

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**"Всероссийская академия внешней торговли Министерства
экономического развития Российской Федерации"**

На правах рукописи

СИНИЛОВА АЛЕКСАНДРА ВЛАДИМИРОВНА



**Формирование экономического механизма государственной поддержки
креативной экономики за рубежом и возможности использования
международного опыта в российской практике**

Специальность 5.2.5 – "Мировая экономика"

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Научный руководитель:

доктор экономических наук,

профессор Родыгина Н. Ю.

Москва – 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретико-методологические аспекты развития креативной экономики	16
1.1. Понятие и экономическая сущность креативной экономики	16
1.2 Основные научные школы и концепции в сфере креативной экономики	38
1.3. Нормативно-правовая база креативной экономики	54
Глава 2. Анализ развития креативной экономики за рубежом и в России на современном этапе	63
2.1. Актуальные тенденции развития креативной экономики в мире	63
2.2. Современные тенденции и особенности развития креативной экономики в России	87
2.3 Искусственный интеллект как новый драйвер креативной экономики	109
Глава 3. Перспективные направления развития креативной экономики за рубежом и в России	124
3.1 Основные тренды международной торговли креативными товарами и услугами	124
3.2 Новые направления и формы государственной поддержки креативной экономики в России	138
3.3 Формирование экономического механизма государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий	151
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	171
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	178
ПРИЛОЖЕНИЯ	197

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Международный опыт последних десятилетий демонстрирует устойчивую динамику развития креативных индустрий при постоянном расширении и совершенствовании механизмов их государственной поддержки. Этот тренд сохраняет актуальность и сегодня. Представляется целесообразным адаптировать положительные зарубежные практики в области стимулирования креативной экономики к условиям современной России.

Актуальность данного направления подчеркивается в выступлениях высшего руководства страны, например, Президента России В.В. Путина на ПМЭФ-2025: "До конца года 70 регионов начнут внедрять стандарты развития этого современного сегмента экономики и общественной жизни, создавать необходимую инфраструктуру. Чтобы сделать такую работу более основательной, системной, прошу правительство вместе с субъектами федерации подготовить долгосрочную стратегию развития креативной экономики, а также подумать о запуске федерального проекта на этот счет"¹.

Анализ лучших зарубежных практик позволил выделить важную для России тенденцию: наряду с повсеместным усилением роли государства в развитии креативной экономики, создание в развитых странах специализированных государственных институтов поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий. Эти структуры, часто имеющие статус агентств или центров неминистерского уровня, фокусируются на предоставлении экспортерам комплексного пакета услуг. Их основная миссия заключается в информационно-консультационном сопровождении, оказании организационной помощи и маркетинговой поддержки на всех этапах выхода на зарубежные рынки.

¹ "Путин поручил подготовить долгосрочную стратегию развития креативной экономики"
<https://tass.ru/politika/24300147>

Высокая актуальность исследования креативной экономики, механизмов и инструментов ее государственной поддержки, в том числе в экспортной сфере, обусловлена ключевой ролью креативных индустрий в обеспечении устойчивого общественного развития. Они меняют рынок труда, формируют новые ценности и помогают странам укреплять свои позиции в мире. Для России это путь к созданию современной, диверсифицированной экономики, способной конкурировать на глобальном рынке.

Каждый успешный выход российского креативного предприятия на международный уровень вносит вклад не только в экономический рост и диверсификацию экспортной корзины страны, но и в развитие человеческого капитала, реализацию творческого потенциала и укрепление позиций отечественных брендов на международной арене.

Степень разработанности темы. К настоящему моменту на информационном рынке представлен широкий спектр работ отечественных и зарубежных авторов в области развития и регулирования международной торговли, государственной поддержки экспорта, экономики знаний и креативных индустрий.

Существенный вклад в понимание современных трансформационных процессов в международной торговле и анализ интеграции России в мировую экономическую систему внесли работы ведущих отечественных экономистов: Л.И. Абалкина, В.И. Кузнецова, Р.И. Хасбулатова, С.Ю. Глазьева, О.В. Буториной, В.А. Буренина, И.Д. Иванова, В.Л. Иноземцева, Н.Н. Ливенцева, В.М. Кудрова, И.Н. Герчиковой, С.И. Долгова, И.И. Дюмулена, Е.П. Островской, В.А. Назарова, В.Ю. Преснякова, А.Н. Спартака, Ю.А. Савинова, И.А. Сафонова, Б.И. Синецкого, Е.Д. Халевинской, Г.П. Черникова, Ю.В. Шишкова, В.Н. Шенаева, Н.П. Шмелева и В.П. Гутника. Особое внимание при подготовке диссертации автор уделил монографиям Дюмулена И.И. (“Международная торговля услугами”, 2003) и Спартака А.Н. (“Современные трансформационные процессы в международной торговле и интересы России”, 2018). В исследовании Дюмулена И.И. системно рассматриваются

особенности международного обмена услугами и его регулирования, включая, торговлю объектами интеллектуальной собственности. В работе Спартак А.Н. раскрыты тенденции интеллектуализации и цифровизации международной торговли, в том числе в контексте развития креативных индустрий, показана роль высокотехнологичных изделий, а также высокотехнологичных и интеллектуальных услуг в российском экспорте. Значительный интерес в процессе написания диссертации представило ознакомление с рядом коллективных монографий, а именно: “Креативные индустрии” (Абанкина Т.В., Вапнярская О.И., Платонова Н.А., 2025), “Креативные индустрии в городе: возможности и ограничения социально-экономического развития” (Шомин Е.С., Пузанов А.С., 2021) “Мировой и российский экспорт: тенденции и перспективы развития, системы поддержки” (Спартак А.Н., Хохлов А.В., Французов В.В., 2015), “Международная торговля услугами: новые тенденции развития и регулирования, роль в интеграционных процессах” (под ред. Спартак А.Н., 2016), “Новые тренды в экономической глобализации” (под ред. Булатова А.С., Галищевой Н.В., Максаковой М.А., 2023).

Важный вклад в развитие проблематики креативной экономики в целом, а также государственной поддержки креативных индустрий, внесли следующие российские и зарубежные авторы: Аузан А.А., который ввел термин “оранжевая экономика” для описания моделей креативных индустрий; Бахтигараева А.И. в своей работе "Развитие креативной экономики России в контексте современных вызовов" (2022) исследовала феномен креативной экономики с точки зрения подходов к определению её границ, перспектив, барьеров, ресурсов и потенциала развития в России; Брызгалин В.А. В своей монографии "Креатосфера и её роль в современной креативной экономике" (2023) исследовал концепцию "креатосферы" — среды, в которой развивается креативная экономика; Зеленцова Е.В. в статье "От творческих индустрий к творческой экономике" рассмотрела принципы развития и примеры создания креативных индустрий, а также Родыгина Н.Ю., Гнедовский М., И.

Куснирович, К. Мельников, Р. Флорида, Дж. Хоккинс, Ле Корбюзье, Марк Витрувий Поллион, Ян Гейл, П. Ромер.

В рамках проведенного исследования был изучен ряд диссертационных работ, посвященных проблематике креативной экономики. В частности, докторская диссертация М.Ю. Павлова (2022) "Воспроизводство человеческого потенциала в условиях креативной экономики" раскрывает стратегически значимые направления его интенсивного воспроизводства, позиционируя человеческий потенциал как ключевой ресурс и высшую ценность креативной экономики. Следует отметить, что позиция автора относительно детерминирующей роли человеческого потенциала в развитии креативных индустрий представляется вполне обоснованной и разделяется в рамках настоящего исследования.

Диссертационное исследование О.В. Дьяченко (к.э.н., 2013) "Развитие инновационно-креативной экономики России на современном этапе", несмотря на верное определение международного вектора развития национальных экономик, характеризуется ограниченным подходом к идентификации направлений развития креативных индустрий и не в полной мере учитывает фактор инновационных технологий.

Кандидатская диссертация Г.Д. Паксютова (2023) "Тенденции и перспективы создания креативного сектора экономики Японии на примере индустрии кино" фокусируется на определении вклада японской кинематографической индустрии в экономику страны. Однако, с методологической точки зрения, выбранный автором ракурс исследования представляется недостаточно репрезентативным для оценки потенциала всего креативного сектора, поскольку в условиях цифровой трансформации и доминирования глобальных стриминговых платформ киноиндустрия утрачивает роль системообразующей отрасли национальной экономики.

При, в целом, глубокой степени проработки проблематики развития и регулирования креативной экономики в трудах отечественных и зарубежных ученых, вопросы адаптации национальных экономик к меняющимся условиям мирового хозяйства, в частности в аспекте разработки и внедрения многоуровневой системы государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий, остаются недостаточно изученными в научной литературе и требуют комплексного исследования.

Цель работы состоит в исследовании современного экономического механизма государственной поддержки креативной экономики, экспорта товаров и услуг креативных индустрий за рубежом для подготовки на этой основе научно-обоснованных рекомендаций по реализации экспортного потенциала отечественных креативных секторов.

Для достижения поставленной цели работа предусматривает последовательное решение ряда взаимосвязанных исследовательских **задач**:

- проанализировать теоретико-методологические основы развития креативной экономики как объекта государственного регулирования и поддержки, идентифицировать существующие научные школы и концептуальные подходы в этой области;
- систематизировать функции государства в формировании и развитии экономического механизма, направленного на поддержку креативной экономики, стимулирование экспорта товаров и услуг креативных индустрий;
- исследовать и обобщить зарубежный опыт (методологические подходы и практические модели) построения эффективных механизмов государственной поддержки экспорта в сфере креативных индустрий, провести сравнительный анализ национальных систем поддержки экспорта креативной продукции в ключевых зарубежных странах с целью выявления общих закономерностей и национальных особенностей;
- проследить историческую эволюцию и определить этапы формирования отечественной системы государственной поддержки экспорта

креативных индустрий, оценить её текущее состояние, механизмы работы и перспективы развития;

- разработать практические рекомендации по адаптации и имплементации наиболее успешных элементов зарубежного опыта для совершенствования российской национальной системы поддержки экспорта креативных индустрий;

- апробировать концептуальную модель реализации проектов креативных индустрий в секторе урбанистики и архитектуры с перспективой ее масштабирования на международном уровне.

Гипотеза. Эффективность господдержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий России возрастет при формировании многоуровневой системы поддержки в формате государственно-частного партнерства и внедрении отраслевых моделей поддержки, апробированных в национальной урбанистике и архитектуре, на рынках БРИКС и Ближнего Востока.

Объектом исследования являются процессы развития креативной экономики и механизмов ее государственной поддержки в контексте современных международных экономических отношений.

Предмет исследования — совокупность экономических отношений, институтов и инструментов, формирующих систему государственного содействия экспорту товаров и услуг креативных индустрий, а также особенности реализации экспортных стратегий в данной области на примере России и зарубежных стран.

Теоретическую и методологическую основу диссертации составили фундаментальные концепции и современные научные труды ведущих отечественных и зарубежных авторов в области международной торговли, экономики знаний и креативных индустрий. В ходе исследования был использован комплекс общенаучных и специальных методов познания, в том числе анализ и синтез, сравнительный и институциональный подходы. Эмпирическую основу работы составили аналитические отчёты и статистические материалы авторитетных международных организаций, таких

как Всемирный банк, МВФ, ВТО, ЮНКТАД, ОЭСР, что обеспечило репрезентативность и достоверность полученных результатов, а также данные официальной статистики Росстата и Банка России, аналитические отчеты ВЭБ.РФ, Российского экспортного центра и Росэксимбанка, материалы ведущих научных (Институт Европы РАН) и государственных структур (Минэкономразвития, Минкультуры России). Особое место в исследовании занимает сравнительный анализ программных документов в области поддержки экспорта, принятых как в России, так и за рубежом, что позволило выявить общие тенденции и национальные особенности.

Обработка полученных данных проводилась с применением экономико-статистических методов, сопоставительного метода, методов группировки и кейс-стади, а также инструментов визуализации данных, включая построение аналитических таблиц и графических моделей.

Соответствие специальности

Проведенное исследование и его результаты полностью соответствуют области научной специальности 5.2.5 "Мировая экономика". Содержание работы непосредственно затрагивает ключевые аспекты паспорта специальности, а именно: закономерности международного разделения труда (п. 3), процессы глобализации и интернационализации (п. 4), особенности функционирования и динамики международных рынков (п. 5), вопросы регулирования и развития мировой торговли (п. 7), экологически и социальные аспекты глобального развития (п. 17), а также внешнеэкономическая политика Российской Федерации (п. 26).

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке концептуальных основ и механизмов построения в России эффективной системы государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий. Проведенное исследование предлагает новое понимание растущего влияния государства на развитие экономических процессов и демонстрирует, что целенаправленная поддержка экспортно-ориентированных инициатив в креативном секторе представляет

собой важный элемент и движущую силу обеспечения устойчивого экономического роста и повышения глобальной конкурентоспособности национальной экономики в условиях современных вызовов.

Научная новизна проведенного диссертационного исследования раскрывается и конкретизируется в следующих положениях, выносимых на защиту:

1. Впервые произведена систематизация вклада различных научно-практических школ в понимание и продвижение идеологических концептов креативной экономики, на основе которой уточнены методологические подходы к исследованию креативных индустрий. По результатам анализа сделан вывод, что креативная экономика представляет собой живой, сложноустроенный и быстро эволюционирующий организм, остро нуждающийся в целенаправленной и системной государственной поддержке, выступающей не просто вспомогательным инструментом, а ключевым фактором создания устойчивых конкурентных преимуществ и интеграции в глобальные цепочки создания стоимости.
2. Сформулированы и систематизированы Современные тенденции и особенности развития креативной экономики в России и за рубежом, в результате анализа которых доказана специфическая природа взаимодействия государства и бизнеса в рассматриваемой сфере, характеризующаяся инициативой снизу-вверх: именно инновационные предприятия и отдельные креаторы, а не государственный аппарат, являются первичным источником инноваций и драйвером роста. Данная модель позволяет создавать гибкие, адаптивные к глобальным вызовам механизмы поддержки, обеспечивающие максимальное раскрытие творческого и экспортного потенциала. Установлено, что состав креативных индустрий представляет собой постоянно эволюционирующую категорию, динамика которой напрямую

обусловлена стремительным развитием НИОКР, проникновением цифровых технологий и искусственного интеллекта в новые сферы.

3. На основе проведенного сравнительного анализа действующих механизмов государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий в различных странах выявлено серьезное институциональное отставание России от лучших зарубежных практик. Полученные результаты обосновывают объективную необходимость формирования в России гибкого многоуровневого экономического механизма государственной поддержки, способного оперативно реагировать на новые вызовы и обеспечивать устойчивые конкурентные позиции национальных креативных компаний в международном пространстве.
4. Разработана и научно обоснована оригинальная четырехуровневая модель государственной поддержки российского экспорта товаров и услуг креативных индустрий, структурно интегрирующая макроэкономический, отраслевой, региональный и корпоративный уровни управления. Представленная модель формирует целостный механизм координации усилий всех субъектов экономической деятельности, что создает предпосылки для системного повышения конкурентоспособности отечественных креативных компаний на международной арене. Реализация данной модели позволит осуществить стратегическое позиционирование российского креативного экспорта в условиях глобальной турбулентности, обеспечивая его устойчивый рост и географическую диверсификацию.
5. Всесторонне обоснована необходимость разработки долгосрочной стратегии развития российского экспорта товаров и услуг креативных индустрий и формирования специализированного федерального института поддержки экспорта в данной сфере. Ключевым принципом функционирования такого института определено государственно-частное партнерство, создающее условия для

эффективного взаимодействия всех заинтересованных сторон. Это позволит консолидировать ресурсы, унифицировать меры поддержки и сформировать целостную экосистему для вывода российских креативных продуктов на международные рынки, обеспечивая тем самым достижение стратегических целей национального экономического развития.

6. Доказана эффективность использования концептуальной модели реализации проектов креативных индустрий в секторе урбанистики и архитектуры (на основе практической деятельности автора в рамках проекта комплексного развития территорий “Лучи”), которая обеспечивает синергию за счет одновременного стимулирования креативной экономики, улучшения социальной среды и генерации экспортно-ориентированных решений городского планирования и архитектуры для вывода на международный рынок. Разработанная автором методология масштабирования проектов креативных индустрий в сфере урбанистики и архитектуры представляет собой тиражируемую модель, способную стать драйвером пространственного и экономического развития для стран БРИКС и Ближнего Востока, а также для других государств со схожим социально-экономическим укладом, создавая таким образом новые точки роста

Практическая значимость исследования заключается в том, что его ключевые выводы и теоретические разработки могут быть использованы непосредственно для совершенствования государственной поддержки экспорта в сфере креативной экономики и формирования национальной стратегии в этой области. Практическая значимость работы подтверждается ее активным использованием в консалтинговой деятельности автора. Разработанные рекомендации применяются для российских компаний-экспортеров из сферы креативных индустрий.

Апробация и внедрение результатов исследования

Результаты диссертационного исследования прошли всестороннюю апробацию в академической и профессиональной среде. Ключевые положения и выводы работы были представлены автором на ряде международных научных конференций и нашли отражение в серии публикаций в рецензируемых научных изданиях.

Использованные в работе научные подходы и методические решения уже нашли своё практическое применение. Они легли в основу учебного курса по креативной экономике, который автор читает студентам факультета экономистов-международников Всероссийской академии внешней торговли (ВАВТ) в рамках дисциплины "Международная торговля". Внедрение этих материалов подтверждено двумя официальными справками.

По теме диссертации опубликованы: учебное пособие "Креативная экономика", пять статей в журналах из перечня ВАК общим объемом 6,8 п.л. и статьи в шести сборниках международных научных конференций.

Структура и объем работы: Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 215 наименований и 2 приложений. Диссертация содержит 14 таблиц и 28 рисунков, изложена на 197 с.

Первая глава посвящена теоретическим аспектам развития креативной экономики. В параграфе 1.1 автор анализирует эволюцию понятийного аппарата, опираясь на классификацию ЮНКТАД, которая определяет креативные индустрии как циклы создания, производства и распределения товаров и услуг, основанные на интеллектуальном капитале. Представлена обновленная система измерения экономического вклада сектора через связь отраслевых кодов ISIC Rev. 5 с данными международной торговли (Гармонизированная система, EBOPS), охватывающая десять ключевых групп: от архитектуры и дизайна до программного обеспечения и НИОКР. Параграф 1.2 систематизирует вклад различных научно-практических школ: архитекторов (Ле Корбюзье с его принципом "дом — машина для жилья", Константин Мельников как революционер конструктивизма), урбанистов (Ян

Гейл, доказавший важность социального взаимодействия в городской среде), экономистов (Ричард Флорида с концепцией "креативного класса", Пол Ромер, изучавший роль инноваций в региональном развитии). Особое внимание уделяется этапизации развития креативных индустрий — от традиционных ремесел через индустриализацию к цифровой трансформации и интеграции ИИ. В параграфе 1.3 исследуется нормативно-правовая база, включая резолюцию ООН (2021 г. как "Международный год креативной экономики"), Балийскую повестку (2018), и их связь с Целями устойчивого развития. Подчеркивается, что сектор обеспечивает 45% занятости женщин и 23% молодежи, способствуя решению задач социальной инклюзии.

Вторая глава раскрывает Актуальные тенденции развития креативной экономики в мире и в России. Параграф 2.1 анализирует глобальные тренды на основе данных ЮНКТАД и PwC: цифровизацию как ключевой драйвер (67,3% доходов музыкальной индустрии генерирует стриминг), региональных лидеров (Китай с 2,3 трлн долл. дохода от культурной индустрии в 2022 г., США с 40,5% долей в глобальной рекламе), рост торговли Юг-Юг (40,5% экспорта креативных товаров развивающихся стран). Отдельно рассматривается динамика секторов: бум видеоигр (227 млрд долл. доходов в 2023 г.), трансформация издательского дела под влиянием соцсетей и экранизаций, устойчивость арт-рынка (65 млрд долл. глобальных продаж в 2023 г. при 14% доходности инвестиций). В параграфе 2.2 выделены российские особенности: развитие кластеров ("Красный Октябрь", "Таврида.АРТ"), цифровых платформ для предпринимателей и проектов в рамках нацпроекта "Культура" ("Придумано в России"). Критически оцениваются фрагментарность поддержки, зависимость от импорта технологий и слабая интеграция в глобальные цепочки создания стоимости. Параграф 2.3 посвящен роли искусственного интеллекта: позитивные эффекты (генерация контента в играх и дизайне, аналитика рынка) и риски (нарушение авторских прав, монополизация платформ).

Третья глава определяет перспективные направления развития креативных индустрий и механизмы господдержки. В параграфе 3.1 исследуются тренды международной торговли: опережающий рост экспорта креативных услуг (с 487 млрд долл. в 2010 г. до 1,1 трлн долл. в 2020 г.), потенциал нишевых рынков (облачные игры с прогнозом роста на 45% до 2030 г.). Параграф 3.2 предлагает стратегии для России: интеграция креативных индустрий в национальные проекты, развитие их экспортного потенциала через Российский экспортный центр, подготовка кадров в образовательных центрах (ВАВТ, "Сколково"). В параграфе 3.3 разработана авторская многоуровневая модель господдержки: федеральный уровень (специализированное Агентство поддержки экспорта креативных индустрий на принципах ГЧП), региональный (сеть креативных кластеров как точек роста), отраслевой (финансовая и инфраструктурная поддержка стартапов через институты развития). В качестве источников финансирования предлагается использовать, в том числе, средства нацпроекта "Культура".

В заключении подтверждается гипотеза исследования. Ключевые рекомендации включают внедрение многоуровневой системы поддержки с фокусом на цифровизацию (игры, дизайн, ПО) и создание специализированного федерального агентства. Перспективной обозначена интеграция России в глобальные цепочки создания стоимости.

Приложения содержат статистические данные по вкладу сектора в ВВП стран (ЮНКТАД) и схему взаимодействия участников поддержки экспорта. Библиография из 220 источников интегрирует исследования ЮНКТАД, ЮНЕСКО, труды российских и зарубежных авторов, данные консалтинговых агентств и отраслевых ассоциаций.

Глава 1. Теоретико-методологические аспекты развития креативной экономики

1.1. Понятие и экономическая сущность креативной экономики

Креативная экономика представляет собой динамично эволюционирующий организм, где цифровые инновации непрерывно генерируют новые творческие формы и трансформируют традиционные модели. Эта постоянная трансформация требует регулярного переосмысления существующих классификационных рамок для точного отражения реального экономического вклада сектора.

Последние аналитические отчеты ЮНКТАД не только фиксируют данные изменения, но и подчеркивают критическую важность их осмысления и количественной оценки. Измерение креативной экономики охватывает три ключевых вектора: анализ прямого экономического воздействия, мониторинг занятости и оценку степени вовлеченности общества в творческие процессы. Осознавая настоятельную потребность в актуализации методологического аппарата, ЮНКТАД инициировала глобальный диалог, создав Неформальную рабочую группу по креативной экономике с инклюзивным представительством экспертов из развитых и развивающихся государств.

Параллельно организация углубляет сотрудничество с Рабочей группой ООН по статистике международной торговли и ЮНЕСКО, совместно разрабатывая усовершенствованные методики измерения трансграничного оборота креативных товаров и услуг. Результатом этой многолетней работы стало комплексное методологическое решение, устанавливающее прозрачные соответствия между творческими отраслями и торгуемыми продуктами. Данный инструментарий имеет стратегическое значение для выявления скрытого потенциала креативной экономики и разработки эффективных механизмов его реализации, что особенно актуально для стран с формирующимся рынком.

Определение креативной экономики в ЮНКТАД

Согласно подходу ЮНКТАД, креативные индустрии представляют собой целостные циклы, которые охватывают все этапы — от создания и производства до распространения продуктов, где фундаментом служат творческое начало и накопленный интеллектуальный капитал.

Эти сферы деятельности объединяют в себе направления, глубоко укорененные в культурных традициях и построенные на интеллектуальном труде, результатом которых становятся как материальные товары, так и нематериальные продукты творчества, имеющие высокую рыночную стоимость. Креативная экономика предстает здесь как динамичная и живая концепция, вносящая прямой вклад в несколько основополагающих направлений развития: она стимулирует экономический прогресс, открывает новые возможности для трудоустройства, усиливает чувство общности и взаимопонимания между людьми, а также бережно сохраняет многообразие культур. Её главная особенность — это органичное сочетание экономических, культурных и общественных ценностей с современными технологиями и надёжной системой охраны авторских прав, что в комплексе создает её уникальность и закладывает основу для долгосрочного устойчивого развития.

