнести: арт-индустрию; народные промыслы; музыку, исполнительское искусство, культурно-досуговые учреждения; кино и анимацию; фотографию; издательскую деятельность; телерадиовещание; ИТ и видеоигры; рекламу; архитектуру; дизайн; моду; ювелирное дело; библиотеки, архивы, музеи; культурное наследие; образование в креативных индустриях. Рассматривая ключевые индикаторы развития креативных индустрий в России, Научный центр мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» в классификатор креативных профессий по ОКЗ (общероссийский классификатор занятий) внес также порядка 44 наименований групп креативных профессии, порядка 25 групп товаров в соответствии с классификатором ЮНКТАД и 6 групп услуг.

На основании вышеизложенного представление в публичном пространстве секторов креативных индустрий в России предоставляет нам возможность провести сравнительный анализ институциональных классификаций креативных индустрий (Таблица 1).

Таблица 1. Институциональная классификация креативных индустрий¹⁰

Показатель	Министерство культуры, медиа и спорта Великобритании	ВОИС	ЮНЕСКО	ЮНКТАД	Министерство культуры РФ, Минпромторг РФ, Минэкономразвития РФ, Минцифры РФ
Количество групп услуг	—	3	2	4	6
Количество индустрий	13	20	21	9	17
Количество групп профессий	Не определено	Не определено	Не определено	Не определено	44
Количество групп товаров	Не определено	Не определено	Не определено	Не определено	25
Деятельность для развития креативных индустрий	Креативные налоговые льготы; материальная поддержка культурного развития, фондов, программ; поддержка малых населенных пунктов и регионов; Правительственная поддержка международного сотрудничества.	Обеспечить защиту интеллектуальной собственности и поощрить творческую деятельность в креативных индустриях.	Разработка, реализация и координация международных программ в сфере культуры, образования, коммуникации и информации.	Содействие развитию, выработка принципов и юридической базы, координации международной торговли и международных экономических отношений.	Для развития творческой индустрии создание государственных учреждений; территориальной инфраструктуры, финансовой инфраструктуры; внедрение механизмов упрощенного налогообложения; создание экосистем; развитие экспортной инфраструктуры и др.

¹⁰ Составлено автором.

Подход к классификации креативных индустрий в РФ отличается от проанализированных выше классификаций. По сути, творческие (креативные) индустрии, их развитие и поддержка в России началось с 2016 г., более чем на 15 лет позже, чем на международной арене. Положительным является тот факт, что в определении отечественного перечня креативных индустрий добавлены индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия; индустрии, основанные на искусстве; прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т.п.) и урбанистика. Однако отрицательным является факт того, что в Распоряжении Правительства РФ отсутствует стратегический и тактический план действий по развитию данного направления на перспективу.

Рассмотрев виды экономической деятельности, профессии, продукты и услуги, относящиеся к креативной индустрии, выделим основные сферы, по месту их возникновения (Рисунок 1).



Рисунок 1. Публичное управление развитием креативных индустрий по видам экономической деятельности¹¹

Важным остается факт, что основой креативных индустрий являются индивидуальные таланты и умения, которые часто сочетают в себе несколько видов деятельности для достижения уникального результата.

Заключение

Динамичное развитие креативных индустрий в мире продуцирует новые направления деятельности и занятости населения. Государственное регулирование креативной индустрии в России — относительно новое явление, положительным фактором которого является закрепленный перечень видов экономической деятельности, относящихся к творческим индустриям, что позволяет анализировать данные о состоянии креативной экономики как отрасли

¹¹ Составлено автором.

в целом. Однако темп развития направлений занятости населения, в том числе и креативных индустрий, намного быстрее, чем наличие современных направлений в государственном регулировании, статистических данных и т.п.

В России сектор креативной экономики может стать платформой, на которой активно будет развиваться малый и средний бизнес. В этом ключе необходимо обратить внимание на основную проблему, с которой сталкивается МСП, — это источники финансирования и привлечения инвестиций. Кроме непосредственной поддержки через льготное государственное кредитование, необходимо внедрять системную политику формирования инфраструктуры, поддержки проектов создания публичных креативных пространств — хабов, хакспейсов, коворкингов, антикафе и др., где креативные и талантливые люди могут коммуницировать и презентовать свои идеи и проекты.

В региональном аспекте важно развивать учреждения культуры, инновационно-производственные, образовательные комплексы, информационные технологии, которые будут увеличивать интерес креативного класса к предпринимательской деятельности.

Важным представляется вопрос формирования кадрового потенциала с принципиально новым пониманием культуры, творчества и их коммерческой составляющей, способного удовлетворять экономические интересы как отдельного лица, так и государства в целом.