Примечательно, что, несмотря на беспрецедентные темпы технологической трансформации, базовые концептуальные положения, сформулированные в Докладе о креативной экономике за 2008 год, сохраняют свою международную релевантность и практическую применимость.

Эта устойчивость определения была подтверждена Неформальной рабочей группой ЮНКТАД по креативной экономике, что подчеркивает его роль в качестве универсальной и всеобъемлющей основы для понимания и стратегического развития креативной экономики в разнообразных национальных контекстах.

Определение креативных отраслей в ЮНКТАД

Креативные индустрии представляют собой интегрированные процессы, охватывающие полный цикл от зарождения идеи через производство до распространения товаров и услуг. Главным двигателем этих процессов выступает человеческое творчество и накопленный интеллектуальный капитал. По своей сути, это комплексная экосистема видов деятельности, глубоко укорененных в культурной почве и знаниях, выходящая далеко за рамки традиционных искусств. Ее ключевая особенность – способность генерировать значимую экономическую ценность как через рыночную торговлю, так и через механизмы интеллектуальной собственности. Продукция креативных индустрий разнообразна: от материальных артефактов до нематериальных услуг, каждый из которых несет в себе уникальное художественное или интеллектуальное содержание, обеспечивающее их экономическую значимость и рыночную привлекательность. Уникальность сектора кроется в его междисциплинарной сущности – он органично объединяет традиции ремесленного производства, динамику сферы услуг и масштабы промышленности, формируя тем самым инновационный и высокодинамичный сегмент глобальной экономики, активно влияющий на современные модели торговли и потребления.

В рамках концепции ЮНКТАД креативная экономика рассматривается как развивающаяся парадигма, где творческие ресурсы становятся центральным драйвером не только экономического роста, но и социального развития. Эта модель обладает доказанным потенциалом для стимулирования доходов, создания качественных рабочих мест и расширения экспортных возможностей, одновременно внося вклад в достижение ключевых общественных целей: укрепление социальной сплоченности, сохранение культурного разнообразия и раскрытие потенциала человека. Креативная экономика по определению синтезирует экономические, культурные и социальные аспекты, находящиеся в постоянном диалоге с технологическим прогрессом, системами защиты интеллектуальной собственности и индустрией туризма. Она охватывает широкий пласт экономики знаний,

подчеркивая ее эволюцию и глубокую взаимосвязь – на всех уровнях – с общей экономической системой. Реализация этого жизнеспособного пути развития требует выработки инновационных, межотраслевых политических стратегий и налаживания эффективного диалога между различными ведомствами. При этом креативные индустрии образуют несущий каркас и являются основным производительным ядром креативной экономики.

Обновленная система измерения

Проблемы прежнего подхода:

Первоначальная система оценки ЮНКТАД концентрировалась исключительно на статистике международной торговли креативными товарами и услугами. Это создавало методологические трудности:

1. Разрыв между отраслями и продукцией: Данные по торговле не имели четкой привязки к конкретным креативным отраслям экономики.
2. Устаревшая номенклатура: Используемые списки креативных продуктов перестали адекватно отражать современное разнообразие сектора.

Суть модернизации:

Для преодоления этих ограничений ЮНКТАД принципиально пересмотрела свою концепцию. Ключевое новшество – установление систематической связи между:

- Креативными отраслями: Определенными через Международную стандартную отраслевую классификацию (МСОК / ISIC), актуальная редакция 5 (Rev. 5).
- Креативными товарами: Классифицируемыми по Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (ГС / HS) версии 2022.
- Креативными услугами: Классифицируемыми по Расширенной классификации услуг платежного баланса (ЕВOPS).

Преимущества текущей системы:

1. Повышенная релевантность: Базируется на последних версиях глобальных классификаторов (ISIC Rev. 5, HS 2022), лучше отражая динамику современной креативной экономики.

2. Практический инструмент для стран: Позволяет государствам:

- Комплексно оценивать состояние своей креативной экономики.
- Анализировать ее эффективность в международной торговле.

3. Адаптивность: Гарантирует, что классификация креативных отраслей остается актуальной и всеобъемлющей, эволюционируя вместе с сектором.

Широта охвата креативных продуктов:

Система ЮНКТАД признает культурное и экономическое многообразие креативного сектора, включая:

- Традиционные и современные артефакты: От промышленно произведенных до уникальных ручных изделий.

Креативная экономика включает как материальные артефакты, обладающие глубокой культурной значимостью, так и продукты интеллектуального капитала. К первым относятся традиционные ремесленные изделия – ковры, плетеные и текстильные работы, – а также дизайнерские объекты для интерьеров, моды, посуды и игрушек. Эти предметы часто являются носителями культурной идентичности и важным экономическим ресурсом для многих развивающихся стран.

Параллельно сектор генерирует интеллектуальные продукты: программные решения, услуги в сфере исследовательских разработок (R&D) и механизмы коммерциализации прав на воспроизведение аудиовизуального контента и программного обеспечения. Данное направление подчеркивает фундаментальную роль инновационной деятельности, генерации новых идей и технологических разработок в формировании добавленной стоимости креативной экономики, демонстрируя ее способность синтезировать культурное наследие с технологическим прогрессом.

Отраслевая структура (10 категорий):

На основе глобальных консультаций креативные индустрии были сгруппированы в десять ключевых категорий (от рекламы до R&D, см. Табл. 1).

Таблица 1

Креативные индустрии (ISIC Rev. 5)

Группа креативных индустрий	ISIC Rev. 5	ISIC Rev. 5 description
Реклама и маркетинг	7310	Рекламная деятельность
	7320	Маркетинговые исследования и опросы общественного мнения
Архитектура	7110	Архитектурная и инженерная деятельность, а также связанные с ней технические консультации
Аудиовизуальные, мультимедийные и фотоматериалы	5911	Деятельность по производству кино, видео и телевизионных программ
	5912	Работа в сфере завершения создания фильмов, видеопroduкции и телевизионных программ
	5913	Деятельность по распространению кино, видео и телевизионных программ
	5914	Деятельность по проекции кинофильмов
	6010	Деятельность по радиовещанию и распространению аудио
	6020	Деятельность телевизионных программ и телерадиовещания и распространения видео
	6031	Деятельность информационных агентств
	6039	Сайты социальных сетей и другая деятельность по распространению контента
Книги и издательское дело	7420	Фотографическая деятельность
	4761	Розничная торговля книгами, газетами, и канцелярскими товарами
	5811	Издание книг
	5812	Издание газет
	5813	Издание журналов и периодических изданий
	5819	Прочая издательская деятельность
	7430	Письменный и устный перевод
Культурное и природное наследие	9111	Библиотечная деятельность
	5310*	Почтовая деятельность
	9112	Архивная деятельность
	9121	Деятельность музеев и коллекций
	9122	Деятельность по историческим местам и памятникам
	9130	Сохранение, реставрация и другая поддержка деятельности ботанического и зоологического сада культурного наследия
	9142	Деятельность в заповеднике

Дизайн: продуктовый, графический и fashion-дизайн	7410	Специализированная проектная деятельность
Производство товаров для рукоделия и дизайна	1391	Производство трикотажных и вязаных полотен
	1393	Производство ковров и ковровых изделий
	1629	Производство прочих изделий из дерева; производство изделий из пробки, соломы и материалов для плетения
	2310	Производство стекла и изделий из стекла
	2393	Производство прочих фарфоровых и керамических изделий
	3211	Производство ювелирных и сопутствующих изделий
	3212	Производство бижутерии и сопутствующих изделий
	1392*	Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды
	1399*	Производство прочих текстильных изделий в других местах не включено
	1410*	Производство одежды, кроме одежды из меха
	1420*	Производство изделий из меха
	1512*	Производство чемоданов, дамских сумок и т.п., седельных изделий и сбруи из любых материалов
	1701*	Производство целлюлозы, бумаги и картона
	1709*	Производство прочих изделий из бумаги и картона
	2220*	Производство изделий из пластмасс
	2593*	Производство столовых приборов, ручных инструментов и скобяных изделий общего назначения
	2599*	Производство прочих готовых металлических изделий, не включенных в другие категории
	2740*	Производство осветительного оборудования
	2829*	Производство прочей спецтехники
	3101*	Производство деревянной мебели
	3102*	Производство прочей мебели
	3240*	Производство игр и игрушек
	3250	Производство медицинских и стоматологических инструментов и расходных материалов
	3290	Производство изделий, не включенных в другие группировки
Музыка, исполнительское и изобразительное искусство	1820	Воспроизведение носителей информации
	3220	Производство музыкальных инструментов
	5920	Звукозапись и издание музыки
	8552	Культурное образование
	9011	Литературное творчество и музыкальная композиция
	9012	Творческая деятельность в области изобразительного искусства
	9013	Прочая деятельность по творчеству
	9020	Деятельность в области исполнительских искусств

	9031	Эксплуатация объектов и площадок для творчества
	9039	Другие мероприятия по поддержке творчества и исполнительского искусства
Программное обеспечение, видеоигры, компьютерные и веб-сервисы	2619*	Производство электронных компонентов и плат, не включенных в другие категории
	2620*	Производство компьютеров и периферийного оборудования
	2640*	Производство бытовой электроники
	5821	Публикация видеоигр
	5829	Публикация прочего программного обеспечения
	6211	Разработка видеоигр, программного обеспечения для видеоигр и программных инструментов для видеоигр
	6219	Прочая деятельность по компьютерному программированию
	6220	Деятельность в области компьютерного консультирования и управления компьютерным оборудованием
	6290	Прочая деятельность в области информационных технологий и компьютерных услуг
	6310	Деятельность в сфере компьютерной инфраструктуры, обработки информации, предоставления хостинга и связанных услуг, включая веб-поиск и другие информационные сервисы.
	6390	Деятельность в области вычислительной инфраструктуры, обработки данных, хостинга и связанной с этим деятельности в области веб-поиска и других информационных технологий
Исследования и разработки	7210	Исследования и экспериментальные разработки в области естественных и инженерных наук
	7220	Исследования и экспериментальные разработки в социальных и гуманитарных науках
	7740	Сдача в аренду объектов интеллектуальной собственности и аналогичных товаров, за исключением произведений, защищенных авторским правом

Источник: отчет Юнктад, 2024

Эта структура решает важные задачи:

1. Контекстуализация торговой статистики: Позволяет правильно интерпретировать данные о торговле креативными товарами/услугами, выделяя отрасли, которые производят как креативную, так и некреативную продукцию.

2. Инструмент количественной оценки: Служит основой для измерения экономического вклада креативной экономики (производство, занятость, добавленная стоимость), особенно там, где отсутствуют специализированные методологии, путем использования существующих кодов МСОК для сбора данных.

Обновленная классификационная система ЮНКТАД обеспечивает более точное отражение взаимосвязи секторов креативной экономики с данными международной торговли. Система структурирует креативные товары в семь основных категорий:

1. Аудиовизуальные, мультимедийные и фотографические изделия (фильмы, музыкальные записи, оборудование).
2. Ремесленные и дизайнерские изделия (уникальные ручные работы, предметы дизайна).
3. Издательская продукция (книги, периодика).
4. Продукция музыкальной, исполнительской и изобразительной деятельности (ноты, картины, скульптуры).
5. Архитектурные разработки (проекты, макеты).
6. Цифровые креативные продукты (ПО, видеоигры, цифровая музыка).
7. Медиапродукция и товары культурного наследия (ТВ-контент, товары, связанные с наследием).

Индустрии рекламы, дизайна (услуги) и научных исследований и разработок (R&D) не производят материальные креативные товары, пригодные для традиционного экспорта/импорта. Их вклад учитывается исключительно в статистике торговли креативными услугами.

Сохранение исторических данных: В соответствии с рекомендациями Рабочей группы ЮНКТАД по креативной экономике, ни один товар не был исключен из прежней классификации.

Расширение охвата: Добавлено 33 новых товарных позиции для более полного учета современных креативных продуктов.

Стабильность показателей: Корректировка методологии не привела к существенному искажению общего объема мировой торговли креативными товарами. Данные по торговле креативными услугами также сохранили сопоставимость.

Предложенная концептуальная основа находится в русле скоординированных усилий системы Организации Объединенных Наций, направленных на формирование унифицированного, гармонизированного подхода к осмыслению культурной и креативной экономики. Практическая ценность и операционная применимость данной системы получили убедительное подтверждение в ходе недавнего пилотного проекта ЮНКТАД, реализованного в Анголе. Результаты этой работы нашли отражение в отчете "Картографирование культурных и творческих индустрий Анголы". Данный опыт не только наглядно продемонстрировал эффективность методологии в условиях конкретной страны, но и подтвердил её потенциал в качестве гибкого инструмента, готового к масштабированию и адаптации в других развивающихся государствах, заинтересованных в устойчивом раскрытии своего творческого и экономического потенциала.

ISIC Rev. 5 является международной стандартной классификацией всех видов экономической деятельности, которая не отделяет международную торговлю как самостоятельную отрасль, а классифицирует компании, вовлеченные в международную торговлю, в различные сектора в зависимости от их основной деятельности. Таблица, в которой представлена классификация креативных отраслей по ISIC Rev. 5, охватывает как непосредственные творческие процессы (дизайн, создание контента), так и сопутствующие услуги (маркетинг, публикация, распространение). Этот подход подчеркивает широту и сложность креативных индустрий и их систематизацию в единой классификации, при этом некоторые коды ISIC перекрывают несколько связанных областей, что свидетельствует о тесных связях между различными секторами креативной экономики.

Творческая экономика – это мощный мотор для роста, но ей пришлось нелегко.

Несмотря на серьезный удар, который нанесла пандемия COVID-19, и все сложности быстро меняющегося мира, творческая экономика остается важнейшим двигателем для глобальной и региональной экономики.

Масштабы впечатляют:

Культура и творческие индустрии по всему миру генерируют огромные деньги – почти 2,3 триллиона долларов ежегодно! Это целых 3,1% от всего мирового ВВП.

В странах "большой двадцатки" (G20) их вклад в экономику разный: от 0,7% в Мексике до примерно 3% в США.

Это еще и миллионы рабочих мест: по оценкам ЮНЕСКО, 6,2% всех самозанятых людей в мире работают именно в этой сфере. Хотя и здесь картина очень разная: доля креативных работников в G20 колеблется от 1% в Турции до 2,1% в Австралии.

Если смотреть шире, то искусство и развлечения в целом дают работу 1,4% всех трудящихся на планете (данные Международной организации труда). Особенно важна она для развивающихся стран.

Чтобы лучше понять эту роль, ЮНКТАД (Конференция ООН по торговле и развитию) провела онлайн-опрос, в котором участвовали 36 стран, включая 30 развивающихся. Их ответы по шести ключевым направлениям как раз и показывают, насколько значима креативная экономика для их будущего:

1. Оценка экономического влияния: проводились ли в вашей стране исследования или оценки, направленные на количественную оценку вклада креативной экономики, включая её воздействие на валовой внутренний продукт, международную торговлю, уровень занятости, а также опросы, касающиеся компаний или творческих специалистов?

2. Поддержка экспорта: определяло ли ваше правительство конкретные креативные отрасли для стимулирования экспортного потенциала и укрепления конкурентных преимуществ? Участвуют ли эти сектора или

предусмотрено ли их участие в финансовых или технических программах поддержки, направленных на повышении уровня экспорта?

3. Инициативы по устойчивому развитию и государственное содействие: Правительство нашей страны реализует комплекс мер, направленных на поддержку устойчивых бизнес-практик в креативной экономике и продвижение соответствующих инициатив. Эти меры включают разработку целостных политических стратегий, создание системы экономических стимулов и запуск целевых программ, способствующих устойчивому развитию креативного сектора.

Особое внимание уделяется минимизации негативного воздействия на окружающую среду через внедрение экологичных производственных процессов и переход на возобновляемые источники энергии. Параллельно реализуются инклюзивные подходы, обеспечивающие равный доступ к участию в креативной экономике для всех групп населения, и продвигаются справедливые трудовые практики, гарантирующие достойные условия работы и социальную защищенность работников творческих профессий.

4. Политика цифровизации и искусственного интеллекта:

Как внедрение цифровых инструментов и новых технологий, особенно искусственного интеллекта (ИИ), меняет творческие индустрии у нас в стране?

Есть ли какие-то проекты или правила, которые:

Помогают творческим людям и бизнесам использовать цифровые возможности?

Решают сложные вопросы, связанные с применением ИИ в искусстве и творчестве (например, авторство, этика)?

5. Государственный контроль: Есть ли в стране министерство или какое-то правительственное ведомство, которое специально занимается поддержкой и развитием культурных и творческих отраслей? (Проще говоря, есть ли "главные по культуре и креативу" в правительстве?)

6. Национальная стратегия: Существует ли у нас национальная стратегия или большой план (типа "дорожной карты"), где прописаны конкретные цели и шаги по развитию творческой экономики? То есть, понимаем ли мы, как страна, куда хотим двигаться в этой сфере и что для этого будем делать?

В таблице 2 представлена институциональная поддержка креативной экономики с разбивкой по странам.

Таблица 2

Государственный надзор и национальные стратегии креативной экономики

Страна	Министерства и ведомства, отвечающие за креативную экономику	Национальные стратегии и политика, специфичные для креативной экономики
Албания	• Министерство культуры • Национальный театр оперы, балета и народный ансамбль • Национальная галерея искусств • Национальная библиотека • Национальный институт регистрации культурного наследия • Региональное управление культурного наследия	
Албания	• Министерство культуры • Национальный театр оперы, балета и народный ансамбль • Национальная галерея искусств • Национальная библиотека • Национальный институт регистрации культурного наследия • Региональное управление культурного наследия	
Антигуа и Барбуда	• Министерство образования, спорта и креативных индустрий • Министерство иностранных дел, сельского хозяйства, торговли и по делам Барбуды	
Аргентина	• Министерство культуры нации • Управление культуры Министерства иностранных дел • Международная торговля и отправление культа	Рынок культурных индустрий Аргентины
Бенин	• Министерство цифровых дел и цифровизации	Национальный искусственный интеллект и стратегия больших данных

Камбоджа	• Министерство культуры и изящных искусств Другие связанные с этим отраслевые министерства включают: • Министерство промышленности, науки, технологий и инноваций • Министерство торговли • Министерство экономики и финансов • Министерство туризма • Министерство труда и профессионального обучения • Министерство образования, молодежи и спорта • Министерство по делам женщин • Другие: органы власти и органы местного самоуправления	Соответствующие стратегии и политики включают: • Пятиугольная стратегия Фаза I 2023 • Национальная политика в области культуры на 2014 г. • Политика промышленного развития на 2015—2025 гг. • Основы политики Камбоджи в области цифровой экономики и общества на 2021—2035 гг. • Циркулярная стратегия в области окружающей среды на 2023—2028 гг. • Национальная стратегия в области IP на 2023 г. • Национальная политика в области науки, технологий и инноваций на 2020—2030 гг. • Дорожная карта развития науки, технологий и инноваций Камбоджи на период до 2030 г. • Национальная повестка дня в области научных исследований на период до 2025 г.
Китай	• Министерство культуры и туризма • Министерство торговли	Самые последние стратегии и планы: • Мнения о содействии качественному развитию внешнекультурной торговли • Мнения о содействии возрождению сельских территорий на примере индустрии культуры

Коста-Рика	• Министерство внешней торговли • Промоутер ВЭД • Кинокомиссия Коста-Рики • Министерство культуры и молодежи • Коста-риканский центр кинематографического производства • Министерство иностранных дел	Творческая стратегия на 2020—2030 гг. (Министерство культуры и молодежи)
Куба	• Министерство культуры Республики Куба • Министерство экономики и планирования • Министерство внешней торговли и иностранных инвестиций	• Программа культурного развития • Программа культурного развития Национального совета домов культуры (2019—2030 гг.) • Программа развития художественного образования 2019—2030
Доминиканская Республика	• Министерство культуры • Министерство промышленности, торговли и МСП • Национальное ведомство промышленной собственности (ONAPI) • Национальное ведомство по авторскому праву (ONDA) • Центр экспорта и инвестиций Доминиканской Республики (ProDominicana)	• Национальная стратегия развития, Цель 2.6 «Культура и национальная идентичность в глобальном мире» • Национальная стратегия по экспорту современных услуг (Министерство экономики, планирования и развития.) • Центр экспорта и инвестиций Доминиканской Республики (ProDominicana)
Египет	• Министерство культуры (МОК) • Министерство торговли и промышленности (МОТ) • Агентство по развитию среднего, малого и микропредпринимательства (MSMEDA) • Министерство социальной солидарности (МОСС)	• Видение Египта до 2030 г. • Планы Министерства культуры на 2018—2022 гг. • Стратегия устойчивого развития туризма (Министерство туризма и древностей) • Национальная стратегия в области искусственного интеллекта (Министерство связи и информационных технологий)

Эфиопия	• Министерство культуры и туризма Эфиопии. • Креативность, экономика и спорт	
Гамбия	• Национальный центр искусств и культуры • Министерство туризма и культуры • Ведомство промышленной собственности при Министерстве юстиции	
Гватемала	• Министерство культуры и спорта • Реестр интеллектуальной собственности Гватемалы, Министерство экономики	
Индонезия	• Координирующее министерство по морским делам и инвестициям • Министерство туризма и креативной экономики • Министерство образования, культуры, исследований и технологий • Министерство юстиции и прав человека • Национальное агентство планирования • Министерство торговли • Министерство промышленности	• Указ Президента № 142 от 2018 г. «О Национальном генеральном плане развития креативной экономики на 2018—2025 годы» • Стратегический план Министерства туризма и креативной экономики на 2020—2024 гг.
Ямайка	• Министерство культуры, гендера, развлечений и спорта • Министерство промышленности, инвестиций и торговли • Корпорация по продвижению на Ямайке	• Видение 2030 • Национальная экспортная стратегия Ямайки
Япония	• Министерство экономики, торговли и промышленности • Агентство по делам культуры • Министерство внутренних дел и коммуникаций • Канцелярия кабинета министров	• Стратегическая программа по интеллектуальной собственности 2023 (Кабинет министров)
Казахстан	• Министерство культуры и информации Республики Казахстан	• Концепция развития креативных индустрий на 2021—2025 гг.
Ливия	• Министерство промышленности • Министерство экономики • Министерство туризма • Министерство культуры	

Малайзия	• Министерство туризма, искусств и культуры • Министерство коммуникаций и цифровых технологий	
Маврикий	• Министерство искусств и культурного наследия • Министерство информационных технологий, коммуникаций и инноваций • Совет по экономическому развитию (EDB)	• Совет по экономическому развитию: • ежегодные стратегические планы действий в творческом секторе • несколько схем финансового стимулирования: • Национальный фонд искусств • Схема помощи кинематографу • Грант на кинофильмы Национального фонда устойчивости • Схема скидок на кинофильмы • Схема возмещения расходов МСП
Черногория	• Министерство культуры и СМИ Черногории	• Национальная программа развития культуры Черногории на 2023—2027 гг.
Мозамбик	• Министерство культуры и туризм • Министерство промышленности и торговли • Министерство внутренних дел	
Нигерия	• Федеральное министерство культуры и креативной экономики • Консультативный совет по креативной экономике • Федеральное министерство информации и национальной ориентации • Культурные индустрии и наследие • Развлечения и креативные услуги • Национальный совет по искусству и культуре	• 8 пунктов повестки дня (Консультативный совет по креативной экономике) • Нигерия. Место назначения 2030

Оман	• Министерство информации • Министерство торговли, промышленности и содействия инвестициям • Министерство культуры, спорта и молодежи • Департамент творческих индустрий • Министерство наследия и туризма • Управление малого и среднего бизнеса	• Видение Омана 2040 • Культурная стратегия 2021—2040
Пакистан	• Отдел национального наследия и культуры	
Перу	• Министерство культуры, Управление культурной индустрии и искусств • Национальный институт по защите конкуренции и интеллектуальной собственности	• План восстановления культурных индустрий и искусств к 2030 г. • Национальная культурная политика к 2030 г.
Филиппины	• Департамент туризма • Департамент торговли и промышленности • Национальная комиссия по культуре и искусству • Департамент информационных и коммуникационных технологий • Департамент образования • Комиссия по высшему образованию • Департамент науки и технологий • Национальное управление экономического развития • Бюро интеллектуальной собственности Филиппин • Департамент внутренних дел и местного самоуправления	• Закон Республики 11904, предусматривающий развитие и продвижение филиппинских творческих индустрий и выделение средств на них • План развития филиппинских творческих индустрий
Республика Корея	• Министерство культуры спорта и туризма • Корейское агентство креативного контента	• Национальная стратегия, разработанная Министерством культуры, спорта и туризма • Стратегия цифрового нового курса для культуры и творческой индустрии

Сейшелы	• Министерство финансов, национального планирования и торговли • Министерство инвестиций, предпринимательства и промышленности • Агентство предпринимательства Сейшельских островов • Национальный институт культурного наследия и искусств Сейшельских Островов • Министерство образования • Инвестиционный совет Сейшельских Островов • Отдел регистрации • Лицензирующий орган Сейшельских Островов	• Национальная стратегия развития Сейшельских островов на 2019—2023 гг., цель 2: политика в области креативных индустрий, принятая в 2012 г.
Словения	• Министерство культуры • Центр творчества • Creative Europe Desk Словения	• Предложение мер по развитию культурного и творческого сектора в Словении
Южная Африка	• Департамент спорта, искусств и культуры	• Культурные и креативные индустрии • Генеральный план (2022)
Шри-Ланка	• Министерство Буддасасаны, религиозных и культурных дел, Департамент по делам культуры • Министерство промышленности • Министерство искусств и культуры • Совет по развитию экспорта	• Ежегодный стратегический план действий (Департамент по делам культуры, Министерство Буддасасаны, религиозных и культурных дел) • Шри-Ланка 2030 — развитая страна (Стратегия экономического роста и план действий), включая цели и стратегический план действий по улучшению искусств
Тринидад и Тобаго	• Министерство туризма, культуры и искусств, отдел культуры • Министерство торговли и промышленности, Тринидад и Тобаго Creative Industries Companies Limited	• Национальная культурная политика Тринидада и Тобаго

Великобритания	• Департамент культуры, СМИ и спорта	• Видение сектора творческих индустрий
Узбекистан	• Фонд развития культуры и искусства при Кабинете Министров Республики Узбекистан • Министерство цифровых технологий • Министерство культуры • Министерство инвестиций, промышленности и торговли • Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства • Агентство по специализированным образовательным учреждениям • Агентство по культурному наследию • Агентство по делам молодежи • Министерство занятости и сокращения бедности	• Узбекистан 2030 • Фонд развития искусства и культуры (предложение законопроекта для поддержки развития и устойчивости креативной экономики)
Венесуэла	• Министерство народной власти по культуре	• План для Родины и 17 экономических двигателей

Источник: Отчет ЮНКТАД 2024 г.

В отчете ЮНКТАД, посвященном креативной экономике на 2024 год, анализируются национальные агентства и стратегии, охватывающие 36 стран. В таблице представлены министерства и учреждения, ответственные за развитие креативной экономики, а также соответствующие национальные стратегии и политики каждой из проанализированных стран. Из данных видно, что подходы к развитию креативной экономики различаются в зависимости от страны: различные министерства выполняют функции контроля и поддержки, а также существуют различные национальные стратегии. Некоторые государства реализуют комплексные подходы, охватывающие широкий диапазон компонентов креативной экономики, в то время как другие используют более узкие и специализированные стратегии.

Такой анализ собранной информации поможет выявить успешные практики и ключевые факторы, способствующие эффективному развитию креативной экономики. Сравнительный подход к методам других стран позволит сформулировать общие тенденции и обнаружить недостатки в

действующих стратегиях. Результаты исследования могут быть использованы для разработки рекомендаций по улучшению национальных политик в сфере креативной экономики, учитывая индивидуальные особенности каждой страны.

1.2 Основные научные школы и концепции в сфере креативной экономики

В своем знаменитом эссе "Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости", вышедшем в 1936 году, немецкий философ Вальтер Беньямин исследует, как развитие технологий изменило саму природу искусства. Он приходит к выводу, что возможность массового тиражирования лишает художественные произведения их ауры — того уникального, почти магического чувства подлинности, которое возникает при встрече с оригиналом.

Его коллеги по Франкфуртской школе, Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер, развили эту критику в своей совместной работе "Диалектика Просвещения" (1947), где впервые ввели термин "культурная индустрия". Они с тревогой наблюдали за тем, как культура становится конвейерным продуктом в послевоенной Европе и Америке. Даже её кажущаяся демократизация и доступность вызывали у них неприятие. Они утверждали, что превращение искусства в дешевый массовый товар убивает к нему всякое уважение, которое испытывал зритель, покупая билет в театр или на концерт в XIX — начале XX века.

Эта критика была частью большего отрицания индустриального общества середины XX века как модели развития. Однако со временем напряжение между "высокой" и "массовой" культурой, порожденное техническим прогрессом, начало трансформироваться. Взаимодействие между культурой и производством стало не только неизбежным, но и невероятно плодотворным. Ярчайший пример — кинематограф, который, будучи технологическим изобретением, вобрал в себя опыт традиционных искусств, стал мощнейшей индустрией и, несмотря на массовость, породил подлинные авторские шедевры.

С наступлением "постиндустриальной" или "информационной" эпохи сам контекст обсуждения культурных индустрий кардинально изменился. На первый план вышли многообразие участников и поиск диалога между ними — то, что всегда было сутью культуры. Более того, когда промышленные производства начали перемещаться в регионы с дешевой рабочей силой, именно культурные индустрии стали спасительным решением для многих городов и стран. То, что раньше считалось затратной сферой, требующей государственных дотаций и меценатства, неожиданно оказалось мощным экономическим ресурсом. Пустующие фабрики и заводы превращались в центры современного искусства, галереи и творческие кластеры, давая жизнь новым проектам. Вовлечение культуры в программы городского развития буквально преобразило облик многих европейских городов.

Принципиальной разницы между терминами "культурные индустрии" (cultural industries) и "креативные индустрии" (creative industries) не существует. Часто они используются как синонимы, хотя некоторые исследователи выделяют культурные индустрии в отдельный, более узкий сектор в рамках широкого понятия творческих индустрий. Последний термин является более широким и универсальным. В русскоязычном пространстве закрепился перевод "креативные индустрии" как "творческие индустрии".²

Креативная экономика на сегодняшний день занимает центральное место в развитии как национальных, так и мировых рынков. Исследования показывают, что каждая из отраслей креативной экономики является неотъемлемой частью общего экономического процесса, будучи не только источником инноваций, но и катализатором прогрессивных идей. Как показало проведенное нами исследование: Джон Хокинс выделяет 15

² Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрии в Российской Федерации"

креативных индустрий, а Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании выделяет 12 креативных индустрий.

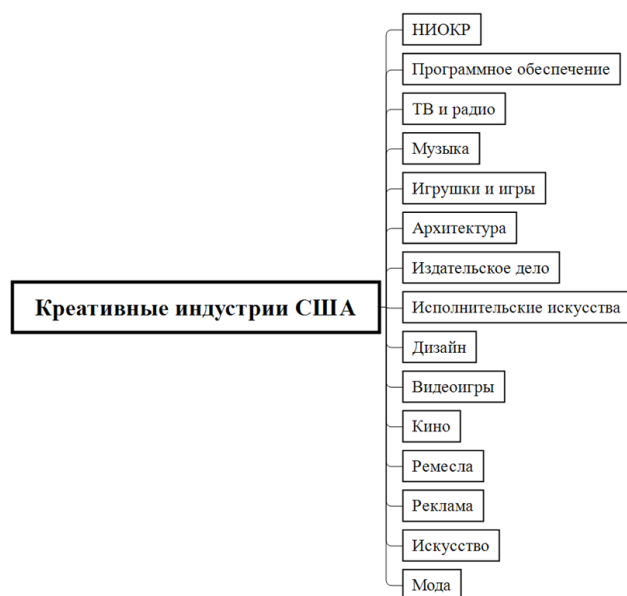


Рис. 2. Креативные индустрии США по Д. Хокинсу

Источник: разработано автором

Как видно из рисунка, здесь представлены не только направления культуры и искусства, а также и НИОКР и издательская деятельность.

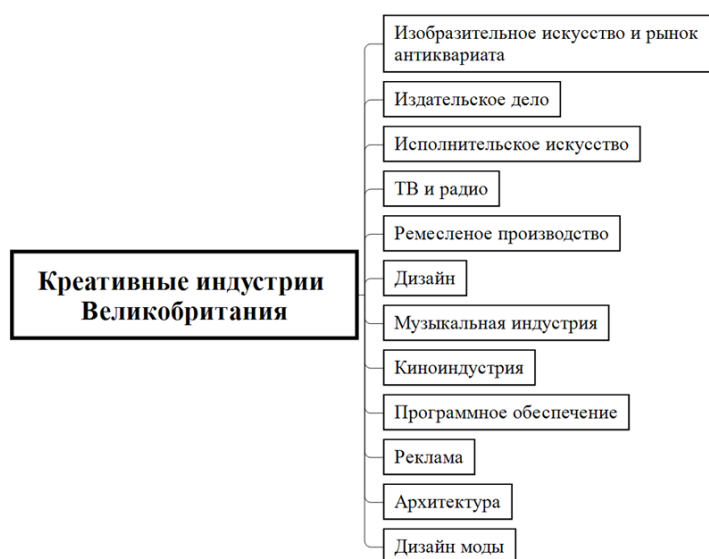


Рис. 3. Креативные индустрии Великобритании

Источник: разработано автором

Отличие Британской системы креативных индустрий от США проявляются в отсутствии НИОКР, так как креативная экономика ориентирована на творчество, искусство и издательское дело.

ЮНКТАД самостоятельно классифицирует и группирует креативные индустрии по схожим отраслям для упрощения статистического учета:

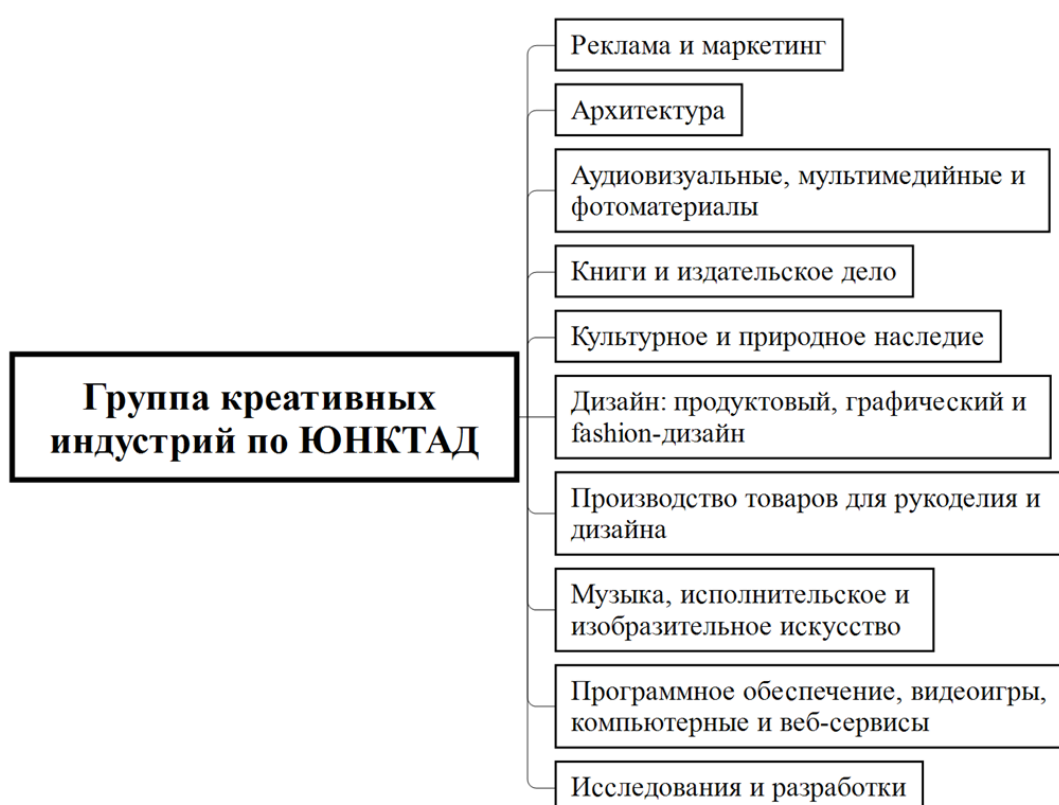


Рис. 4. Группа креативных индустрий по ЮНКТАД

Источник: разработано автором

На современном этапе общества креативная экономика выступает в качестве локомотива, способствующего развитию новых бизнес-моделей и технологий, которые формируют будущее экономического ландшафта.

Креативные отрасли приносят свежие идеи и нестандартные подходы, что в свою очередь трансформирует традиционные методы ведения бизнеса. Авторы, работающие в этих сферах, не только создают уникальные продукты и услуги, но и активируют общественное воображение, вдохновляя людей на новые открытия и изобретения. Эти процессы не просто обогащают культурное наследие, но и способствуют формированию новой основы для экономического роста, что особенно актуально в условиях глобальных изменений.

Креативные индустрии находятся в процессе эволюции от уже сложившихся направлений к перспективным. В рамках своей диссертационной работы автор сформировал этапизацию развития креативных индустрий (рис.4).



Рис. 5 Этапизация развития креативных индустрий

Источник: разработано автором

Таким образом, данное исследование направлено на анализ влияния креативной экономики на устойчивое развитие, выявление ее значимости в бизнес-среде и изучение возможностей, которые она может предоставить для будущего прогресса.

Таблица 3

**Группировка фундаментальных теоретиков и практиков развития
креативных индустрий за рубежом и в России**

Название креативной индустрии	Автор/Деятель	Произведение/Достижение	Характеристика/Вклад
Экономический рост	Ричард Флорида	Теория креативного класса (2005)	Утверждал, что города, привлекающие творческих людей, добиваются экономического успеха.
	Илья Куснирович	Исследования влияния культуры на экономику (2010-е)	Практик, подчёркивающий роль культуры в привлечении инвестиций и улучшении качества жизни.
	Джон Хоккинс	Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги (2001)	Ввел термин "креативная экономика", считается основателем креативной экономики.
Архитектура	Ле Корбюзье	Манифест "Пять отправных точек архитектуры" (1926)	Урбанист, провозгласивший: "Дом — машина для жилья", соединил функциональность с "бетонной поэзией".
	Константин Мельников	Проект собственного дома (1929)	Архитектор-революционер, реализовавший авангардный конструктивизм, разрушивший каноны симметрии.
	Марк Витрувий Поллион	10 книг об архитектуре (30 год до н.э.)	Древнеримский архитектор и механик, основоположник Архитектуры.
Урбанизация	Ян Гейл	"Жизнь между зданиями" (1971/1987/2011),	Урбанист, призывавший проектировать города, ориентированные на социальное взаимодействие и активность.

		"Города для людей" (2010)	
	Пол Ромер	Теория региональных экономик (1994)	Нобелевский лауреат, отмечавший роль социальных сетей и сотрудничества в успешных регионах.
Искусственный интеллект	Крис Андерсон	Книга "Длинный хвост" (2006)	Автор концепции нишевых рынков, показавший, как цифровые технологии монетизируют малые аудитории.
	Мануэль Кастельс	Труд "Информационная эпоха" (1996)	Социолог, доказавший, как сетевые структуры трансформируют общество и власть.
Цифровые медиа	Тим Бернерс-Ли	Изобретение HTTP/HTML (1989)	"Отец интернета", заявивший: "Информация должна быть свободной", создатель глобальной сети.
	Марк Цукерберг	Запуск Facebook (2004)	"Архитектор виртуальных сообществ", переопределивший общение через социальные сети.
Реклама	Эдвард Бернейс	Книга "Пропаганда" (1928)	"Отец пиара", утверждавший: "Управляя сознанием, можно управлять массой", пионер манипулятивных технологий.
Изобразительное искусство	Илья Репин	"Бурлаки на Волге" (1873)	Заложил основы социального реализма, мастер психологического портрета, символ русской культурной идентичности.
	Василий Кандинский	Трактат "О духовном в искусстве" (1911)	Провозгласил абстракционизм как язык эмоций, превратил цвет в "музыку для глаз".
	Казимир Малевич	Манифест "От кубизма к супрематизму" (1915), "Чёрный квадрат"	Бунтарь, отрицавший фигуративность ради чистого геометризма, создатель новой "религии искусства".
Кино и анимация	Жорж Мельес	Фильм "Путешествие на Луну" (1902)	"Волшебник экрана", впервые использовал спецэффекты, превратил кино в фантазию.
	Сергей Эйзенштейн	"Броненосец „Потёмкин“" (1925)	Новатор, разработал монтаж аттракционов, использовал кино как оружие пропаганды.

	Уолт Дисней	"Белоснежка и семь гномов" (1937)	Творец "фабрики грёз", коммерциализировал анимацию, превратив творчество в индустрию.
Театр и перформанс	Константин Станиславский	Книга "Моя жизнь в искусстве" (1924)	Реформатор, создатель системы актёрского переживания, научивший актёров "жить" на сцене.
	Всеволод Мейерхольд	Постановка "Великодушный рогоносец" (1922)	Экспериментатор, внедривший биомеханику, превративший тело в "механизм эмоций".
Литература	Фёдор Достоевский	"Преступление и наказание" (1866)	Философ, раскрывший "подполье" души через прозу, исследователь двойственности человеческой природы.
	Вирджиния Вулф	"Миссис Дэллоуэй" (1925)	Пионер модернизма, применившая поток сознания, размывшая границы времени и нарратива.
Мода	Коко Шанель	Создание "маленького чёрного платья" (1926)	Реформатор, освободивший женщин от корсетов, провозгласивший: "Роскошь должна быть удобной".
	Ив Сен-Лоран	Женский смокинг (1966)	Бунтарь, стёрший гендерные границы в моде, символ эмансипации.
Видеоигры	Сид Мейер	Игра "Civilization" (1991)	Гений геймдизайна, доказавший, что игры — это "история, которую пишет игрок".
Кулинария	Огюст Эскофье	Книга "Кулинарный гид" (1903)	"Зодчий высокой кухни", систематизировавший haute cuisine, превративший готовку в науку.

Источник: разработано автором

Креативная экономика, объединяющая искусство, технологии, урбанистику и инновации, формирует основу современного прогресса. Архитектура XX века преобразилась под влиянием Ле Корбюзье³, урбаниста, провозгласившего в манифесте "Пять отправных точек архитектуры" (1926), что "дом — машина для жилья", и Константина Мельникова⁴, революционера конструктивизма, реализовавшего авангардные идеи в проекте собственного дома (1929). Урбанизация и

³ Фремpton К. Современная архитектура: Критический взгляд на историю развития. - М.: Стройиздат, 1990. - 535 с.

⁴ Хан-Магомедов С.О. Константин Мельников. - М.: Архитектура-С, 2006. - 296 с.

кластеры как двигатели экономики нашли отражение в работах Яна Гейла⁵, урбаниста, призывавшего проектировать города для людей, и Пола Ромера⁶, нобелевского лауреата, отмечавшего в 1994 году, что успешные регионы строятся на социальных сетях и сотрудничестве. Чарльз Лэндри, пионер креативных городов, в 2000 году объяснил, как городская среда становится катализатором инноваций, а Михаил Дмитриев, создатель "Винзавода", превратил заброшенные пространства в творческие кластеры.

Экономический рост, как утверждал Ричард Флорида⁷, зависит от "креативного класса", привлекаемого качеством жизни, а предприниматель Илья Куснирович подчёркивает, что культура — ключ к инвестициям и развитию.

Индустрии креативной экономики — от архитектуры Рема Колхаса, изучавшего урбанистические трансформации, до музыки Саймона Фрита, анализировавшего её социальную роль, — демонстрируют, как творчество, технологии и инновации сплетаются в единую ткань прогресса. Даже ремёсла, возрождаемые Таней Хоррорд и Еленой Царевой, или дизайн Дональда Нормана, акцентирующего удобство, показывают: креативность не имеет границ, будь то бетонные поэмы Ле Корбюзье или цифровые миры Тима Бернерса-Ли. Всё это — части мозаики, где каждая идея, от "Чёрного квадрата" до Facebook, становится кирпичиком в здании будущего.

Интеграция искусства и архитектуры — Гери рассматривает архитектуру как форму искусства, где здания становятся скульптурами. Заха Хадид — одна из самых влиятельных архитекторов XXI века, чьи работы ломают традиционные представления о форме и пространстве. Ключевые идеи Захи - это отказ от прямых линий и симметрии в пользу

⁵ Gehl J. Cities for People. - Washington: Island Press, 2010. - 269 p.

⁶ The Concise Encyclopedia of Economics [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.econlib.org/library/Enc/bios/Romer.html> (дата обращения: 28.05.2025)

⁷ Florida, R. // Creative Class Group. - URL: https://www.creativeclass.com/richard_florida (дата обращения: 28.05.2025)

динамичных, "текучих" форм и интеграция цифровых технологий — использование параметрического моделирования для создания сложных структур. Архитектура будущего — это не статичные здания, а динамичные скульптуры, взаимодействующие с окружающей средой.

Архитектура. В креативной индустрии Архитектура следует выделить прежде всего таких известных деятелей, как Константин Мельников, который создал множество зданий, ставших классикой современной архитектуры (Дом-мастерская Мельникова (1927–1929), Клуб имени Русакова (1927–1929), Клуб имени Зуева (1927–1929), Павильон СССР на Международной выставке в Париже (1925), Гараж для автобусов на Бахметьевской улице (1926–1927).

Мельников был не только практиком, но и теоретиком архитектуры. Его тексты и манифесты стали важной частью архитектурной теории: "Архитектура и время" (1925), в которой Мельников изложил свои взгляды на архитектуру и ее роль в обществе;

"Архитектура и революция" (1927) работа, в которой Мельников рассуждает о связи архитектуры и социальных изменений. "Архитектура и техника" (1929), статья, в которой Мельников изложил свои взгляды на использование новых технологий в архитектуре.

Алексей Щусев создал множество зданий, которые стали классикой русской и советской архитектуры (Казанский вокзал в Москве (1913–1926), Мавзолей Ленина на Красной площади (1924–1930), Храм Христа Спасителя в Москве (проект восстановления, 1990-е), Гостиница "Москва" (1930–1935, Марфо-Мариинская обитель в Москве (1908–1912), Церковь Святого Николая в Бари (Италия, 1913–1917) Щусев был не только практиком, но и теоретиком архитектуры. Его тексты и статьи стали важной частью архитектурной теории:

"Архитектура и время" (1920-е), статья, в которой Щусев изложил свои взгляды на связь архитектуры с историческим контекстом и

социальными изменениями. Проблемы современной архитектуры" (1930-е) работа, в которой Щусев рассуждает о роли архитектуры в советском обществе и необходимости создания нового стиля. "Реставрация памятников архитектуры" (1940-е) — статья, посвященная методам сохранения и восстановления исторических зданий. Ле Корбюзье создал множество зданий, которые стали классикой современной архитектуры. (Вилла Савой в Пуасси (1928–1931) Капелла Нотр-Дам-дю-О в Роншане (1950–1955), Жилая единица (Unité d'Habitation) в Марселе (1947–1952), Здание Центросоюза в Москве (1928–1936), Чандигарх, Индия (1950-е), разработал генеральный план города и спроектировал несколько ключевых зданий, включая Дворец правосудия и Секретариат. Ле Корбюзье был не только практиком, но и теоретиком архитектуры. Его тексты и манифесты стали важной частью архитектурной теории: "Пять точек архитектуры" (1927) — манифест, в котором Ле Корбюзье изложил основные принципы современной архитектуры:

1. Столбы-опоры — здание поднято на столбах, чтобы освободить пространство под ним.

2. Свободная планировка — внутренние стены могут быть расположены в любом порядке.

3. Свободный фасад — фасад не зависит от несущей конструкции.

4. Ленточные окна — окна, которые тянутся вдоль всего фасада.