Рамочная программа поддержки и развития креативных индустрий должна быть результатом совместного труда ведомств:

а) Министерства культуры, где должны формировать новые цели и подходы развития культуры в синергии с другими отраслями, внедрять современные условия художественного образования, политику брендинга культурного наследия и дизайна привлекательных территорий и т.д.;

б) Министерства экономического развития РФ, которое должно сосредоточиться на создании благоприятных условий для стимулирования инноваций, развития услуг по поддержке бизнеса в сфере креативной экономики, улучшения их навыков и компетенций, необходимых для участия как на внутреннем рынке, так и в международной торговле.

Развитие креативных отраслей в нашем государстве может стать одной из основ перехода к постиндустриальному и высокоинтеллектуальному экономическому укладу. Одновременно с повышением качества жизни населения и выравниванием социально-экономического развития регионов проявится возможность культурной экспансии, использования огромного творческого потенциала населения России для позиционирования страны на мировом рынке.

Список литературы:

Агаева А.Р., Джабраилова А.О., Шемеева С.Х. Креативная экономика: перспективы развития DIGITAL технологий // Экономика и предпринимательство. 2020. № 8(121). С. 625–627. DOI: [10.34925/EIP.2020.121.8.126](https://doi.org/10.34925/EIP.2020.121.8.126)

Глейзер Э. Триумф города. Как наше величайшее изобретение делает нас богаче, умнее, экологичнее, здоровее и счастливее. М.: Изд-во Института Гайдара, 2015.

Глушкова Ю.О., Бабаян И.В. Теоретические подходы к анализу креативных индустрий // Beneficium. 2019. №3(32). С. 14–24. DOI: [10.34680/BENEFICIUM.2019.3\(32\).14-24](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.3(32).14-24)

Григорян К.Г. Анализ креативных индустрий как нового сектора мировой экономики // E-Scio. 2019. № 11(38). С. 408–413.

Джейкобс Д. Жизнь и смерть больших американских городов. М.: Новое издательство, 2011.

Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 11. С. 2875–2898. DOI: [10.18334/ce.14.11.111156](https://doi.org/10.18334/ce.14.11.111156)

Кошкин А.В. Креативные индустрии: культурные проекты и политика правительства // Сфера культуры в глобальной экономике: от развития артрынка до брендов территорий и маркетинга. Санкт-Петербург: КультИнформПресс, 2020. С. 23–27.

Латышев Н.В. Креативные индустрии как сектор экономики // Новая наука как результат инновационного развития общества: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 17 ч. Сургут, 22 апреля 2017 года. Сургут: Агентство международных исследований, 2017. Ч. 7. С. 151–155.

Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2011.

Мальшина Н.А. Исследование методического инструментария процесса логистизации в креативной индустрии // Гуманитарный научный журнал. 2019. № 1. С. 74–86.

Мальшина Н.А. Креативная экономика и культурные индустрии России: проектирование, информационные технологии // Культурные индустрии в институтах общества потребления: материалы Всероссийской научной конференции. Великий Новгород, 7–8 апреля 2020 года. Великий Новгород: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2020. С. 261–268. DOI: [10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.37](https://doi.org/10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.37)

Молчанова А.Д. Проблемы креативных индустрий: способы и инструменты решения // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXXV Международной научно-практической конференции. Пенза: Наука и Просвещение, 2020. С. 158–160.

Салихов Б.В. Креативный капитал в экономике знаний. М.: Дашков и К, 2018.

Титова М.Н. Возможности диверсификации в создании креативных индустрий // EurasiaScience: сборник статей XXIV международной научно-практической конференции. Москва, 30 сентября 2019 года. Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2019. С. 144–145.

Ткаченко А.А. Креативная экономика и новые глобальные закономерности развития территорий // Евразийский юридический журнал. 2019. № 4(131). С. 434–436.

Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

Хокинс Дж. Креативная экономика. М.: Классика-XXI, 2011.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. СПб: Медиум, 1996.

Arieti S. Creativity: The Magic Synthesis. New York: Basic Books, 1976.

Collins P., Cunningham J. Creative Economies in Peripheral Regions. Cham: Palgrave Macmillan, 2017.

Munro Th. Evolution in the Arts, and other Theory of Culture History. Cleveland (Ohio): Museum of Art, 1963.