5. Плоская крыша-терраса — крыша используется как дополнительное пространство; "К архитектуре" (Vers une architecture, 1923) — книга, в которой Ле Корбюзье изложил свои взгляды на современную архитектуру и ее роль в обществе; "Афинская хартия" (1933) — документ, разработанный Ле Корбюзье и другими архитекторами, который стал основой для современного градостроительства. Хартия включает принципы функционального зонирования и создания "зеленых городов"

Фрэнк Гери создал множество зданий, которые стали иконами современной архитектуры: Музей Гуггенхайма в Бильбао, Испания (1997); Концертный зал Уолта Диснея в Лос-Анджелесе, США (2003); Танцующий дом в Праге, Чехия (1996); Фонд Louis Vuitton в Париже, Франция (2014); Музей поп-культуры в Сиэтле, США (2000); Библиотека имени Уильяма Кленси в Калифорнии, США (1993).

Хотя Гери больше известен как практик, он также делился своими идеями через интервью, лекции и тексты. Основные идеи:

- Деконструктивизм — Гери является одним из главных представителей этого направления, которое характеризуется сложными формами, нарушением традиционных архитектурных норм и скульптурным подходом к зданиям.
- Использование новых материалов — Гери активно экспериментирует с материалами, такими как титан, стекло и сталь, чтобы создавать уникальные формы.

Интеграция искусства и архитектуры — Гери рассматривает архитектуру как форму искусства, где здания становятся скульптурами. Заха Хадид (первая в мире женщина, награжденная Притцкеровской премией.) В истории современной архитектуры Заха Хадид занимает особое место как провидец цифровой эпохи, чьи футуристические проекты предопределили взаимоотношения между пространством, технологиями и экономикой. Её архитектура, напоминающая застывшие потоки энергии, стала не просто фоном для современной жизни, а самостоятельным драйвером экономических и культурных процессов. Революционный подход Хадид проявился уже в ранних проектах, таких как пожарная часть Vitra (1993) в Германии. Это здание с его острыми углами и динамичной композицией бросило вызов традиционным представлениям о форме и функции. Сегодня оно приносит компании Vitra колоссальный имиджевый капитал, привлекая дизайнеров и архитекторов со всего мира, а

его изображения украшают обложки учебников и рекламные проспекты.

Настоящим прорывом стал Центр Гейдара Алиева в Баку (2012) - архитектурная поэма из текучих линий, лишенная прямых углов. Этот проект демонстрирует, как культурное учреждение может стать градообразующим элементом, который ежегодно посещают свыше миллиона человек. По статистике он увеличил турпоток в Баку на 35% и окупил свою стоимость за 5 лет за счет мероприятий и сопутствующих услуг.

Экономический эффект проектов Хадид часто превышает их прямую функциональность. Оперный театр в Гуанчжоу (2010), напоминающий гальку в потоке воды, стал не просто площадкой для представлений, а символом всего региона. Его изображение используется в рекламных кампаниях местных предприятий, а сам объект приносит городу около \$50 млн ежегодно за счёт туризма и сопутствующих мероприятий. В области коммерческой архитектуры проекты Хадид демонстрируют удивительную эффективность. Штаб-квартира BMW в Лейпциге (2005) не просто обеспечила рабочие места - она стала символом инновационного подхода компании, повысив ее рыночную стоимость. А проект 520 West 28th Street в Нью-Йорке (2017) установил новые ценовые рекорды на рынке элитной недвижимости.

Наследие Захи Хадид продолжает влиять на экономику даже после её ухода. Ее бюро, возглавляемое Патриком Шумахером, разрабатывает проекты по всему миру, а её имя стало брендом, ассоциирующимся с инновациями и роскошью. В 2023 году права на использование её имени и архива были проданы за сумму, оцениваемую в \$50-70 млн. Архитектура Хадид доказала, что смелые формы могут быть экономически эффективными. Её здания не просто выполняют свои функции - они создают новые экономические реальности, становясь центрами притяжения инвестиций, талантов и культурных инициатив. В этом смысле каждое её

творение - это не просто сооружение, а сложный экономический организм, продолжающий развиваться и приносить прибыль долгие годы после завершения строительства. Анализируя творения всех архитекторов можно сказать, что архитектура превратилась уже достаточно давно из просто искусства создания зданий в ядро креативной экономики. Это мощный экономический инструмент, формирующий новые модели городского развития и потребления.

Дизайн. Деятели изобразительного искусства, такие как Александр Родченко, Варвара Степанова, представители Баухауса, Дитер Рамс и Фрэнк Ллойд Райт, существенно повлияли на развитие креативной экономики, создавая новые художественные направления и развивая образовательные программы.

Родченко, представитель русского авангарда, ввёл концептуальный подход с акцентом на форму, цвет и композицию, расширив границы графического дизайна и фотографии, а также сделал искусство более доступным.

Степанова сосредоточилась на функциональности искусства, влияя на текстильный дизайн и советский конструктивизм, ориентируясь на потребности общества и массовое производство.

Их творчество и идеи изменили общественное восприятие искусства, стали основой для развития дизайна, архитектуры и образования, продолжая вдохновлять современные креативные индустрии.

Цифровые медиа. Деятели цифровых медиа, такие как Павел Дуров, Аркадий Волож, Тим Бернерс-Ли и Марк Цукерберг, оказали огромное влияние на развитие креативной экономики, которая сегодня является одним из ключевых драйверов глобального экономического роста. Их инновации и проекты не только изменили способы коммуникации и потребления информации, но и создали новые рынки, бизнес-модели и возможности для творчества. Например, Тим Бернерс-Ли, изобретя

Всемирную паутину, заложил основу для цифровой трансформации, которая позволила креативным индустриям — от музыки и кино до дизайна и игр — выйти на глобальный уровень. Социальные сети, такие как Facebook и ВКонтакте, созданные Марком Цукербергом и Павлом Дуровым, стали платформами для распространения контента, продвижения творческих проектов и монетизации идей. Эти платформы предоставили доступ к аудитории, позволив даже небольшим креативным командам находить своих поклонников и строить бизнес. Аркадий Волож, развивая Яндекс, внедрил технологии искусственного интеллекта и машинного обучения, которые сегодня используются для анализа данных, персонализации контента и создания новых продуктов в креативной экономике.

Реклама и маркетинг. Рекламщики и маркетологи, такие как Дэвид Огилви и Фил Найт, действительно сыграли ключевую роль в создании брендов, которые стали символами успеха и влияли на развитие всей рекламной индустрии. Их работы не только продемонстрировали силу креативного мышления, но и заложили основы современных подходов к брендингу, формируя новые потребительские предпочтения.

Дэвид Огилви, часто называемый "отцом рекламы", сделал значительный вклад в понимание потребительского поведения и эффективные рекламные стратегии. Его философия "продавать, а не развлекать" подчеркивает важность ясного позиционирования бренда и создания убедительных рекламных сообщений. Огилви также популяризировал исследование рынка, считая, что понимание потребителя является основным условием успешной рекламы. Его работы, включая книги "Огилви о рекламе" и "Кто такой Дэвид Огилви?", остаются настольными для профессионалов отрасли.

Таким образом, фигуры, такие как Огилви, Найт и Годин, не только определяют стратегические направления в маркетинге и рекламе, но и

способствуют эволюции мировоззрения относительно брендов и их роли в жизни потребителей. Их подходы закладывают будущее рекламы, которая все больше становится персонализированной, а также основанной на данных и современными технологиями.

Креативная экономика становится ключевым фактором устойчивого развития и повышения конкурентоспособности стран на глобальном уровне. Она является катализатором инноваций, интегрируя культурные и креативные ресурсы с инфраструктурой современной экономики. Благодаря своей способности синтезировать традиционные и новаторские подходы, креативная экономика способствует расширению международного сотрудничества и культурного обмена.

Значимость креативной экономики подтверждается её вкладом в ВВП и созданием новых рабочих мест в узкоспециализированных секторах, таких как технологии, медиа и развлечения. Эти отрасли не только обеспечивают рост экономики, но и способствуют социальным изменениям, предоставляя платформы для самовыражения и культурной идентификации.

На уровне отдельных индивидов и сообществ креативная экономика вдохновляет на развитие предпринимательства и самозанятости, предлагая широкий спектр возможностей для создания и коммерциализации инновационного контента. В условиях роста цифровизации и глобализации эти процессы стали более доступными и важными.

Роль творческих профессионалов в этом контексте трудно переоценить. Художники, дизайнеры, писатели и другие представители креативных индустрий продолжают формировать культурное наследие и продвигать новые парадигмы, которые влияют на мироощущение и образ будущего. Они являются не только носителями новаторских идей, но и их трансляторами, вовлекая широкую аудиторию в процесс креативного взаимодействия.

Таким образом, креативная экономика выступает не просто как один из секторов хозяйственной деятельности, но как фундаментальный элемент, стимулирующий трансформационные процессы и формирующий основу для будущего устойчивого глобального роста.

1.3. Нормативно-правовая база креативной экономики

Креативная экономика представляет собой живой и многогранный организм, который органично соединяет экономические, культурные и социальные аспекты через тесное взаимодействие технологий, защиты интеллектуальной собственности и туристической индустрии. Основу этой системы составляют основанные на глубоких знаниях, часто уникальные для конкретных территорий виды деятельности, которые образуют сложную сеть взаимосвязей как на уровне глобальных экономических процессов, так и на уровне отдельных локальных сообществ и предпринимателей.

Признание ее значимости на международном уровне институционализировано через ряд ключевых документов и мандатов. Иницилирующим шагом стал Сан-Паульский консенсус (ЮНКТАД XI, 2004 г.), впервые призвавший международное сообщество поддерживать усилия развивающихся стран по развитию креативных отраслей (п. 91). Знаковым достижением явилось консенсусное принятие Генеральной Ассамблеей ООН Резолюции 74/198 (2019 г.), провозгласившей 2021 год Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития и закрепившей роль ЮНКТАД в мониторинге ее выполнения при поддержке ЮНЕСКО.

Бриджтаунское соглашение (ЮНКТАД XV, 2021 г.) констатировало превращение креативной экономики в критический фактор экономического роста и диверсификации для развивающихся стран на пути к ЦУР, подчеркнув необходимость создания благоприятной среды через стимулирование творчества, инноваций, предпринимательства и развитие культурных институтов (п. 54). Оно же предписало ЮНКТАД углубить аналитическую работу по креативным индустриям через свою Программу и Сеть по креативной экономике (п. 127(е)).

Ранее Найробийский маафикиано (ЮНКТАД XIV, 2016 г.) включил креативные индустрии в перечень новых областей устойчивого роста,

требующих поддержки в диверсификации экспорта развивающихся стран, и поручил разрабатывать соответствующую статистику (п. 77 m, z). Региональная динамика отражена в Балийской повестке дня (Первая Всемирная конференция по креативной экономике, 2018 г.), с последующими конференциями в Дубае (2021) и вновь на Бали (2022).

Креативная экономика демонстрирует значимую синергию с другими концепциями Новой экономики для устойчивого развития (NESD), дополняя зеленую, голубую, циркулярную экономику и экономные инновации. Ее вклад в циркулярные модели выходит за рамки управления отходами, фокусируясь на изначальном проектировании продуктов, процессов и услуг для оптимизации жизненного цикла, минимизации истощения ресурсов через регенерацию и повторное использование. Реализация этого потенциала требует развития новых навыков, межсекторального сотрудничества, адаптированных нормативных актов, рыночных структур и интеграции инноваций.

Такой системный подход способствует сдвигу в сторону наукоемкой и трудоемкой деятельности, высвобождая человеческий креативный потенциал для достижения целей Повестки 2030. Однако существуют и противоречия, иллюстрируемые концепцией "желтой экономики": крупные цифровые платформы, облегчая распространение контента, одновременно создают риски для оригинальных создателей через нарушения авторских прав и несправедливое распределение доходов, затрудняя получение ими адекватного вознаграждения и признания. Цифровая экономика, напротив, открывает беспрецедентные возможности, что ярко проявилось во время пандемии COVID-19.

Цифровизация трансформирует рынки (видеоигры, дизайн, музыка), вовлекая новых потребителей и создателей из развивающихся регионов (Африка, Азия), и потенциально упрощает доступ к защите ИС, остающейся острой проблемой, особенно в НРС (например, ущерб Нигерии от пиратства оценивался в \$1 млрд ежегодно еще в 2013 г.). Технологии также способны

повышать традиционно низкую производительность креативного сектора в развивающихся странах. С экономными инновациями креативную экономику связывает акцент на функциональности, удовлетворении потребностей клиентов и адаптивности, особенно важной для доминирующих в секторе ММСП. Цифровизация усиливает эту гибкость, облегчая формирование глобальных цепочек поставок и реакцию на изменения рынка, что подтвердила пандемия. Однако для успеха критически важны прозрачные цифровые платформы с четкими правилами ИС и налогообложения, а также поддерживающая национальная политика.

Вклад креативной экономики в достижение Целей устойчивого развития (ЦУР) многогранен и социально ориентирован. Она напрямую влияет на качество жизни и благополучие, характеризуясь исключительно высоким уровнем участия уязвимых групп: 45% работников сектора составляют женщины, а 23% – молодежь (15-29 лет), что подчеркивает ее потенциал для сбалансированного развития и расширения возможностей.

Сектор связывает локальных производителей с глобальными рынками, снижая барьеры входа, а кластерные проекты укрепляют институты и вовлекают местные сообщества в управление ресурсами. Креативная экономика является не только одним из наиболее динамично растущих секторов мировой экономики, но и ключевым источником доходов, занятости и экспортных поступлений. Данные ЮНКТАД свидетельствуют: в 2020 г. креативные товары и услуги составляли 3% и 21% от общего мирового экспорта товаров и услуг соответственно.

Мировой экспорт креативных товаров вырос с \$419 млрд в 2010 г. до \$524 млрд в 2020 г., в то время как экспорт креативных услуг показал взрывной рост с \$487 млрд до почти \$1.1 трлн за тот же период. Креативные услуги становятся все более значимой частью экспорта услуг, демонстрируя удивительную устойчивость во время пандемии (снижение всего на 1,8% в 2020 г. против 20% падения всего экспорта услуг).

Парадоксально, но развивающиеся страны остаются значительно недопредставленными в экспорте креативных услуг, особенно R&D. При этом торговля креативными товарами по линии Юг-Юг за два десятилетия почти удвоилась, достигнув 40,5% от общего экспорта креативных товаров развивающихся стран в 2020 г. (ювелирные изделия, дизайн интерьеров, мультимедиа, мода, игрушки), открывая для них новые возможности торговли и диверсификации. Эти тенденции подтверждают роль креативных индустрий как катализатора более равноправного участия развивающихся стран в мировой торговле.

Приоритеты концепции NESD в контексте креативной экономики подчеркивают растущий спрос на креативные продукты как ключевой драйвер роста. Инклюзия спорта в определения креативных индустрий (Великобритания, США) отражает конкуренцию за потребительское внимание. Пандемия COVID-19 наглядно продемонстрировала влияние факторов спроса и предложения: резкий сдвиг от оффлайн-мероприятий к онлайн-потреблению и осознание возможности удаленной работы и международного цифрового сотрудничества в цепочках поставок.

Это также выявило потенциал "ближнего размещения" для стран, географически и культурно близких к крупным рынкам. Анализ спроса через исследования доходов и расходов домохозяйств открывает новый источник данных о потреблении культурных благ, хотя он и ограничен в охвате всей сложности спроса в креативной экономике.

Во-первых, традиционные экономические подходы часто отдают предпочтение прямым, легко измеримым доходам, которые в креативных отраслях варьируются из-за особенностей доступа к рынкам, организационного потенциала и возможностей коммерциализации (например, сложность оценки добавленной стоимости патента). Во-вторых, существуют трудности в учете значимых внешних эффектов, характерных для сектора: культурное воздействие, синергии между видами искусства, влияние демографических факторов на перспективы развития.

Рекомендации по укреплению креативной экономики вытекают из проведенного анализа. На глобальном (ООН) уровне необходимо:

- 1) последовательно позиционировать культурные и креативные индустрии как движущую силу торговли, развития и инновационных систем;
- 2) акцентировать внимание на их социальных выгодах;
- 3) активизировать поддержку инновационных фондов для финансирования разработки и коммерциализации контента/решений из развивающихся стран и НРС;
- 4) усиливать страновую поддержку в развитии креативных отраслей для максимизации торгово-развивающего эффекта.

На страновом уровне критически важно:

- 1) официально признать сектор опорой экономического развития;
- 2) адаптировать концепции креативных индустрий к национальным/региональным реалиям, включая формирование экосистем финансирования и предпринимательства, способствующих появлению и коммерциализации идей и местных технологий;
- 3) учредить и наделить полномочиями национальные органы по развитию культуры и творчества;
- 4) стимулировать государственно-частно-академические партнерства в R&D на стыке креатива и цифровизации.

Академическая и исследовательская повестка требует активизации. Необходимы проекты для углубления понимания цифровых креативных товаров/услуг в развивающихся странах и их вклада в развитие, особенно вклада торговли услугами по способу 3 (коммерческое присутствие) и способу 4 (перемещение физических лиц), которые слабо отражены в статистике, но экономически значимы.

Способ 3 более характерен для развитых, способ 4 – для развивающихся экономик, однако динамика меняется. Исследования по измерению цифровых креативных продуктов и сбору данных остаются насущной потребностью. Важно сместить фокус с чистого экспорта на внутреннее использование

креативных продуктов (производство + импорт - экспорт) как индикатор, более релевантный философии ЦУР, отражающий потребление и благосостояние домохозяйств.

Для стран с ограниченными данными методология "творческого трезубца" (Higgs, Cunningham, Bakhshi, 2008), фокусирующаяся на занятости (специалисты, поддержка, встроенные творцы), предлагает практический подход. Цифровизация открывает путь интеграции ММСП развивающихся стран в глобальные цепочки создания стоимости креативной экономики (например, аутсорсинг элементов производства цифровой анимации), создавая модели для развития локальной ИС.

Новые технологии, снижая барьеры доступа и производства, способствуют взрывному росту творчества и инновационным моделям финансирования (стриминг достиг 59% цифровых доходов в музыке). Однако параллельно растет риск концентрации рыночной власти у медиаплатформ, контролирующих данные и ИИ, что ведет к диспропорциям в распределении доходов (создателям может доставаться лишь около 7,2% мировых роялти). Приложения на базе ИИ становятся инструментами для широкого спектра творческих профессий (художники, дизайнеры, программисты и др.).

Государствам необходимо выработать эффективные ответы на вызовы рыночной концентрации и монополизации данных, чтобы сохранить регулирующее влияние и обеспечить справедливое вознаграждение человеческого творческого труда в цифровую эпоху. Будущее креативной экономики зависит от способности гармонизировать технологический прогресс, институциональную поддержку и защиту прав создателей в интересах инклюзивного и устойчивого развития.

Для развития креативной экономики был издан Федеральный закон от 04.08.2023 № 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации". Он вступил в силу 5 февраля 2025 года. Закон устанавливает перечень креативных индустрий (или критерии отнесения к ним), охватывающий такие сферы как архитектура, дизайн, мода, искусство,

кино, телевидение, издательское дело, музыка, разработка ПО и игр, реклама, анимация, народные художественные промыслы и др. Данный ФЗ предусматривает формирование системы государственной поддержки субъектов креативных индустрий⁸.

Кроме этого, в Российской Федерации принята Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2036 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2024 г. № 4146-р.

Ключевые задачи стратегии:

- Политика развития направлена на обеспечение приоритетной поддержки проектов в сфере высоких технологий, наукоемких производств и творческих индустрий в крупных городских агломерациях, административных центрах субъектов Федерации и наукоградах. Особое внимание уделяется полной реализации экспортного и кооперационного потенциала в соответствии с внешнеэкономическими приоритетами России, включая расширение экспортного предложения отечественных производителей, повышение конкурентоспособности и формирование новых специализаций.
- Важным элементом является применение целевых инструментов поддержки и продвижения экспорта на рынки стран, настроенных на конструктивное сотрудничество с Российской Федерацией. Активно развивается приграничное сотрудничество регионов и муниципалитетов с сопредельными государствами, включая Азербайджан, Белоруссию, Казахстан, Китай, КНДР, Монголию, Абхазию и Южную Осетию, с углублением интеграционных процессов в рамках ЕАЭС для формирования единого рынка товаров, услуг, капитала и труда.

⁸ Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрии в Российской Федерации"

- Система подготовки кадров перестраивается с учетом прогноза потребности экономики в специалистах на пятилетнюю перспективу. Параллельно ведется актуализация перечня моногородов с учетом текущих отраслевых тенденций и рисков ухудшения их социально-экономического положения.⁹;

На текущий момент в Российской Федерации заработал нормативно-правовой механизм, который будет способствовать региональному развитию креативных индустрий с целью обеспечения экономического роста и повышению конкурентоспособности страны на международном рынке креативных товаров и услуг. Нормативно-правовая база развития креативной экономики начала свое становление с первого мандата в области креативной экономики, который был принят в итоговом документе ЮНКТАД XI на Сан-Паульском консенсусе в 2004 г.

Для развития креативной экономики был издан Федеральный закон от 04.08.2023 № 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации". Он вступил в силу 5 февраля 2025 года. Закон устанавливает перечень креативных индустрий (или критерии отнесения к ним), охватывающий такие сферы как архитектура, дизайн, мода, искусство, кино, телевидение, издательское дело, музыка, разработка ПО и игр, реклама, анимация, народные художественные промыслы и др. Данный ФЗ предусматривает формирование системы государственной поддержки субъектов креативных индустрий.

Также на Петербургском Экономическом Форуме 2025 года В.В. Путин отметил необходимость разработки долгосрочной стратегии развития креативной экономики в России.

Правительством Российской Федерации утверждена масштабная Стратегия пространственного развития страны на период до 2030 года с

⁹ Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2036 года утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2024 г. № 4146-р

перспективой до 2036 года (распоряжение № 4146-р от 28 декабря 2024 года). Этот документ предусматривает комплексный подход к территориальному развитию, включая приоритетную поддержку высокотехнологичных и наукоемких производств, а также творческих индустрий в ключевых точках роста - городских агломерациях, региональных столицах и наукоградах.

Особое внимание уделяется реализации экспортного потенциала в соответствии с внешнеэкономическими приоритетами России. Это включает расширение экспортного предложения отечественных производителей, повышение конкурентоспособности и формирование новых специализаций. Стратегия предполагает применение адресных инструментов поддержки экспорта на рынках стран, заинтересованных в конструктивном сотрудничестве с Российской Федерацией.

Важным элементом является развитие приграничного сотрудничества регионов и муниципалитетов с сопредельными государствами, что способствует укреплению экономических связей и созданию благоприятных условий для взаимовыгодного партнерства.

Глава 2. Анализ развития креативной экономики за рубежом и в России на современном этапе

2.1. Актуальные тенденции развития креативной экономики в мире

Креативная экономика утверждается как стратегически важный сектор в структуре современного мирового хозяйства. Данная значимость детерминирована фундаментальным трендом: цифровой креативный контент (музыкальные произведения, видеоигры, кинопродукция) последовательно замещает традиционные материальные товары в потребительских практиках. Эта трансформация не только реконфигурирует модели потребления, но и формирует принципиально новые векторы предпринимательской деятельности.

Цифровизация выступает катализатором возникновения инновационных бизнес-моделей, включая стриминговые сервисы и multifunctional цифровые платформы. Данные форматы создают условия для реализации нестандартных решений и развития межотраслевой кооперации. Показательны синергические коллаборации между разработчиками видеоигр, музыкальными исполнителями, издательскими домами и кинокомпаниями, генерирующие уникальные кросс-медийные продукты для расширенной аудитории. Существенным социально-демографическим фактором роста выступает активность молодого поколения в развивающихся странах. Будучи ключевыми потребителями цифрового контента, молодые люди формируют устойчивый спрос на инновационные креативные продукты, тем самым стимулируя развитие человеко-ориентированных секторов экономики.

Креативные отрасли характеризуются исключительной вариативностью операционных моделей, логистических цепочек и механизмов монетизации на глобальном и региональном уровнях. Эта гетерогенность порождает существенные методологические сложности в точной оценке масштабов

рынка. Разнородность применяемых показателей доходов и продаж, несовпадение источников данных и методологических подходов существенно затрудняют сравнительный анализ.

В 2024 году Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) обнародовала результаты масштабного анализа состояния креативной экономики, в котором приняли участие 36 стран, преимущественно развивающихся. Проведенное исследование выявило существенные различия между странами: вклад творческих индустрий в валовой внутренний продукт колебался от 0,5% до 7,3%, а их доля в занятости населения составляла от 0,5% до 12,5% от общей численности рабочей силы. Эти данные подчеркивают роль креативного сектора как драйвера экономического развития и генератора рабочих мест с учетом региональной специфики (рис. 6). Однако сопоставимость данных ограничена терминологической неоднородностью ("культура", "культурные и креативные индустрии", "креативная экономика"), различиями в измеряемых показателях (вклад в ВВП vs. добавленная стоимость) и несовпадением базисных периодов исследований. Данная методологическая фрагментарность актуализирует необходимость выработки унифицированных подходов к оценке вклада креативного человеческого капитала в устойчивое развитие.

 Китай В 2022 году операционная прибыль культурной индустрии Китая составила 16,5 трлн юаней (2,3 трлн долларов США). <u>Культурная индустрия Китая достигла 1,3 трлн юаней (180 миллиардов долларов США) общей прибыли.</u>	 Коста-Рика В 2019 году на сектор культуры <u>Коста-Рики приходилось 2,1% ВВП и 2,1% общей занятости.</u>	 Доминиканская Республика В 2014 году в сфере культуры и творчества было занято 468 324 человека, около 12,5% от общей численности <u>формальной и неформальной рабочей силы.</u>
 Египет В 2020 году секторы культуры и творчества в Египте <u>составили 3% ВВП.</u> В 2008 году в секторе, по оценкам, <u>было занято 2 миллиона человек.</u>	 Индонезия В 2021 году креативная экономика Индонезии внесла около 82 млрд долларов США в ВВП. В 2022 году в <u>креативной индустрии было занято 24 млн человек.</u>	 Ямайка В 2019 году доля кино, анимации и музыкальной индустрии в ВВП страны <u>составила 6,2%.</u>
 Япония В 2019 году на сферу культуры приходилось 1,9% ВВП Японии, в ней было занято 1,3 млн человек (1,9% рабочей силы).	 Республика Маврикий В 2022 году доля креативных индустрий в ВВП <u>составила 2,4%.</u>	 Черногория В 2022 году на сферу культуры и творчества <u>приходилось 3,4% ВВП, 10,2% зарегистрированных субъектов предпринимательской деятельности и 4,5% рабочей силы.</u>

 Нигерия В 2019 году в креативных отраслях Нигерии было занято <u>около 3,2 млн человек, или 6% от общей численности занятых.</u>	 Перу В 2018 году на долю отраслей Перу, основанных на авторском праве, приходилось <u>3,8% национальной добавленной стоимости и 703 654 рабочих места (4,1% от общей занятости).</u>	 Филиппины В 2022 году креативная экономика <u>составила 7,3% ВВП страны и обеспечила занятость 7 миллионов человек.</u>
 Республика Корея В 2020 году реальная добавленная стоимость в отраслях авторского права составила <u>около 160 млрд долларов США, в этом секторе было занято 2,4 млн человек.</u>	 Словения В 2017 году культурные и творческие отрасли составили <u>3,5% валовой добавленной стоимости (ВДС) и обеспечили занятость около 7% рабочей силы (51 934 человек). На сектор приходится 10,5% (24 062) всех зарегистрированных организационных единиц и 8,4% всех активных компаний.</u>	 ЮАР В 2020 году вклад культурных и творческих индустрий в ВДС составил <u>3%, в 2019 году в этом секторе было занято 4,1% рабочей силы (что эквивалентно 679 900 рабочим местам).</u>
 Великобритания В июне 2023 года в креативных индустриях было занято <u>2,5 миллиона человек.</u>	 Узбекистан В 2014 году доля культурных отраслей в ВВП составила <u>0,5%.</u> В 2020 году в творческих отраслях было занято <u>0,6% рабочей силы.</u>	

Рис. 6. Последние факты и цифры о креативной экономике Источник: отчёт ЮНКТАД по креативной экономике, 2024 г. Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Среди современных тенденций развития креативных индустрий следует выделить следующие:

Во-первых, в современных условиях во всех странах отмечается возрастающее **внимание государства к развитию креативных индустрий**, проявляющееся в реализации механизма господдержки креативного сектора.

Признание мультипликативного экономического и социального воздействия креативной экономики стимулирует государства к выработке специализированной политики поддержки сектора. Эмпирические данные свидетельствуют о формировании устойчивых институциональных механизмов: в каждой стране-участнице ЮНКТАД созданы профильные министерства или ведомства, наделенные мандатом по регулированию и развитию креативной экономики. Более 70% государств (включая Российскую Федерацию) реализовали национальные стратегии или программные документы, целенаправленно ориентированные на стимулирование креативного сектора. Эта консолидация усилий отражает понимание роли человеческого творческого потенциала как драйвера устойчивого развития.

Цифровизация утверждается как системообразующий тренд, трансформирующий все сегменты креативных индустрий. Устойчивый рост популярности цифровых сервисов фиксируется во всех экономических секторах, однако масштабные исследования креативного сектора ограничены дефицитом релевантных данных, особенно в развивающихся странах. Глобальный прогноз РwС "Перспективы индустрии развлечений и медиа" (2023-2027 гг.) представляет одно из наиболее репрезентативных исследований, охватывающее 60 стран (включая 33 развивающиеся экономики). Согласно отчету, несмотря на замедление темпов роста мировой медиаиндустрии с 2021 года, сектор сохраняет положительную динамику совокупной выручки. Ключевым драйвером выступают цифровые услуги, демонстрирующие устойчивый рост потребительского спроса в глобальном масштабе.

Данные организаций коллективного управления правами (СМО) предоставляют ценный инструмент для анализа экономических условий творческой деятельности. Согласно отчету Международной конфедерации обществ авторов и композиторов (CISAC, 2023), цифровые технологии впервые стали доминирующим источником авторских отчислений (35% глобальных роялти), что обусловлено экспансией подписочного стриминга. Региональное распределение сборов демонстрирует лидерство Европы (54,8%), за которой следуют Северная Америка (24,5%), Азиатско-Тихоокеанский регион (15%), Латинская Америка и Карибский бассейн (5,1%) и Африка (0,6%). Примечательно, что развивающиеся регионы показывают опережающую динамику: Латинская Америка зафиксировала рекордный рост сборов на 66,1% в 2022 году. В экономиках Индонезии, Мексики, Филиппин, Таиланда и Вьетнама цифровые каналы не только доминируют в структуре отчислений, но и демонстрируют геометрическую прогрессию, отражая потенциал цифровой инклюзии для расширения возможностей творческих профессионалов. Эта тенденция подчеркивает важность преодоления цифрового неравенства как условия реализации креативного потенциала в глобальном масштабе.

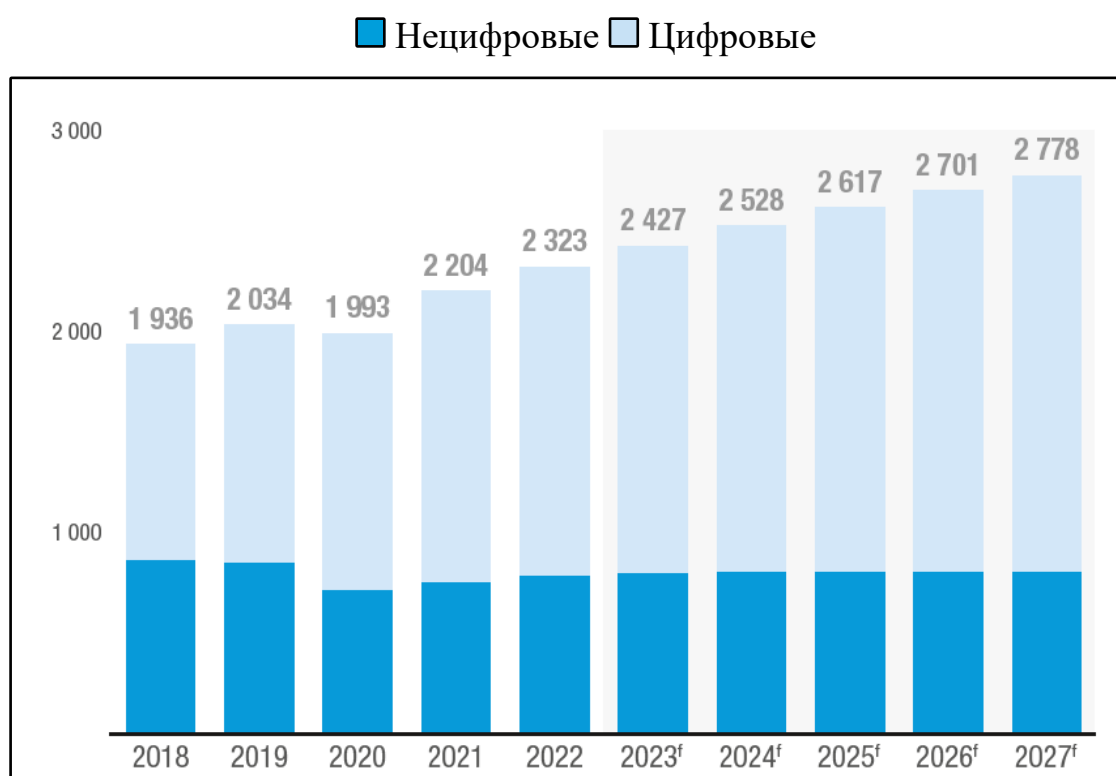


Рис. 7 Глобальные доходы от развлечений и медиа (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД, на основе доклада PwC "Глобальный прогноз в сфере развлечений и медиа на 2023–2027 годы" Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Адаптация рекламных стратегий к технологическим инновациям и эволюции потребительского поведения выступает императивом современного рынка. Эта необходимость стимулирует разработку инновационных подходов и усиливает значимость цифровых рекламных каналов. Согласно аналитическим оценкам PwC, глобальный объем рекламных доходов достиг в 2023 году рекордных 806 миллиардов долларов США. Данный рост детерминирован экспансией электронной коммерции и увеличением временных затрат пользователей на цифровых платформах. В ответ компании интенсифицируют рекламные активности, диверсифицируя коммуникационные каналы для расширения аудиторного охвата.

Эмпирически подтверждена устойчивая тенденция доминирования цифровых форматов: их доля в глобальных рекламных расходах составила 57,7% в 2023 году с прогнозируемым ростом до 60+% к 2026 году. Особую динамику демонстрирует сегмент рекламы в индустрии видеоигр, где ожидается увеличение доходов с 70 миллиардов долларов (2022) до 137 миллиардов долларов к 2027 году. Данные темпы существенно опережают рост традиционной телевизионной рекламы (157 млрд в 2022 г. → 160 млрд в 2027 г.), что позиционирует игровую среду как стратегически перспективную платформу для взаимодействия с цифровым поколением.

Региональный анализ выявляет выраженную дифференциацию рынков: лидерство сохраняет Северная Америка с прогнозируемыми расходами 327,5 млрд долларов в 2024 году, за ней следуют Азиатско-Тихоокеанский регион (240,9 млрд) и объединенный рынок Европы, Ближнего Востока и Африки (158,7 млрд). Примечательно, что именно Азиатско-Тихоокеанский регион

демонстрирует максимальную степень цифровизации рекламной деятельности – 64% от совокупных расходов. Эта диспропорция отражает не только технологические возможности, но и культурные особенности восприятия цифрового контента различными социумами, подчеркивая необходимость культурно-сенситивных подходов в глобальных коммуникационных стратегиях.

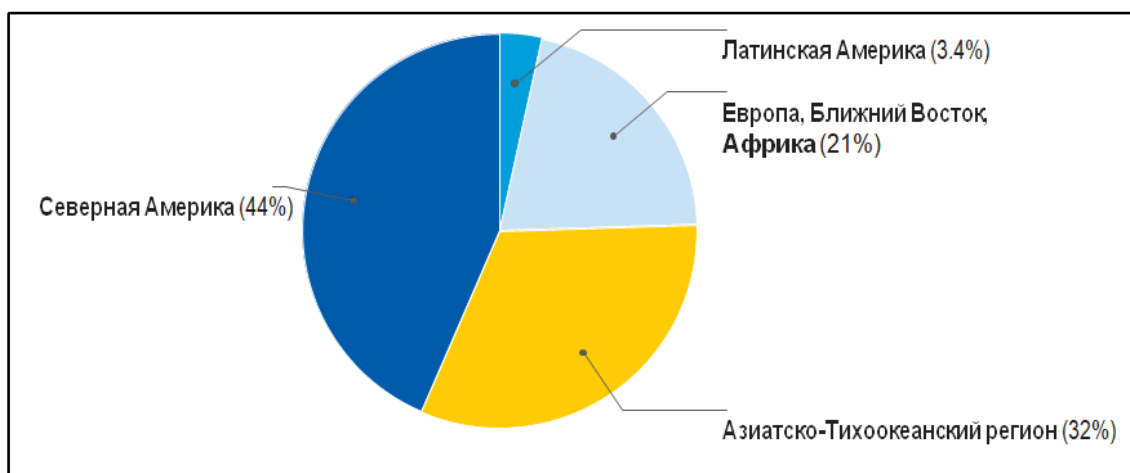


Рис. 8 Доля расходов на рекламу по регионам в 2024 году (в процентах)

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Современная архитектурная парадигма последовательно смещается в сторону приоритизации устойчивого развития и интеграции инновационных материалов. Данная трансформация отражает антропоцентрический подход, направленный на создание комфортных, функциональных и экологически ответственных пространств через синтез природных принципов и технологических решений. Архитектурная практика все чаще выступает инструментом гармонизации урбанизированной среды с биосферными процессами, формируя условия для повышения качества человеческой жизни.

Анализ рыночной динамики выявляет дивергентные тенденции в секторах архитектуры и интерьерного дизайна. Наблюдается выраженная поляризация: в то время как проекты в сфере здравоохранения демонстрируют

рекордный рост гонораров, что отражает социальную значимость медицинской инфраструктуры, коммерческий сегмент офисных помещений переживает сжатие. Показательно, что совокупные гонорары топ-100 мировых компаний в области дизайна интерьеров достигли 4,97 млрд долларов США в 2022 году. Хотя данный показатель представляет собой лишь умеренный прирост относительно 4,55 млрд (2021 г.) и 4,5 млрд (2020 г.), он служит индикатором восстановления и поступательного развития отрасли. Эта положительная динамика свидетельствует о возрастающей востребованности человеко-ориентированных пространств, проектируемых с учетом эргономических, психологических и экологических потребностей пользователей.

Таблица 4.

Лучшие архитектурные бюро мира в 2023 году

Ранг	Компания	Местоположение	Нанятые архитекторы	Комиссионный доход (млн. долл. США)
1	Gensler	Соединенные Штаты Америки	3,065	> 1 500
2	Arcadis	Нидерланды	1,956	370-379
3	HDR	Соединенные Штаты Америки	1,544	700-799
4	Sweco	Швеция	1,504	170-179
5	Nikken Sekkei	Япония	1,347	500-599
6	Heerim Architects & Planners	Республика Корея	908	180-189
7	Perkins Eastman	Соединенные Штаты Америки	824	270-279
8	Haeeahn Architecture	Республика Корея	768	140-149

9	HKS	Соединенные Штаты Америки	761	330-339
10	DLR Group	Соединенные Штаты Америки	734	380-389

Источник: ЮНКТАД, на основе Building Design (2024) Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Географическая диверсификация архитектурного сектора демонстрирует сдвиг в глобальном распределении творческого потенциала. Хотя ядро топ-10 крупнейших архитектурных фирм сохраняется в развитых экономиках (табл. 4), репрезентация развивающихся стран в расширенном списке топ-100 усиливается: Китай (12 компаний), Филиппины (6), Индия (5), ОАЭ (4), ЮАР (2), а также Бахрейн, Кувейт, Сингапур, Таиланд и Вьетнам (по 1 компании). Эта динамика отражает процесс деконцентрации профессионального мастерства и расширения доступа к глобальным рынкам творческих услуг.

Содержательная сложность архитектурной деятельности, особенно на уровне средних предприятий, проявляется в мультисекторальном охвате: от гостиничного бизнеса и корпоративных пространств до социально значимых объектов здравоохранения, образования и культурных институций. Данная полифункциональность подчеркивает роль архитектуры как инструмента решения антропогенных задач – создания среды, отвечающей физическим, эмоциональным и социальным потребностям человека. Технологическая адаптация (внедрение VR, ИИ) становится ответом на вызовы стоимости и дефицита квалификации, открывая возможности для оптимизации проектирования при сохранении человеко-ориентированного подхода.

Эволюция кинотелевизионной индустрии характеризуется глубокой трансформацией под влиянием стриминговых платформ. Эти изменения

расширяют доступ аудитории к контенту и создают новые формы творческой реализации. После кризиса 2020 года (-18% потребительских расходов), восстановление началось с 2021 года, причем сервисы видео-по-запросу (SVoD) показали максимальную динамику (+14% подписок), предложив персонализированный пользовательский опыт. Параллельно сохраняется культурная значимость традиционных форматов: кассовые сборы кинотеатров демонстрируют устойчивый рост, прогнозируемый к достижению \$48.4 млрд к 2027 году. Эта бифуркация отражает баланс между инновационной доступностью и непреходящей ценностью коллективного культурного опыта (рис. 9).

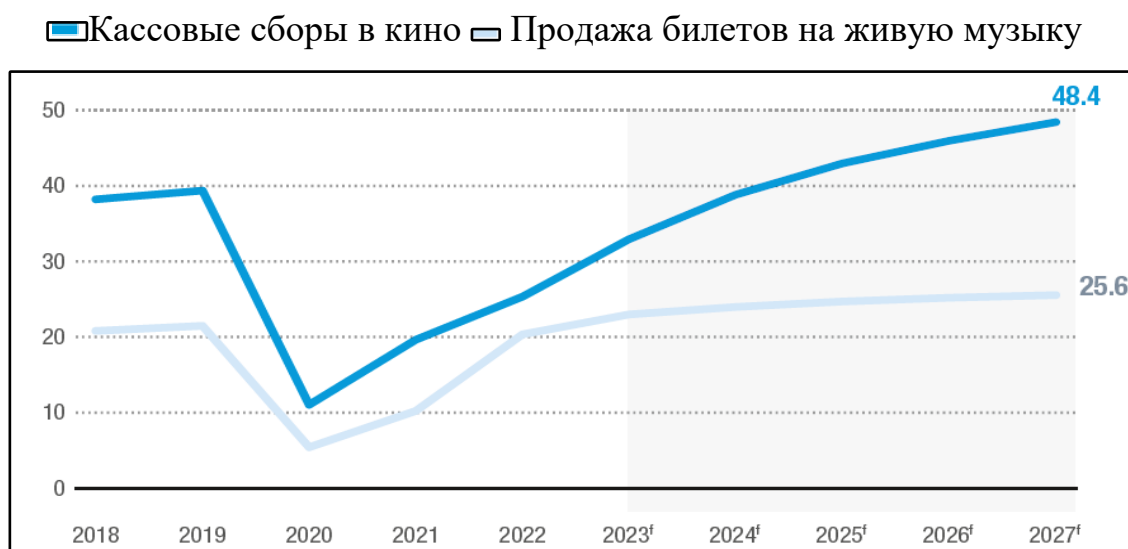


Рис. 9 Глобальный доход от "живых" мероприятий (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД, на основе доклада PwC "Глобальный прогноз в сфере развлечений и медиа на 2023–2027 годы" Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Кинотеатральный рынок демонстрирует выраженную региональную дифференциацию при общем позитивном тренде. Мировые кассовые сборы 2023 года достигли \$33.9 млрд (+30.5% к 2022 г.), причем

Азиатско-Тихоокеанский регион доминирует с 39% глобальных продаж (лидерство Китая – 23%). Северная Америка сохраняет второе место (\$9,07 млрд, 27%), за ней следуют EMEA (27%) и Латинская Америка (+32%, 8% рынка). Примечателен вклад развивающихся экономик: Индия (\$1,4 млрд), Россия, Саудовская Аравия и другие вошли в топ-15, что отражает глобализацию культурного потребления. Параллельно фиксируется рост кинопроизводства – 8,748 художественных фильмов в 2022 г. (+15%), где Индия обеспечила 29% объема, а семь других развивающихся стран вошли в мировой топ-20 производителей. Эта динамика свидетельствует о расширении возможностей для творческой реализации в глобальном масштабе.

Трансформация дистрибуционных моделей характеризуется перераспределением аудитории в пользу OTT-сервисов. Прогнозируется снижение доходов традиционного ТВ с \$231 млрд (2021) до \$222.1 млрд (2026), тогда как рынок FAST-рекламы ожидает удвоения в пятилетней перспективе. Данный сдвиг отражает переориентацию зрителей на персонализированный контент, хотя сохранение кинопрокатных форматов подчеркивает ценность коллективного культурного опыта.

Цифровой импульс издательской индустрии проявляется через расширение доступности литературы, жанровое разнообразие и интерактивные читательские практики. Несмотря на методологические сложности (разрозненность метрик, отсутствие стандартизации), анализ продаж и регистраций ISBN подтверждает устойчивый рост сектора. Социальные медиа, особенно феномен BookTok, стали катализатором вирусного распространения литературных произведений через эмоциональный пользовательский контент. Синергия с экранизациями демонстрирует мультипликативный эффект: адаптации повышают узнаваемость первоисточников в 4 раза по рейтингам и в 2 раза по цитированию, подтверждая взаимодополняемость традиционных и цифровых форматов культурного потребления (рис. 10).

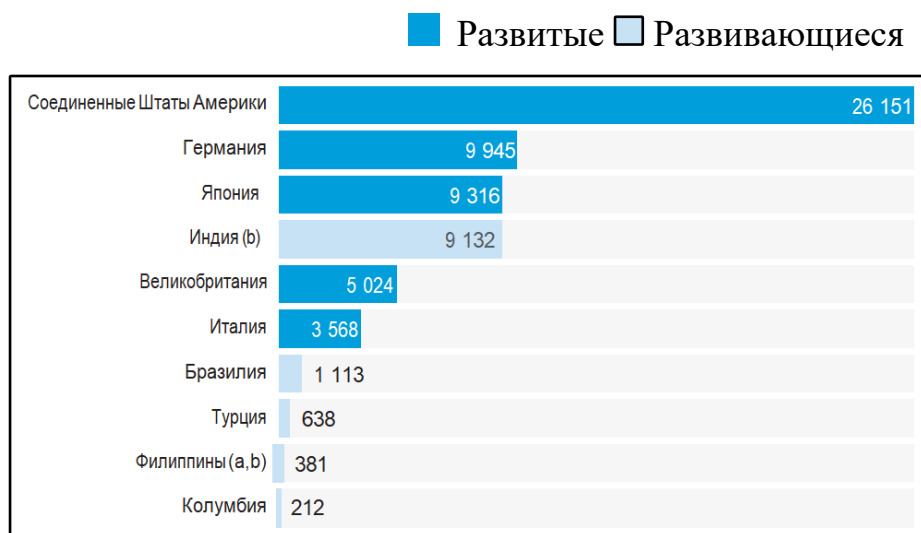


Рис. 10 Пятерка развитых и развивающихся стран с самым значительным совокупным доходом издательской отрасли в 2022 году (млн. долл. США)

Источник: ЮНКТАД, по материалам Всемирной организации интеллектуальной собственности (2023 г.). Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD
 Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

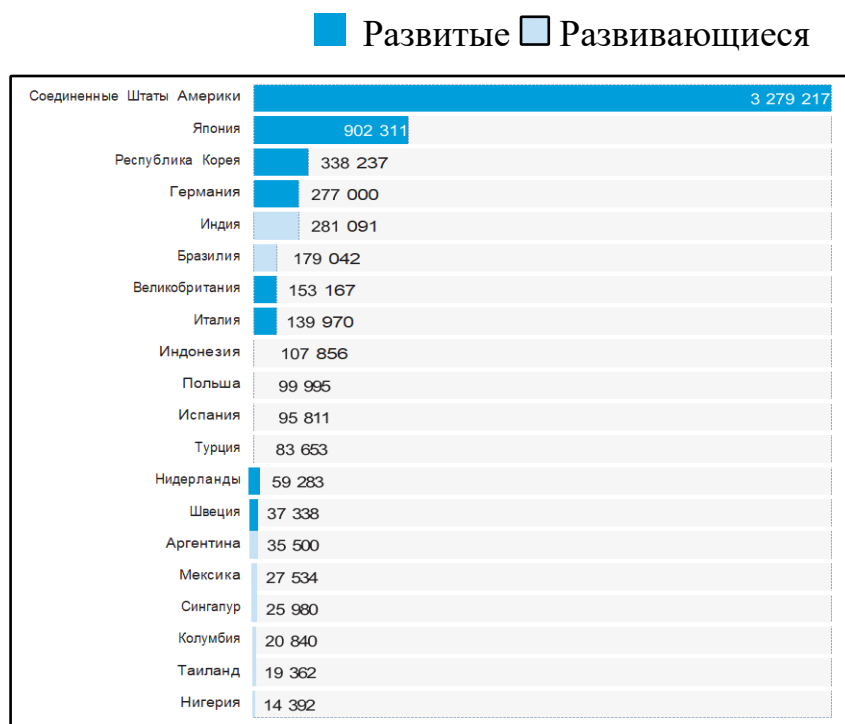


Рис. 11 Первая десятка развитых и развивающихся стран с наибольшим количеством регистраций ISBN в 2022 году

Источник: ЮНКТАД, по материалам Всемирной организации интеллектуальной собственности (2023 г.) Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD
 Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Литературно-медийная конвергенция демонстрирует устойчивую взаимосвязь между исходными текстами и их адаптациями. Надежность литературных произведений как источника контента стимулирует рост сделок по экранизациям, что катализирует ревитализацию книжных продаж и повышение узнаваемости классических произведений. Эмпирические исследования подтверждают: романы с киноадаптациями получают в 4 раза больше рейтингов и вдвое чаще цитируются в академических публикациях по сравнению с неадаптированными работами. Ярким примером кросс-медийного взаимодействия служит рынок комиксов, объем которого в 2022 году в 2,5 раза превысил пиковый показатель 2007 года. Данный рост обусловлен синергией печатных и цифровых форматов: доступность анимационных экранизаций на стриминговых платформах стимулирует интерес к оригинальным изданиям, а мобильные приложения с подписочными моделями расширяют аудиторию. Инновационный кейс – коллаборация южнокорейского импринта Ize Press и музыкальной компании Hybe, объединившая вебтуны и К-поп с участием артистов уровня BTS. Выпущенные на 10 языках графические новеллы собрали 70+ млн просмотров, демонстрируя потенциал межотраслевого сотрудничества для глобального распространения культурных продуктов.