Porfirio J., Carrilho T., Monico L. Entrepreneurship in Different Contexts in Cultural and Creative Industries // Journal of Business Research. 2016. Vol. 69. Is. 11. P. 5117–5123. DOI: [10.1016/j.jbusres.2016.04.090](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.090)

References:

Agueva A.R., Dzhabrailova A.O., Shemeeva S.Kh. (2020) Creative Economy: Prospects for Digital Technologies. *Ekonomika i predprinimatelstvo*. № 8(121). P. 625–627. DOI: [10.34925/EIP.2020.121.8.126](https://doi.org/10.34925/EIP.2020.121.8.126)

Arieti S. (1976) *Creativity: The Magic Synthesis*. New York: Basic Books.

- Collins P., Cunningham J. (2017) *Creative Economies in Peripheral Regions*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Florida R. (2016) *The Rise of the Creative Class. Revisited*. Moscow: Mann, Ivanov & Ferber.
- Glaeser E. (2015) *Triumph of the City: How Our Greatest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier*. Moscow: Izd-vo Instituta Gaydara.
- Glushkova Yu.O., Babayan I.V. (2019) Theoretical Approaches to the Analysis of Creative Industries. *Beneficium*. №3(32). P. 14–24. DOI: [10.34680/BENEFICIUM.2019.3\(32\).14-24](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.3(32).14-24)
- Grigoryan K.G. (2019) Analiz kreativnykh industriy kak novogo sektora mirovoy ekonomiki [Analysis of creative industries as a new sector of the world economy]. *E-Scio*. № 11(38). P. 408–413.
- Horkheimer M., Adorno T. (1996) *The Dialectic of Enlightenment*. Saint Petersburg: Medium.
- Howkins J. (2011) *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. Moscow: Classica-XXI.
- Jacobs D. (2011) *The Death and Life of Great American Cities*. Moscow: Novoye izdatel'stvo.
- Kazakova M.V. (2020) Cultural and Creative Industries: Concepts Limits. *Kreativnaya ekonomika*. Vol. 14. Is. 11. С. 2875–2898. DOI: [10.18334/ce.14.11.111156](https://doi.org/10.18334/ce.14.11.111156)
- Koshkin A.V. (2020) Kreativnyye industrii: kul'turnyye proyekty i politika pravitel'stva [Creative industries: Cultural projects and government policy]. *Sfera kul'tury v global'noy ekonomike: ot razvitiya artrynka do brendov territoriy i marketinga*. Saint Petersburg: KultInformPress. P. 23–27.
- Landry C. (2011) *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Moscow: Classica-XX1.
- Latyshev N.V. (2017) Kreativnyye industrii kak sektor ekonomiki [Creative industries as a sector of economy]. *Novaya nauka kak rezul'tat innovatsionnogo razvitiya obshchestva: sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. In 17 parts. Surgut, April 22, 2017. *Surgut: Agentstvo mezhdunarodnykh issledovaniy*. Part 7. P. 151–155.
- Malshina N.A. (2019) Issledovaniye metodicheskogo instrumentariya protsessa logistizatsii v kreativnoy industrii [Research of methodological toolkit of logistics process in creative industry]. *Gumanitarnyy nauchnyy zhurnal*. № 1. P. 74–86.
- Malshina N.A. (2020) Creative Economy and Cultural Industries in Russia: Design, Information Technology. *Kulturnyye industrii v institutax obshchestva potrebleniya: materialy Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii*. Velikiy Novgorod, April 7–8, 2020. Velikiy Novgorod: Novgorodskiy gosudarstvennyy universitet imeni Yaroslava Mudrogo. P. 261–268.
- Molchanova A.D. (2020) Problems of Creative Industries: Ways and Tools to Solve Them. *Sovremennaya ekonomika: aktual'nyye voprosy, dostizheniya i innovatsii: sbornik statey XXXV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Penza: Nauka i Prosveshchenie. P. 158–160.
- Munro Th. (1963) *Evolution in the Arts and other Theory of Culture History*. Cleveland (Ohio): Museum of Art.
- Porfirio J., Carrilho T., Monico L. (2016) Entrepreneurship in Different Contexts in Cultural and Creative Industries. *Journal of Business Research*. Vol. 69. Is. 11. P. 5117–5123. DOI: [10.1016/j.jbusres.2016.04.090](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.090)
- Salikhov B.V. (2018) *Kreativnyy kapital v ekonomike znaniy* [Creative capital in the knowledge economy]. Moscow: Dashkov & K.
- Titova M.N. (2019) Opportunities for Diversification in the Creation of Creative Industries *EurasiaScience: sbornik statey XXIV mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Moscow, September 30, 2019. Moscow: «Nauchno-izdatel'skiy tsentr «Aktual'nost'.RF». P. 144–145.
- Tkachenko A.A. (2019) Creative Economy and New Global Laws of Territories Development. *Evrasiyskiy yuridicheskiy zhurnal*. № 4(131). P. 434–436.

Дата поступления/Received: 30.08.2022