Парадигмальный сдвиг в музыкальной индустрии характеризуется фундаментальной трансформацией под влиянием стриминговых технологий и социальных медиа. Эти изменения реконфигурируют модели дистрибуции, предоставляя артистам беспрецедентные возможности для прямого взаимодействия с аудиторией и творческой самореализации. В 2023 году глобальные доходы от записанной музыки достигли рекордных \$28,6 млрд (+10,2% за 9 лет), при этом структура монетизации претерпела радикальные изменения. Доминирование физических носителей сменилось гегемонией стриминга: его доля выросла на 10.4%, достигнув 67.3% рынка, тогда как сегмент физических продаж сократился до 17.8%. Технологические инновации, включая ИИ-рекомендательные системы и оптимизацию передачи

данных, способствуют улучшению пользовательского опыта и доступности музыкального контента. Данная трансформация подчеркивает переход от модели владения к модели доступа, отражая эволюцию культурного потребления в цифровую эпоху.

■ Физические ■ Загрузки ■ Стриминг ■ Права на использование
■ Синхронизация

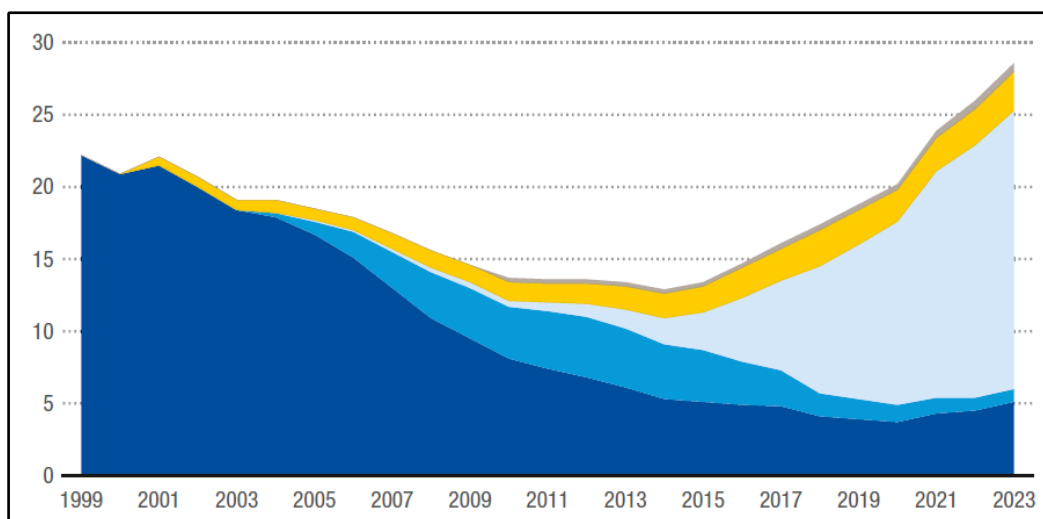


Рис. 12 Глобальные доходы от записанной музыки (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД, по материалам Международной федерации фонографической индустрии (2024), Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD
Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Глобализация музыкального рынка демонстрирует инклюзивную тенденцию: согласно данным IFPI, в 2023 году все регионы показали положительную динамику доходов, причем развивающиеся экономики достигли двузначного роста. Лидером выступила Африка южнее Сахары (+24,7%), где стриминг стал основным драйвером развития. Значительный прирост также зафиксирован в Латинской Америке (+19,4%), Азии (+14,9%), MENA (+14,4%), Австралии (+10,8%), Европе (+8,9%) и Северной Америке (+7,4%). Структурно стриминг доминирует в развивающихся регионах, достигая рекордных 86,3% доходов в Латинской Америке. Важным индикатором сдвига стало вхождение Китая (5-е место) и Бразилии (9-е место) в топ-10 крупнейших музыкальных рынков, что отражает демократизацию культурного производства.

Ренессанс live-индустрии превзошел допандемийные показатели 2019 года, причем сектор эволюционирует через гибридные форматы. Виртуальные мероприятия и кросс-медийные проекты, такие как кинематографический опыт Taylor Swift: The Eras Tour и фестиваль Block by Blockwest в Minecraft, создают инновационные пространства для культурного потребления. Эти практики расширяют социальное измерение музыки, преодолевая географические и физические ограничения.

Технологическая трансформация индустрии видеоигр усиливается за счет внедрения VR/AR-технологий, создающих новые возможности для интерактивного взаимодействия. Сектор достиг рекордных \$227 млрд доходов в 2023 году, превысив совокупные показатели кино- и музыкальной индустрий (Рисунок 8). Феномен киберспорта подтверждает социальную значимость игровой культуры: продажи билетов на мероприятия выросли на 100% (2021) и 150% (2022), формируя глобальные комьюнити вокруг соревновательных практик. Эта динамика отражает переход игр из нишевого развлечения в полноценный социокультурный институт. (рис. 13).

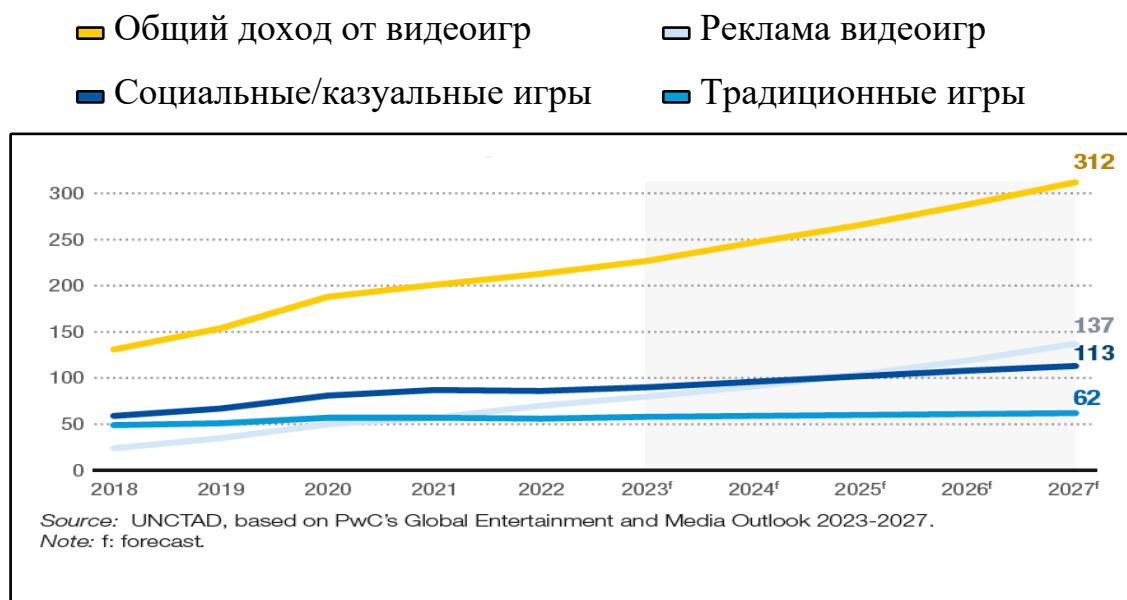


Рис. 13 Глобальные доходы от видеоигр (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД, на основе доклада PwC "Глобальный прогноз в сфере развлечений и медиа на 2023–2027 годы" Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD
Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

■ Продажа билетов на киберспортивные мероприятия

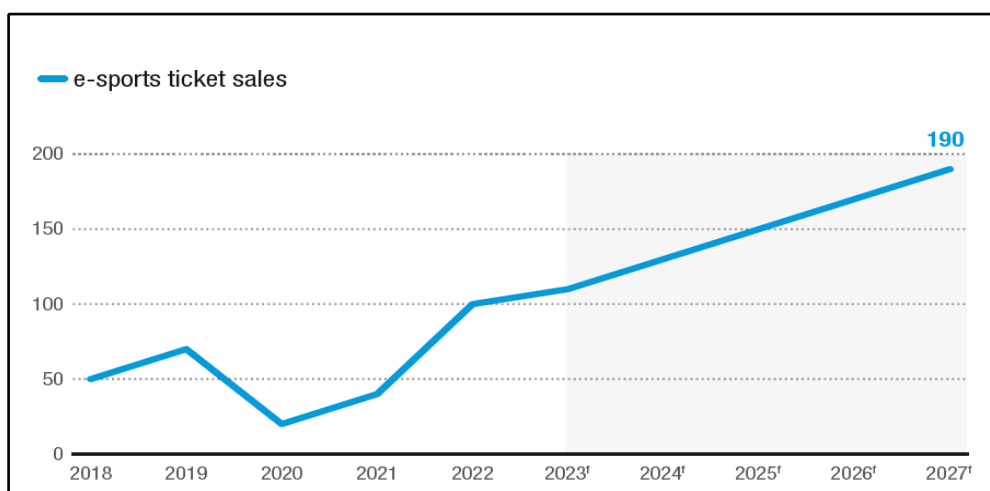


Рис. 14 Доход от киберспортивных мероприятий (млн. долл. США)

Источник: ЮНКТАД, на основе доклада PwC "Глобальный прогноз в сфере развлечений и медиа на 2023–2027 годы" Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD
Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Межотраслевая интеграция видеоигр усиливается под влиянием технологических инноваций и социального спроса. Видеоигры становятся платформой для продвижения иного культурного контента – виртуальные концерты в Fortnite привлекли 10 млн зрителей, формируя новые формы культурной социализации. Экспансия сектора подтверждается ростом доли в глобальных расходах на медиаразвлечения с 6,1% (2017) до прогнозируемых 10,9% (2026).

Региональные сдвиги характеризуются динамикой развивающихся экономик: Турция (+24,1% CAGR 2021-2026), Пакистан (+21,9%), Индия (+18,3%) и Саудовская Аравия (инвестиции в киберспортивную инфраструктуру). Облачный гейминг станет ключевым драйвером роста (+45% CAGR до 2030, \$20,3 млрд), особенно в АТР (23% рынка в 2021), где лидерство подтверждает кейс Tencent Cloud с игрой Palworld (25 млн игроков за месяц).

Цифровая трансформация изобразительного искусства проявляется в активном использовании художниками новых медиатехнологий, меняющих социальное восприятие творчества. Коллекционирование искусства

мотивируется комплексом факторов: эстетическое наслаждение, культурная самоидентификация, поддержка творцов, инвестиционные стратегии. Исследование Art Basel/UBS (2023, n=2800 респондентов) фиксирует географическую диверсификацию: растёт доля коллекционеров из развивающихся экономик АТР при сохранении значимости традиционных центров (США, ЕС, Япония). Особую динамику демонстрируют Бразилия, Китай и Сингапур, что отражает глобализацию арт-рынка и расширение доступа к культурному капиталу.

▬ Общий объем продаж

▬ Онлайн-продажи

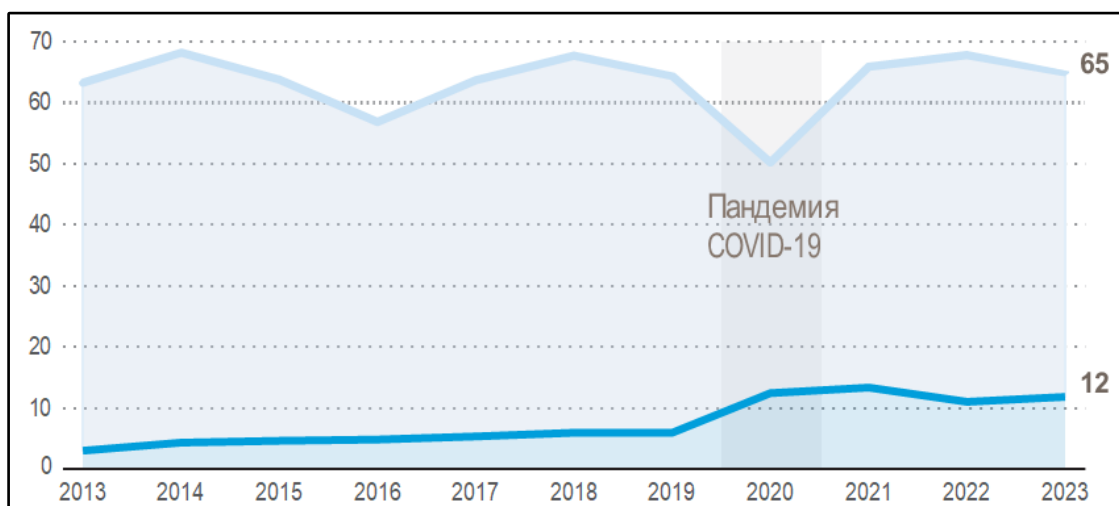


Рис. 15 Объём продаж на арт-рынке (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД, на основе Art Basel и UBS (2024) Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Современный арт-рынок характеризуется повышенной волатильностью ценовых показателей. После постпандемийного роста в 2021-2022 годах, в 2023 году наблюдалось замедление динамики мировых продаж (-4% г/г, \$65 млрд) под влиянием макроэкономических факторов: ужесточения монетарной политики, инфляционного давления и геополитической турбулентности. География рынка демонстрирует сбалансированность традиционных и новых центров: сохраняя лидерство, США обеспечивают 42% глобальных продаж,

тогда как Китай с Гонконгом впервые заняли вторую позицию (19%). Совокупная доля четверки лидеров (США, Китай, Великобритания, Франция) достигла 85%, что отражает формирование полицентричной модели при сохранении значимости исторических художественных хабов.

Социокультурная значимость искусства сохраняет его привлекательность вопреки рыночной нестабильности. Искусство функционирует как многомерный актив, сочетающий инвестиционный потенциал с социальным капиталом и культурной ценностью. Расширение доступа через цифровые торговые платформы, наряду с вовлечением медиаперсон, способствовало превосходству арт-инвестиций над традиционными инструментами: годовая доходность в 14% (The Fine Art Group, 2023) превысила показатели индекса S&P 500 (11,9%). Этот феномен подчеркивает уникальную роль искусства как моста между экономической рациональностью и человеческой потребностью в культурной идентичности. Коллекционирование трансформируется в форму соучастия в сохранении культурного наследия и поддержке творческих сообществ, где финансовые аспекты дополняются экзистенциальными ценностями.

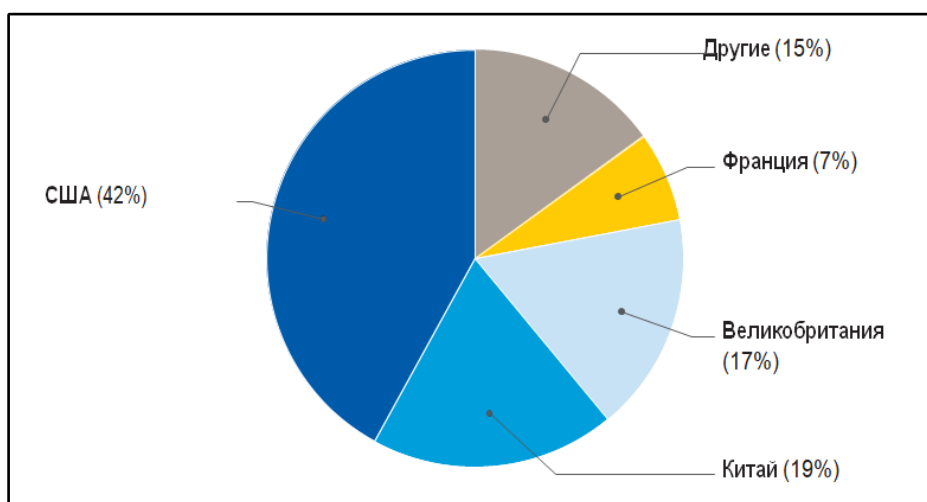


Рис. 16 Страны с наиболее значимыми арт-рынками по стоимости продаж в 2023 году

Источник: ЮНКТАД, на основе Art Basel и UBS (2024), Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Трансформационный потенциал цифровых технологий коренным образом реконфигурирует цепочки создания стоимости в креативной экономике. Внедрение искусственного интеллекта оптимизирует производственные процессы, автоматизируя рутинные операции и высвобождая человеческие ресурсы для решения творческих задач. Это способствует генерации инновационных идей и открывает новые возможности для рентабельности и расширения аудитории. Цифровизация принципиально изменяет парадигмы создания, дистрибуции и потребления культурных продуктов, формируя условия для инклюзивного доступа к творческим благам.

Системные вызовы цифровой трансформации включают комплекс юридических и политических вопросов:

- Проблемы установления авторства и справедливой компенсации при использовании ИИ
- Риски гомогенизации контента и эрозии культурного разнообразия
- Угрозы конфиденциальности данных и монополизации цифровых платформ

Развивающиеся страны сталкиваются с дополнительными барьерами: цифровое неравенство, дефицит инфраструктуры, нехватка квалифицированных кадров и несовершенство регуляторных рамок.

Эти факторы затрудняют их интеграцию в глобальную креативную экономику, актуализируя необходимость международной координации.

Приоритеты государственного регулирования должны фокусироваться на:

1. Разработке адаптивных нормативных рамок, балансирующих стимулирование инноваций и защиту творческого суверенитета
2. Обеспечении алгоритмической прозрачности и человеческого контроля над ИИ

3. Модернизации интеллектуального права с учетом цифровых реалий

Ключевой целью остается повышение качества жизни через сохранение культурного плюрализма и предотвращение дискриминации в доступе к технологиям.

Образовательный императив предполагает развитие цифровой грамотности как комплекса компетенций:

- Критическое восприятие информации
- Технические навыки контент-создания
- Понимание правовых аспектов цифровой среды

Междисциплинарные образовательные модели (синтез искусства, технологий и менеджмента) становятся основой для подготовки специалистов креативной экономики. Параллельно необходимы эффективные механизмы противодействия цифровому пиратству, защищающие экономические интересы создателей.

Социальная инклюзия требует преодоления цифрового неравенства через:

- Развитие инфраструктуры в удаленных регионах
- Создание бесплатных образовательных ресурсов
- Программы поддержки уязвимых групп населения

Международное сотрудничество в области конкурентной политики необходимо для предотвращения монополизации цифровых рынков.

Конкретные преимущества цифровизации проявляются в трех измерениях:

1. **Демократизация творчества:** Доступность цифровых инструментов снижает барьеры для входа на рынок, позволяя индивидуальным создателям и малым коллективам конкурировать с крупными студиями. Онлайн-платформы обеспечивают возможности глобальной коллаборации независимо от географической локации.

2. **Глобализация аудитории:** Цифровые каналы дистрибуции обеспечивают беспрецедентный охват, создавая новые модели монетизации (краудфандинг, микротранзакции) и расширяя возможности культурного диалога.

3. **Эволюция потребления:** Переход от модели владения к модели доступа (стриминг-подписки) реструктурирует потребительские практики, стимулируя создание персонализированного и нишевого контента.

Функциональные применения ИИ охватывают весь творческий цикл:

- Генеративная функция: создание арт-объектов, музыкальных композиций, текстов
- Оптимизация производственных и постпродакшн-процессов
- Анализ больших данных для таргетирования контента
- Технологии сжатия информации
- Персонализация потребительского опыта на основе предпочтений

Антропоцентрическая перспектива подчеркивает, что технологии должны служить инструментом расширения человеческого креативного потенциала, а не его замены. Сбалансированное внедрение ИИ способно сделать процесс создания более интуитивным, сохраняя уникальность авторского видения. Будущее креативных индустрий заключается в синергии технологических возможностей и человеческой креативности, где ИИ выступает катализатором новых форм культурного выражения и социального взаимодействия.

Проведенный анализ современных тенденций развития креативной экономики в мире позволяет сделать следующие выводы:

Креативная экономика утвердилась как стратегически важный сектор мировой экономики, движимый цифровизацией, которая трансформирует цепочки создания стоимости, модели потребления и дистрибуции. Цифровой креативный контент последовательно замещает материальные товары, формируя новые векторы предпринимательской деятельности.

Наблюдается значительная межстрановая и межотраслевая дифференциация. Вклад креативного сектора в ВВП варьируется от 0,5% до 7,3%, а в занятость — от 0,5% до 12,5%. Эта вариативность подчеркивает важность учета региональной специфики и необходимость выработки унифицированных методик оценки для корректного сравнительного анализа.

Ключевым драйвером роста выступает цифровизация. Доминирование стриминговых моделей (67,3% рынка записанной музыки), экспансия цифровой рекламы (свыше 57% глобальных расходов) и рост доходов от видеоигр (\$227 млрд в 2023 г.) подтверждают переход от модели владения к модели доступа.

Государственная поддержка становится общемировым трендом. Более 70% стран, включая Россию, реализуют национальные стратегии развития креативных индустрий, создавая специализированные институты для регулирования сектора, что отражает признание его мультипликативного экономического и социального эффекта.

Происходит географо-экономическая деконцентрация. Развивающиеся экономики (Азия, Латинская Америка, Африка) демонстрируют опережающие темпы роста, а такие страны, как Китай, Бразилия и Индия, входят в топ-крупнейших рынков по различным креативным отраслям, что указывает на глобализацию и демократизацию культурного производства и потребления.

Межотраслевая синергия и кросс-медийность становятся нормой. Успешные коллаборации между кино, музыкой, видеоиграми и издательским делом (напр., экранизации, саундтреки, игровые вселенные) создают уникальные продукты и расширяют аудитории, максимизируя коммерческий и культурный эффект.

Технологии (ИИ, VR/AR, облачные платформы) выступают катализатором трансформации, оптимизируя производство, персонализируя потребление и создавая новые форматы (гибридные мероприятия, виртуальные концерты, генеративное искусство). Однако их внедрение

порождает системные вызовы: проблемы авторского права, риски гомогенизации контента, цифровое неравенство и угрозы монополизации.

Перспективы развития сектора зависят от преодоления ключевых вызовов: выработки адаптивных правовых рамок, модернизации интеллектуального права, инвестиций в цифровую инфраструктуру и развитие человеческого капитала через междисциплинарное образование. Ключевой целью является обеспечение инклюзивного и устойчивого роста креативной экономики, где технологии служат инструментом расширения человеческого креативного потенциала, а не его замены.

Таким образом, современное развитие креативной экономики характеризуется глубокой цифровой трансформацией, усилением роли государства, географической диверсификацией и растущей межотраслевой интеграцией, что в совокупности формирует новую парадигму создания.

2.2. Современные тенденции и особенности развития креативной экономики в России

В 2001 году Дж. Хоккинс разработал концепцию креативной экономики и определил, что креативная экономика - это сектор экономики, в основе которого лежат идеи и творческий потенциал, которые реализуются при помощи современных технологических инструментов.¹⁰ Креативные индустрии в России демонстрируют устойчивый рост и обладают значительным потенциалом для дальнейшего развития:

Согласно исследованиям НИУ ВШЭ, вклад креативных индустрий в экономику России выражается в показателе валовой добавленной стоимости на уровне 2,39 трлн рублей.¹¹ В пересчете по паритету покупательной способности этот объем эквивалентен приблизительно 104,6 млрд долларов США.

Креативная экономика в России приобретает всё большее значение, объединяя такие отрасли, как дизайн, мода, кино, музыка, архитектура, IT и другие сферы, основанные на творчестве и инновациях. Согласно мониторингу Агентства стратегических инициатив (АСИ), креативный сектор обеспечил значимую долю в экономике Российской Федерации, сформировав 4,87% валового внутреннего продукта в 2021 году. В стоимостном выражении добавленная стоимость отрасли превысила 6 трлн рублей, подтверждая ее роль как системообразующего элемента постиндустриальной трансформации. Социальное измерение сектора характеризуется занятостью 1,5 млн человек, что эквивалентно 4,7% совокупной рабочей силы страны.

¹⁰ Т.В. Абанкина, Е.А. Николаенко, В.В. Романова, И.В. Щербакова. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf Дата обращения 03.02.2025

¹¹ С.В. Бредихин, В.В. Власова, Н.В. Гаврилова, М.А. Гершман, Л.М. Гохберг, А.В. Демьянова, И.В. Иванова, Я.А. Попова. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538088/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf Дата обращения 03.02.2025

Данные показатели отражают:

- Макроэкономическую значимость нематериального производства в структуре национального хозяйства
- Трансформацию трудового рынка с ростом спроса на творческие компетенции
- Формирование альтернативных точек роста, снижающих сырьевую зависимость экономики

Концентрация человеческого капитала в данном секторе подчеркивает его потенциал для генерации инноваций и развития региональных кластеров, основанных на интеллектуальных ресурсах и культурном наследии.

Креативная экономика, основанная на генерации и коммерциализации интеллектуальной собственности, становится важным драйвером развития для многих стран. Государственная поддержка в этой сфере играет ключевую роль в стимулировании роста и конкурентоспособности креативных индустрий во многих странах мира, в том числе и в условиях современной России.

В России можно выделить несколько актуальных тенденций развития креативной экономики¹²:

1. В Российской Федерации наблюдается активное развитие системы **государственной поддержки креативных индустрий**. В текущем периоде отмечается последовательная реализация мер, направленных на стимулирование роста и развитие данного сектора экономики. Правительство утвердило концепцию, в последнее время в России активно реализуются меры по стимулированию креативных индустрий. Государством был разработан и утвержден концептуальный документ стратегического характера, направленный на создание оптимальных условий для развития творческого сектора экономики. В рамках данной инициативы предусмотрен комплекс

¹² Елизавета Пирогова "Как креативные индустрии влияют на развитие российских регионов" РБК. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/64d4cfce9a79470ed4fa36ea> Дата обращения 03.02.2025

взаимосвязанных мер, включающий совершенствование нормативно-правовой базы, внедрение специальных программ поддержки субъектов креативного предпринимательства, а также формирование современной инфраструктурной среды, призванной обеспечить успешную реализацию инновационных творческих инициатив. Этот подход демонстрирует системное видение развития креативной экономики, объединяющее регуляторные, финансовые и инфраструктурные механизмы стимулирования. Данная концепция направлена на системное развитие креативной экономики, охватывая широкий спектр отраслей – от дизайна и цифровых технологий до искусства и медиа.¹³

2. Нормативно-правовая база. До середины 2024 года российское законодательство не содержало формализованного определения "креативных индустрий", несмотря на неоднократные экспертные указания на необходимость правовой определенности для системного развития сектора. Знаковым изменением стало принятие 8 августа 2024 года Федерального закона №330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации", вступившего в силу 5 февраля 2025 года.

Данный законодательный акт осуществил:

1. **Первичную юридическую формализацию** базовых терминов ("креативные индустрии", "субъекты креативных индустрий", "креативный кластер")
2. **Введение системных механизмов** государственной поддержки профессиональных участников рынка
3. **Создание нормативной платформы** для регулирования творческо-экономической деятельности

¹³ 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
Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> Дата обращения 03.02.2025

Закон устранил концептуальную неопределенность, установив правовые рамки для формирования креативной экономики как самостоятельного сектора национального хозяйства. Его принятие знаменует завершение этапа стихийного развития и начало целенаправленной институционализации творческих индустрий в России, создавая предпосылки для интеграции культурного производства в экономическую политику государства.¹⁴

3. Региональность. Разработанный Агентством стратегических инициатив (АСИ) стандарт развития креативных индустрий реализуется в 46 субъектах Российской Федерации, формируя институциональные условия для активизации творческого предпринимательства на субнациональном уровне. Вне столичных центров данный сектор трансформируется в значимый фактор пространственного развития, способствуя:

- **Экономической диверсификации** монопрофильных территорий
- **Повышению инвестиционной привлекательности** регионов через культурные капиталы
- **Сдерживанию миграционного оттока** квалифицированных кадров за счет создания креативных рабочих мест

Примечательно, что несмотря на активное формирование региональных креативных кластеров, Москва сохраняет доминирующие позиции в секторе в среднесрочной перспективе. Эта дуальность отражает незавершенность процессов децентрализации, где столичная агломерация концентрирует финансовые, инфраструктурные и человеческие ресурсы, в то время как региональные экосистемы находятся на стадии становления. Данная конфигурация подчеркивает необходимость адресной государственной политики по сокращению межрегиональных диспропорций через трансфер

¹⁴ Разложим по полочкам Закон о развитии креативных индустрий. Адвокатская газета, "Защита и правовое сопровождение бизнеса". Режим доступа: <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advice/razlozhim-po-polochkam-zakon-o-razviti-kreativnykh-industriy/> Дата обращения 03.02.2025

технологий и развитие кооперационных связей между столичными и региональными креативными хабами.¹⁵

4. Креативные индустрии играют важную роль в городском брендинге как в России, так и за рубежом. Дипломатия между городами и странами становится значительным бизнесом, и ее влияние будет только расти, особенно с учетом культурного аспекта. Яркой иллюстрацией укрепления культурных и экономических связей стала Русская неделя в Абу-Даби в феврале 2025 года.

Мероприятие поразило гостей необычными контрастами: под аккомпанемент знаменитой "Калинки-Малинки", звучащей у фонтанов Бурдж-Халифы, туристы могли изучать русский язык на популярной набережной Блувотерс. Кульминацией программы стал концерт группы "Ленинград" в арабском культурном кластере, наглядно демонстрирующий, как креативные индустрии становятся мостом между Россией и ОАЭ.

Параллельно с 21 по 25 февраля на острове Яс развернулась выставка "Сделано в России", где 80 отечественных производителей представили свою продукцию. Гости могли попробовать:

- шоколад и кондитерские изделия из Воронежской, Самарской и Ленинградской областей;
- фермерскую продукцию — от мяса до севастопольских сублимированных ягод;
- деликатесы — икру и морепродукты.

Это событие стало очередным подтверждением прочных партнёрских отношений между странами, выходящих далеко за рамки дипломатических заявлений.¹⁶

¹⁵ В 46 регионах внедрят стандарт креативных индустрий. ТАСС. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/20149841> Дата обращения 03.02.2025

¹⁶ Никифорова Г. Ю., Мазуренко А. В. Брендинг и публичная дипломатия как факторы устойчивого развития территории в условиях глобализации // ПСЭ. 2013. №2 (46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brending-i-publichnaya-diplomatiya-kak-factory-ustoychivogo-razvitiya-territorii-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения: 11.02.2025).

5. **Креативные индустрии**, включая исполнительское искусство, стали одной из самых **пострадавших сфер** в результате пандемии Covid-19. Однако именно они играют решающую роль в восстановлении общества. В условиях "новой нормы" важно внедрять творческие и социально-ответственные подходы, которые помогут не только вернуть прежние позиции, но и создать новые возможности для роста и развития.¹⁷

6. **Города и крупные предприятия** все чаще **обращаются к креативности** как к основному **двигателю изменений**. Это означает, что в будущем мы можем стать свидетелями появления новых лидеров в области креативных решений, которые будут направлены на улучшение качества жизни и социального взаимодействия. Такие инициативы будут включать в себя культурные проекты, арт-мероприятия и другие формы самовыражения, способствующие объединению людей и восстановлению общественного духа.¹⁸

7. **Развитие креативных индустрий снизу вверх** оказывается более эффективным, чем **сверху вниз**. Поддержка местных инициатив и инфраструктуры может помочь развитию регионов и сократить утечку мозгов. Однако создание модных кластеров не решит всех проблем; необходимо больше исследований успешных примеров, чтобы выработать универсальную модель для креативных кластеров в российских городах¹⁹.

8. Начиная с января 2021 года Российская Федерация реализовала программу выдачи электронных виз для граждан целого ряда иностранных

¹⁷ Молокова, А. В. Влияние пандемии Covid-19 на поведение потребителей / А. В. Молокова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 17 (464). — С. 206-210. — URL: <https://moluch.ru/archive/464/101881/> (дата обращения: 11.02.2025).

¹⁸ Стахова Людмила Вячеславовна, Никольская Елена Юрьевна, Христов Тодор Тодорович, Гончарова Оксана Владимировна КРЕАТИВНОСТЬ КАК НОВЫЙ ФАКТОР РОСТА ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДОВ // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-kak-novyy-faktor-rosta-turistskoy-privlekatelnosti-gorodov> (дата обращения: 11.02.2025).

¹⁹ Веретенникова Анна Юрьевна, Семячков Константин Александрович Инновационные модели цифровой экономики как фактор устойчивого развития умных городов// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. — №3 (71). Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/7110/> DOI: 10.24412/1999-2645-2022-371-10 (дата обращения: 11.02.2025).

государств, что существенно упростило процедуру въезда в страну. Данная мера направлена на развитие въездного туризма и создает благоприятные условия для популяризации культурных и креативных инициатив на территории РФ.

Введение электронного визирования способствует **расширению туристических маршрутов**, позволяя иностранным гостям знакомиться не только с традиционными центрами туристического притяжения, но и с региональными культурными событиями, включая специализированные фестивали и иные мероприятийные форматы. Это, в свою очередь, стимулирует развитие территорий и повышает доступность российских культурных предложений для международной аудитории.²⁰

9. Цифровизация существенно преобразует сферу искусства, формируя новые принципы взаимодействия с художественными произведениями. Показательным примером стала адаптация международной ярмарки современного искусства Cosmoscow к цифровому формату в период пандемийных ограничений, что создало важный прецедент прозрачности ценообразования на арт-рынке.

Параллельно наблюдается устойчивая тенденция роста общественного интереса к искусству, что соответствует концепции поступательного развития социума. По мере удовлетворения базовых потребностей у населения закономерно формируется запрос на эстетическую составляющую различных аспектов жизни - от изобразительного искусства и культурных практик до гастрономии, моды и предметно-пространственной среды. Данная динамика отражает эволюцию потребительских предпочтений в сторону осознанного ценительства художественных ценностей.²¹

²⁰ Петербург проведет кампанию по продвижению города в 52 странах. ТАСС. Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/9828609> (дата обращения: 11.02.2025).

²¹ Якушина Нелли Павловна АРТ-РЫНОК В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ // Вестник МГУКИ. 2021. №1 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-rynok-v-epohu-tsifrovizatsii-novye-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 11.02.2025).

10. В России наблюдается последовательное расширение мер **государственной поддержки** креативных индустрий, выходящих за рамки традиционных направлений культуры. В числе ключевых инструментов формирования креативной экосистемы выделяются две институциональные инициативы:

1. Образовательный проект "Таврида.АРТ"

Реализуемый в формате *антишколы*, он трансформирует традиционные образовательные парадигмы, предоставляя начинающим специалистам творческих профессий:

- Доступ к экспертизе лидеров индустрии
- Инфраструктурные ресурсы для реализации проектов
- Практико-ориентированные среды коллективного творчества

2. Московская художественная премия

Выступает системным механизмом:

- Идентификации талантов в сфере contemporary art
- Профессиональной легитимации авторов
- Интеграции в арт-рынок через выставочные и коммерческие возможности

Данные проекты демонстрируют двухуровневую стратегию поддержки сектора: на этапе профессионального становления ("Таврида.АРТ") и на стадии рыночной селекции (Премия). Их синергия создает сквозную траекторию развития творческих кадров - от образовательной лаборатории до институционального признания, формируя устойчивую модель воспроизводства человеческого капитала для креативной экономики. Эта система отражает переход от фрагментарной поддержки к комплексному развитию экосистемы творческих индустрий в России.²²

Значимым проявлением государственной поддержки стало участие Москвы в развитии арт-рынка через ярмарку Cosmoscw. Столичные власти не

²² Таврида.АРТ. Официальный сайт. Режим доступа: <https://tavrida.art/about> (дата обращения: 11.02.2025)

только организовали специальную публичную программу, но и выступили инициатором двух важных проектов: Московской творческой недели и премии "Инновация", направленных на продвижение современного искусства. Эта премия направлена на поддержку современных художников и признание их достижений — в 2020 году все номинанты получили финансовые награды.²³

Скорее всего, тенденция государственной поддержки современных и специализированных творческих индустрий будет усиливаться, особенно по мере того, как исследования будут демонстрировать возврат инвестиций от этих инициатив.²⁴

Этот список не является исчерпывающим. Может ли фокусирование на творческих индустриях как на опоре развития укрепить репутацию России на международной арене и в долгосрочной перспективе способствовать улучшению отношений между странами? Как дебаты о культурном представительстве и доступе будут развиваться в многоэтнической и многоязычной России? Может ли ее отзывчивость на новые возможности дать России преимущество над ее коллегами в области цифровых технологий в сфере искусства и экспорта?

Влияние креативных индустрий на экономику и социальное развитие регионов России.

В условиях ускорения технологического развития креативные индустрии, представляющие собой сегменты экономики, основанные на культурной и творческой деятельности, становятся все более значимым фактором регионального развития. Несмотря на растущий интерес научного сообщества, концептуальные рамки данного явления остаются недостаточно четко очерченными и изученными. Пионером в области институционализации поддержки креативного сектора выступила Великобритания, где уже на

²³ Цифровые художники, большие пространства и лекции об искусстве: чем удивит ярмарка современного искусства Cosmoscw. Официальный портал Мэра и Правительства Москвы. Режим доступа <https://www.mos.ru/news/item/113143073/> (дата обращения: 11.02.2025).

²⁴ Прием заявок на премию современного искусства "Инновация" открыт. РИА Новости. Режим доступа: <https://ria.ru/20200128/1563962475.html> Дата обращения 09.02.2025

рубеже тысячелетий (1998 г.) была официально признана его экономическая ценность. В российской правовой практике закреплено следующее определение креативных индустрий: это сфера деятельности, где различные субъекты — предприятия, организации, объединения и индивидуальные предприниматели — через творческие и культурные практики, а также грамотное и стратегическое управление объектами интеллектуальной собственности лежит в основе создания продуктов и сервисов, которые обладают высокой рыночной стоимостью и реальной экономической значимостью. Важнейшей отличительной чертой подобных благ является их двойная функция: с одной стороны, они напрямую работают на гармоничное и разностороннее развитие личности, а с другой — выступают мощным двигателем, который качественно улучшает и повышает уровень жизни для всего общества в целом. Таким образом, креативные индустрии оказывают комплексное позитивное воздействие как на экономическое развитие, так и на социальный прогресс российских регионов.

Анализ креативных индустрий чаще фокусируется на локальных городских кейсах, тогда как исследования их развития в масштабах страны или отдельных регионов, включая оценку макроэкономического воздействия, проводятся значительно реже.

Выделяются четыре основные группы данных²⁵:

- Количество организаций, входящих в состав КИ;
- Количество сотрудников этих организаций;
- Доходы этих организаций;
- Вклад этих организаций в ВВП страны и валовой региональный продукт (ВРП) своих регионов.

Методологическая основа исследования включала применение статистического анализа с расчетом средних значений. Путем сопоставления

²⁵ Eremeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TERRITORY (THE CASE OF RUSSIA). *Revista Gestão & Tecnologia*, 24(2), 228-243 Дата обращения 09.02.2025

средних арифметических и медианных величин удалось провести комплексную оценку пространственного распределения и уровня дисперсии показателей развития креативных индустрий в региональном разрезе.

Для ранжирования субъектов РФ была применена шкала от 1 до 85, соответствующая общему количеству регионов страны по данным на 2020 год. При этом использовался принцип убывающего ранжирования: наивысший ранг (1-я позиция) присваивался региону с максимальными значениями анализируемых показателей, тогда как минимальные значения соответствовали 85-й позиции в рейтинге²⁶.

Данные о показателях развития креативных индустрий в Российской Федерации обобщены и представлены в таблице 5.

Таблица 5.

Информация о развитии креативных индустрий в России

	Общее значение	Среднее арифметическое	Медианное значение
Количество организаций, которые можно отнести к креативным индустриям, тыс. единиц	747.8	8.8	4.6
Ранжирование субъекта Российской Федерации с ближайшим показателем	-	17	43
Среднесписочная численность работников организаций, которые можно отнести к ИК, тыс. чел.	1,612.5	19.0	6.5
Ранжирование субъекта Российской Федерации с ближайшим показателем	-	15	43
Общая выручка организаций, которые можно отнести к КИ, млрд руб.	10,736.5	126.31	19.47
Ранжирование субъекта Российской Федерации с ближайшим показателем	-	9	43

Источник: Ereemeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE

²⁶ Ereemeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TERRITORY (THE CASE OF RUSSIA). Revista Gestão & Tecnologia, 24(2), 228-243 Дата обращения 09.02.2025

Можно сделать вывод, что развитие креативных индустрий (КИ) в России остается на низком уровне. Медианное значение по этим показателям занимает 43-е место, что указывает на средний уровень, в то время как среднее арифметическое значительно выше. Только в 15 из 85 регионов количество организаций КИ превышает средние показатели, в то время как в остальных регионах этот уровень значительно ниже, особенно по сравнению с лидерами.

Анализ кадрового потенциала креативных организаций демонстрирует схожую тенденцию: в большинстве регионов численность занятых в данном секторе ниже среднероссийских показателей. Однако наиболее проблемная ситуация складывается в сфере финансовых результатов деятельности - разрыв между медианными и средними значениями выручки носит еще более выраженный характер.

В научной перспективе вызывает серьезную озабоченность выявленная географическая диспропорция: лишь в девяти субъектах Российской Федерации организации креативного сектора демонстрируют доходность, превышающую среднероссийский уровень. Данный факт позволяет констатировать недостаточную экономическую эффективность креативных индустрий даже в наиболее развитых регионах, что указывает на глубинные системные барьеры, препятствующие достижению устойчивой рентабельности предприятий данного сектора.

Подобная ситуация не только ограничивает экономический потенциал КИ, но и сужает их вклад в социальное развитие территорий. Для углубленного понимания региональной специфики и выявления точек роста представляется целесообразным проанализировать дифференциацию субъектов РФ на основе комплексной оценки по трем ключевым индикаторам, результаты которой систематизированы в таблице 10.

Таблица 6.

Ранжирование регионов России по показателям развития КИ (№ 1-17)

Ранжирован	Регионы ранжировались по следующим параметрам:		
	Количество организаций ИК	Численность работников организаций КИ	Объем выручки организации КИ
1	Москва	Москва	Москва
2	Санкт-Петербург	Санкт-Петербург	Санкт-Петербург
3	Московская область	Московская область	Московская область
4	Краснодарский край	Тюменская область	Свердловская область
5	Свердловская область	Нижегородская область	Республика Татарстан
6	Новосибирская область	Свердловская область	Краснодарский край
7	Республика Татарстан	Республика Татарстан	Республика Башкортостан
8	Ростовская область	Республика Башкортостан	Новосибирская область
9	Самарская область	Краснодарский край	Самарская область
10	Челябинская область	Новосибирская область	Тюменская область
11	Нижегородская область	Самарская область	Нижегородская область
12	Республика Башкортостан	Ямало-Ненецкий автономный округ	Ростовская область
13	Пермский край	Пермский край	Челябинская область
14	Красноярский край	Ростовская область	Пермский край
15	Иркутская область	Красноярский край	Красноярский край
16	Воронежская область	Челябинская область	Ярославская область
17	Ставропольский край	Воронежская область	Иркутская область

Источник: Ereemeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE

В таблице 6 представлены 17 регионов России, ранжированных по трем ключевым показателям развития креативных индустрий (КИ). Анализ показывает, что регионы-лидеры занимают высокие позиции, причем некоторые из них стабильно присутствуют в списках, но могут занимать разные места по различным критериям. Лидеры, которые стабильно удерживают верхние позиции, — это Москва, Санкт-Петербург и Московская область.

Проведенный анализ позволяет выделить группу из 15 субъектов Российской Федерации, которые стабильно демонстрируют наивысшие результаты по комплексным показателям развития креативных индустрий. В эту лидирующую когорту входят промышленно развитые области — Свердловская, Новосибирская, Ростовская, Челябинская, Нижегородская, Самарская и Тюменская; экономически мощные республики Башкортостан и Татарстан; а также Краснодарский, Красноярский и Пермский края. Указанные регионы характеризуются опережающей динамикой становления креативного сектора, что находит выражение в статистически значимо более высоких показателях плотности размещения креативных предприятий, объемах создаваемой ими добавленной стоимости и уровнях занятости в сравнении с общероссийскими и среднерегionalными значениями. Достижение лидирующих позиций данной группой регионов обусловлено синергетическим эффектом от сочетания ключевых факторов развития: наличия диверсифицированной промышленной базы, высокого индекса урбанизации, концентрации квалифицированных кадров (человеческого капитала) и реализации целенаправленной региональной политики, ориентированной на поддержку и стимулирование творческих индустрий.

Для более глубокого анализа был рассмотрен вклад КИ в валовой внутренний продукт (ВВП) страны и валовой региональный продукт (ВРП)

отдельных регионов. Этот показатель помогает оценить значимость креативных индустрий для экономики как на уровне страны, так и на уровне регионов.

Таблица 7.

Вклад ИК в ВВП России и ВРП ее субъектов

	Общее значение	Среднее арифметическое	Медианное значение
Вклад организаций, которые могут быть отнесены к КИ к ВВП Российской Федерации, %	4.98	2.77	2.2
Ранжирование субъекта Российской Федерации с наиболее близким показателем вклада КИ в ВРП	6	32	43

Источник: Eremeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TERRITORY (THE CASE OF RUSSIA). Revista Gestão & Tecnologia, 24(2), 228-243 Дата обращения 09.02.2025

Вклад креативных индустрий (КИ) в валовой внутренний продукт (ВВП) России значительно превышает средние значения их вклада в валовой региональный продукт (ВРП) отдельных регионов. Из 85 регионов только шесть демонстрируют, что развитие КИ может быть экономически целесообразным.

Статистический анализ демонстрирует незначительное расхождение между средним и медианным значениями доли креативных индустрий (КИ) в валовом региональном продукте (ВРП). Данное обстоятельство указывает на ограниченную численность субъектов Российской Федерации, демонстрирующих существенный экономический вклад данного сектора. Практическое отсутствие различия между этими показателями позволяет

констатировать, что для подавляющего большинства российских регионов креативные индустрии пока не выступают значимым драйвером экономического роста.

Преобладающая часть территорий характеризуется относительно низким уровнем экономического эффекта от деятельности креативного сектора. Для углубленного изучения структурных особенностей вклада КИ в региональную экономику представляется методологически обоснованным сфокусировать анализ на когорте из 17 ведущих субъектов Федерации, демонстрирующих наивысшие значения данного показателя, результаты ранжирования которых представлены в таблице 8. Такой подход позволит выявить специфические факторы успеха в регионах-лидерах.

Таблица 8.

**Ранжирование регионов России по вкладу КИ в ВРП субъектов
Российской Федерации**

Ранжирование	Субъект Российской Федерации	Вклад в ВРП, %	Ранжирование	Субъект Российской Федерации	Вклад в ВРП, %
1	Москва	18.5	9	Республика Башкортостан	4.5
2	Санкт-Петербург	12.6	10	Севастополь	4.4
3	Тюменская область	8.9	11	Самарская область	4.3
4	Костромская область	7.0	12	Калининградская область	4.2
5	Новосибирская область	5.4	13	Республика Татарстан	4.1
6	Томская область	5.2	14	Тульская область	3.8
	РФ (ВВП)	4.98	15	Свердловская область	3.7
7	Московская область	4.7	16	Нижегородская область	3.7
8	Ярославская область	4.7	17	Пермский край	3.5

Источник: Ereemeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE

Проведенный анализ состояния креативных индустрий в России свидетельствует о существенной региональной дифференциации, причем лишь четыре субъекта федерации демонстрируют по-настоящему высокие показатели эффективности в данном секторе. Речь идет о Москве, Санкт-Петербурге, Тюменской и Новосибирской областях, которые существенно выделяются на общероссийском фоне. Ключевыми отличительными характеристиками этих регионов являются значительная концентрация профессиональных креативных организаций и стабильно высокие финансовые результаты их деятельности. Примечательно, что во всех четырех случаях поддержка креативных индустрий закреплена на уровне официальных стратегий социально-экономического развития, что подчеркивает признание властями важной роли этого сектора в формировании современной региональной экономики. Сложившаяся ситуация наглядно демонстрирует, как целенаправленная политика поддержки способствует формированию полноценной экосистемы для развития креативных индустрий.

В то же время, такие регионы, как Ярославская, Тульская, Томская, Калининградская и Костромская области, а также Севастополь, не входят в число лидеров. Хотя в некоторых из них вклад КИ в ВРП выше среднего, количество организаций и сотрудников в этих областях остается низким. Это указывает на необходимость развития КИ для улучшения экономических показателей.

Анализ регионального развития креативных индустрий выявил особую группу субъектов, где при относительно высоком уровне развития КИ наблюдается их недостаточный вклад в валовой региональный продукт. В эту категорию входят Московская, Свердловская, Нижегородская и Самарская области, Пермский край, а также республики Татарстан и Башкортостан. Для данных регионов актуальной становится двуединая задача: с одной стороны,

требуется количественное расширение сектора (масштабирование деятельности), с другой - качественное совершенствование работы уже существующих креативных организаций. Реализация этих направлений возможна при условии разработки и внедрения комплексных мер государственной поддержки, направленных на повышение экономической эффективности и производительности в сфере креативных индустрий.

Наконец, есть регионы — Ростовская, Челябинская, Краснодарская и Красноярская области — которые имеют много организаций КИ, но не используют их потенциал для экономического роста. Их вклад в ВРП близок к средним показателям, что говорит о недостаточной эффективности.

Исследование региональных особенностей развития креативных индустрий в России позволило идентифицировать территориальные кластеры с различным уровнем потенциала. Наиболее продвинутый эшелон представлен Москвой, Санкт-Петербургом, Новосибирской и Тюменской областями, которые демонстрируют системные достижения по всем ключевым параметрам оценки креативного сектора. Эти регионы отличаются сформировавшейся экосистемой поддержки творческих индустрий, включающей развитую инфраструктуру, кадровый потенциал и устойчивые финансовые показатели.

Следующую стратегически важную группу составляют промышленно развитые субъекты Федерации: Свердловская, Нижегородская, Самарская области, Пермский край, а также Республики Татарстан и Башкортостан. Данные территории обладают значительными резервами для интенсивного развития креативного сектора, что подтверждается наличием необходимой производственной базы, высоким уровнем урбанизации и концентрацией интеллектуального капитала. Особенностью этих регионов является поступательная динамика формирования креативной экономики при сохраняющемся потенциале для качественного роста.

Отдельного внимания заслуживают Костромская и Томская области, которые при условии реализации адресных мер поддержки могут выйти на

качественно новый уровень развития креативного сектора. Для формирования комплексной картины и выработки эффективной отраслевой политики необходимо также провести детальное изучение регионов с наименьшими показателями развития КИ, что позволит выявить системные ограничения и разработать механизмы их преодоления.

Таблица 9.

**Ранжирование регионов России по отдельным показателям развития КИ
(№ 69-85)**

Ранжир ование	Регионы ранжированы по следующим параметрам:			
	Число организации ИК	Численность работников организаций КИ	Объем выручки организаций КИ	вклад КИ в GRP
69	Псковская область	Новгородская область	Республика Дагестан	Чукотский автономный округ
70	Республика Марий Эл	Псковская область	Республика Бурятия	Республика Алтай
71	Ямало- Ненецкий автономный округ	Республика Дагестан	Новгородская область	Ямало- Ненецкий автономный округ
72	Территория Камчатка	Республика Хакасия	Орловская область	Республика Хакасия
73	Республика Хакасия	Чеченская Республика	Республика Ингушетия	Курская область
74	Кабардино- Балкарская Республика	Республика Северная Осетия – Алания	Псковская область	Республика Северная Осетия–Алания
75	Республика Северная Осетия–Алания	Магаданская область	Магаданская область	Республика Мордовия
76	Республика Адыгея	Кабардино- Балкарская Республика	Чукотский автономный округ	Кабардино- Балкарская Республика
77	Карачаево- Черкесская Республика	Территория Камчатка	Кабардино- Балкарская Республика	Территория Камчатка
78	Чеченская Республика	Республика Адыгея	Республика Хакасия	Республика Адыгея
79	Республика Алтай	Республика Алтай	Республика Северная Осетия – Алания	Республика Калмыкия
80	Республика Калмыкия	Республика Тыва	Республика Адыгея	Республика Тыва
81	Республика Тыва	Карачаево- Черкесская Республика	Республика Алтай	Республика Дагестан
82	Магаданская область	Чукотский автономный округ	Республика Калмыкия	Чеченская Республика
83	Республика Ингушетии	Республика Калмыкия	Карачаево- Черкесская Республика	Карачаево- Черкесская Республика
84	Еврейская автономная область	Республика Ингушетия	Республика Тыва	Республика Ингушетия
85	Чукотский автономный	Еврейская автономная	Еврейская автономная	Еврейская автономная

Источник: Ereemeeva, E., Volkova, N., Khalilova, T., Yasnitskaya, Y., & Kurgaeva, Z. (2024). THE INFLUENCE OF CREATIVE INDUSTRIES ON THEIR CONTRIBUTION TO THE ECONOMY AND THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TERRITORY (THE CASE OF RUSSIA). Revista Gestão & Tecnologia, 24(2), 228-243 Дата обращения 09.02.2025

Проведенное исследование выявило 11 субъектов Российской Федерации, которые системно демонстрируют наиболее низкие показатели развития креативных индустрий. В эту группу входят Республика Тыва, Республика Ингушетия, Республика Алтай, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Калмыкия, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Адыгея, Республика Северная Осетия-Алания, Республика Хакасия, Еврейская автономная область и Чукотский автономный округ. Данные регионы устойчиво занимают последние позиции в отраслевых рейтингах, что объективно свидетельствует о их значительном отставании в формировании элементов креативной экономики и требует разработки специальных мер поддержки.

Ключевым детерминирующим фактором данной ситуации выступает общий уровень социально-экономического развития регионов. Согласно статистическим данным за 2020 год, 10 из 11 перечисленных субъектов стабильно располагались в нижнем квартиле общефедерального рейтинга по комплексному социально-экономическому развитию. Единственным частичным исключением является Республика Адыгея, которая, несмотря на относительно более высокий рейтинговый статус в этой группе, тем не менее не преодолела барьер среднероссийских показателей развития креативных индустрий. Выявленная корреляция подчеркивает глубокую взаимосвязь между базовыми социально-экономическими условиями территории и потенциалом становления ее креативного сектора.

Это подтверждает тесную взаимосвязь между базовыми экономическими условиями (уровнем доходов населения, состоянием рынка труда и инфраструктурной обеспеченностью) и возможностями для развития креативного сектора.

Однако следует отметить, что экономическое благополучие, будучи важным фактором, не является единственным условием успеха. Как показывает практика регионов-лидеров (Московской, Свердловской, Красноярской и Краснодарской областей), решающую роль играет целенаправленная государственная поддержка и наличие продуманных стратегий развития КИ. Ярким примером служит Москва, где активное развитие цифровых стартапов способствует созданию новых рабочих мест и притоку инвестиций в креативный сектор.

Однако даже в регионах с высоким уровнем социально-экономического развития наблюдается низкий вклад креативных индустрий в экономику из-за недостаточного внимания со стороны властей. Это подчеркивает необходимость не только финансовой поддержки, но и создания благоприятной экосистемы для развития креативных индустрий.

Это может включать в себя создание креативных кластеров, поддержку местных художников и дизайнеров, а также развитие культурных мероприятий, которые привлекут внимание к региону и его уникальным особенностям.

Выводы:

1. Анализ статистических данных о креативных индустриях в России показывает, что их развитие остается на низком уровне. Большинство регионов демонстрируют показатели, значительно уступающие средним значениям по количеству организаций, численности персонала и объему выручки в этом секторе. Вклад КИ в валовый региональный продукт (ВРП) также остается низким для большинства территорий.
2. Проведенный сравнительный анализ позволяет дифференцировать субъекты РФ по уровню развития креативных индустрий (КИ), выделяя как территории-лидеры, так и регионы с выраженным отставанием. Эмпирические данные свидетельствуют о значительном потенциале Костромской и Томской областей, демонстрирующих наиболее перспективные траектории развития сектора. Одновременно

максимальную эффективность функционирования КИ отмечают в Москве, Санкт-Петербурге, Тюменской и Новосибирской областях, где сформированы устойчивые экосистемы креативной экономики. Примечательно, что группа регионов-аутсайдеров, характеризующихся критически низкими показателями, включает лишь 11 из 85 субъектов Российской Федерации, что указывает на относительно ограниченное число территорий с системными барьерами для развития сектора. Данная дисперсия отражает существенную пространственную неоднородность в становлении креативной экономики на региональном уровне.

3. Социально-экономический уровень региона является важным условием для развития КИ, хотя и не единственным. Для того чтобы КИ могли внести значительный вклад в экономику, необходимы благоприятные условия, включая достаточный уровень социально-экономического развития и поддержку со стороны властей. Это позволит повысить эффективность КИ и увеличить их вклад в экономику.

2.3 Искусственный интеллект как новый драйвер креативной экономики

Искусственный интеллект (ИИ) переопределяет функциональные границы технологий, эволюционируя от инструмента поддержки до со-творца в генерации и обработке контента. Этот парадигмальный сдвиг основан на пяти ключевых технологических функциях:

1. Генерация мультимодального контента: ИИ демонстрирует возрастающую компетенцию в создании сценариев (кейсы: короткометражные фильмы "Sunspring" (2016), "It's no Game" (2017)), музыкальных композиций (альбом "I AM AI", 2017), журналистских материалов (аналитика выборов BBC, 2019), визуальных артефактов (генерация изображений, модификация атрибутов, создание анимации на основе статики, включая виральные проекты с "Моной Лизой"), а также контента для иммерсивных сред. Критически важным представляется модель гибридного творчества, где синергия человеческого замысла и алгоритмического исполнения (как в случае фильмов Бенджамина) обеспечивает оптимальные результаты. Технологии дополненной (AR) и виртуальной реальности (VR), интегрирующие ИИ для создания адаптивных цифровых сред, находят применение не только в развлечениях, но и в медицине (хирургическое планирование, физиотерапия).

2. Анализ и интерпретация информации: ИИ-алгоритмы обеспечивают:

- **Сегментацию и распознавание:** идентификацию и классификацию объектов в визуальном/аудио контенте.
- **Реконструкцию пространственных данных:** создание 3D-моделей через анализ 2D-изображений.
- **Семантическую обработку:** классификацию текстов, извлечение сущностей, релевантного контента и генерацию реферативных резюме.

- **Поведенческую аналитику:** трекинг пользовательских паттернов потребления контента, времени взаимодействия с рекламой, формирование профилей предпочтений для таргетированных коммуникаций.

3. Оптимизация постпродакшн и реставрация: ИИ применяется для:

- **Технического улучшения:** коррекции контраста, цветокоррекции, апскейлинга изображений, устранения артефактов (царапины, деформация, мерцание) на архивных пленках, включая автоматическое раскрашивание черно-белого контента.
- **Добавления спецэффектов:** создания сложных визуальных элементов, интегрируемых в исходный материал.

4. Алгоритмическое сжатие данных: ИИ превосходит традиционные методы в компрессии аудио- и видеопотоков, обеспечивая оптимальное соотношение качества и объема данных для адаптации к пропускной способности сетей.

5. Интеллектуальный ассистинг и прогнозирование: Системы предоставляют контекстно-зависимые рекомендации, персонализируют пользовательский опыт (например, в медиапотреблении) и прогнозируют тренды на основе анализа больших данных (Big Data).

Специфические отраслевые имплементации и социокультурные последствия:

- **Реклама и маркетинг:** ИИ трансформирует индустрию через автоматизацию создания персонализированного креатива, предиктивную аналитику потребительского поведения и динамическую оптимизацию кампаний, повышая релевантность и ROI. Персонализация достигается через глубокий анализ паттернов взаимодействия пользователя.
- **Архитектура и урбанистика:** ИИ выступает как когнитивный ассистент на всех стадиях – от концептуализации (генерация идей с учетом эстетических и функциональных ограничений, исторического контекста) до детального проектирования и симуляции (анализ данных о плотности

населения, транспортных потоках, экологии для устойчивых решений). Это стимулирует инновационность при сохранении прагматизма.

- **Ремесла и дизайн:** ИИ освобождает мастеров от рутинных задач, фокусируя их усилия на функциональности и концепции. Генеративные инструменты становятся платформой для цифрового творчества и кросс-культурного диалога. Проекты вроде "Elders Series" Малика Афегбуа (Нигерия) демонстрируют потенциал ИИ для социально-критического высказывания и репрезентации маргинализированных групп (пожилые люди в афроцентристской эстетике), достигая глобального резонанса через виральное распространение.

- **Кинематограф:** Внедрение ИИ охватывает:

- **Пре-продакшн:** Анализ сценариев (оценка коммерческого потенциала, целевой аудитории, рисков, финансовых прогнозов) с помощью NLP и машинного обучения, влияя на решения о "зеленом свете".

- **Продакшн:** Автоматизация монтажа (классификация клипов), генерация реалистичных VFX.

- **Пост-продакшн:** Реставрация архивов.

- **Аналитика аудитории:** Прогнозирование предпочтений. Однако массовое внедрение вызвало трудовые конфликты (забастовки SAG-AFTRA и WGA в 2023 г.), где ключевыми требованиями были защита авторства, гарантии против замещения ИИ и регулирование использования предыдущих работ для обучения алгоритмов. Итоговые соглашения, повышая затраты студий, потенциально приведут к сокращению объемов производства.

- **Музыкальная индустрия:** ИИ революционизирует создание (генерация оригинальных композиций на основе анализа паттернов, как "Daddy's Car" Sony CSL), реставрацию (восстановление записей типа проекта Пола Маккартни с The Beatles) и дистрибуцию (персонализированные рекомендации). Технология "stem separation" (разделение треков на компоненты) открывает новые возможности для ремиксов и коллабораций. Однако возникают острые правовые коллизии:

- **Несанкционированный вокальный синтез:** Создание треков с имитацией голосов артистов (инциденты с Дрейком, The Weeknd, корейской рок-певицей) без согласия, нарушающее право на голос и смежные права.
- **Неопределенность авторства:** Отсутствие четких регуляторных рамок для определения прав на ИИ-генерированный контент, использующий элементы оригинальных произведений.
- **Новостная индустрия:** Мотивацией внедрения ИИ выступает повышение эффективности (рис. 17):
 - **Автоматизация рутинного контента:** Генерация финансовых отчетов, спортивных сводок, хроник недвижимости.
 - **Ассистинг журналистов:** Поиск тем, источников, анализ данных в реальном времени для выявления трендов (пример: обнаружение значимости победы футбольной команды после 40 поражений).
 - **Персонализация и мультипликация:** Адаптация базовых новостей под локальный контекст регионов.
 - **Визуализация:** Создание иллюстраций (41% команд) и контента для соцсетей (39%). Роль журналиста эволюционирует в сторону верификации, контекстуализации и добавления эмпатии/экспертной оценки к машинно-генерированному ядру. Ключевой вызов — борьба с дипфейками (синтетические медиа, искажающие реальность, как проект "In Event of Moon Disaster"), требующая развития критической медиаграмотности у аудитории для распознавания манипуляций.

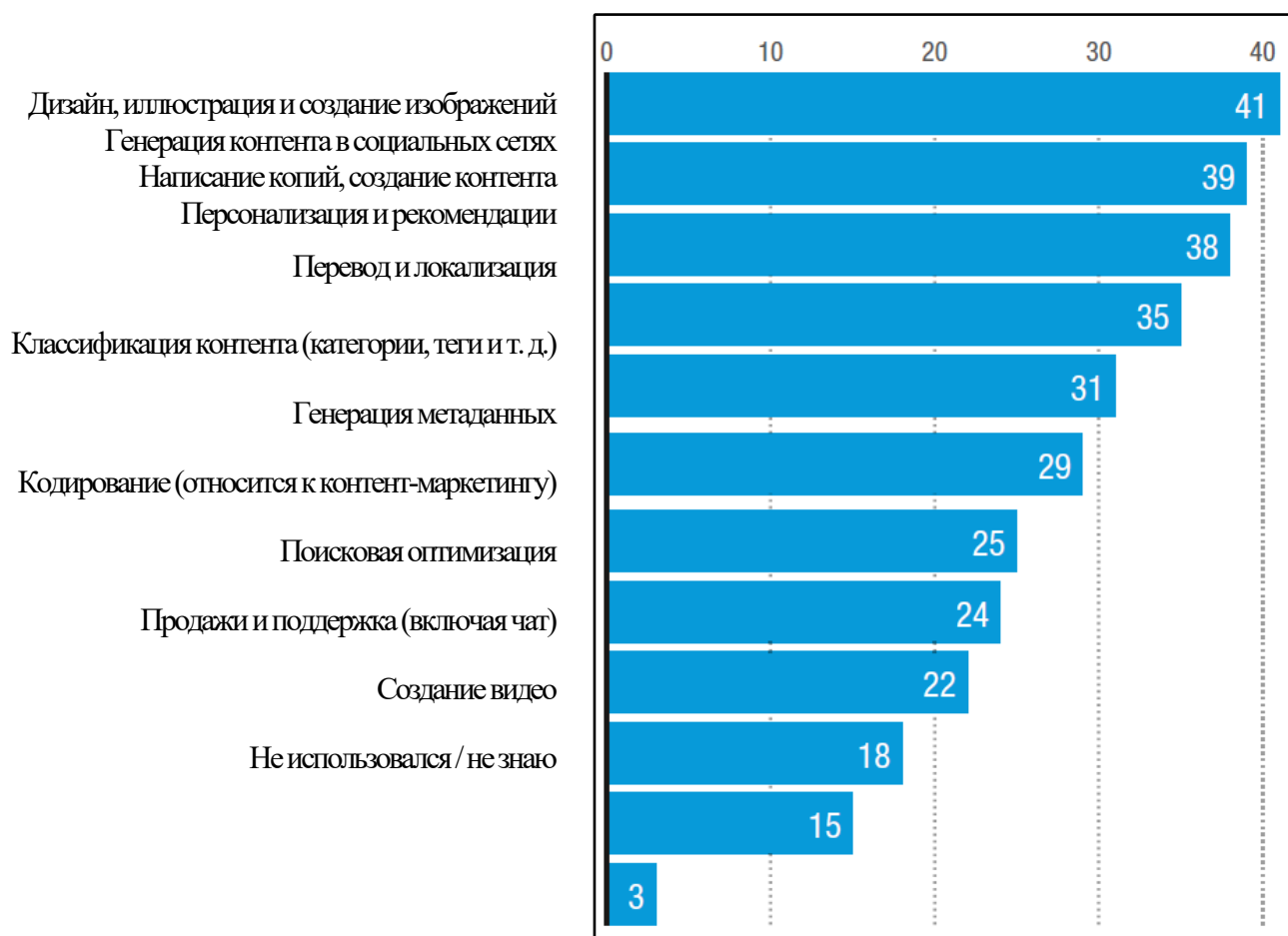


Рис. 17 Практика использования искусственного интеллекта новостными командами, 2023 (%)

Источник: Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Внедрение ИИ в новостной и медиаиндустрии порождает проблему асимметрии выгод и затрат. Эффективность отдельных сотрудников может возрасти за счет перераспределения усилий на задачи с высокой добавленной стоимостью, однако это сопровождается риском сокращения рабочих мест для других. Технологическое неравенство усугубляется тем, что лишь часть компаний обладает ресурсами для разработки собственных ИИ-инструментов, в то время как значительная доля вынуждена полагаться на решения, предоставляемые крупными технологическими платформами. Эта

зависимость от инфраструктуры и алгоритмов технологических гигантов усиливает рыночную концентрацию и подрывает автономию медиакомпаний.

Трансформация креативных индустрий под влиянием ИИ

Исполнительское искусство активно интегрирует ИИ-технологии. Алгоритмы применяются для обработки больших массивов данных в целях текстовых исследований, перевода, генерации сценариев, хореографии и создания персонажей. Кроме того, ИИ оптимизирует административные процессы, такие как составление заявок и проектных предложений, повышая экономическую эффективность. В сценографии технологии позволяют проектировать интерактивные среды, адаптирующиеся к действиям актеров и сюжетным поворотам, что обогащает зрительский опыт. Исполнители получают возможность взаимодействия с динамически генерируемыми визуальными и звуковыми эффектами в реальном времени. Отдельные артисты используют ИИ для анализа реакции аудитории, стремясь к повышению уровня ее вовлеченности.

Индустрия видеоигр демонстрирует значительный прогресс в дизайне, интерактивности и процедурной генерации контента благодаря ИИ. Стремление к гиперреализму, подкрепленное технологиями 3D-визуализации, дополненной (AR) и виртуальной реальности (VR), обуславливает использование ИИ для создания многоуровневых динамических игровых сред. Алгоритмы применяются для разработки нелинейных сюжетных линий, реагирующих на выбор игрока, и процедурной генерации уникальных игровых уровней, окружения и механик. Это обеспечивает персонализированный игровой опыт, усиливая ощущение агентства и уникальности у пользователя.

Инициативы по развитию цифровой экономики и вызовы для малого бизнеса

Инициатива ЮНКТАД "Электронная торговля для женщин" направлена на поддержку женщин-предпринимательниц в сфере электронной коммерции и цифровой экономики через обучение, обмен знаниями и установление

деловых связей, особенно в креативных отраслях. Ярким примером реализации служит деятельность Полин Кариуки (соучредитель и технический директор Mawua Africa, Кения), чья платформа объединяет более 800 восточноафриканских ремесленников с глобальными рынками, предлагая уникальные товары ручной работы. Компания стремится преодолеть разрыв между творческим потенциалом и недостатком бизнес-навыков, видя потенциал ИИ в оптимизации описаний товаров и персонализации покупательского опыта.

Основательница бахрейнской компании Annada (розничная торговля одеждой и сумками) Нада Алави выделяет структурные проблемы электронной коммерции в регионе, такие как ограниченный доступ к функционалу социальных сетей для онлайн-продаж, что затрудняет монетизацию аудитории. Основной объем продаж компании приходится на офлайн-магазин с лояльной клиентской базой, дополненный сайтом и приложением. Ключевыми вызовами являются высокая стоимость доставки, ограниченный доступ к финансированию и дисбаланс между онлайн и офлайн продажами. Компания рассматривает ИИ как инструмент повышения операционной эффективности.

Индонезийская компания Iota Kreatif Media, специализирующаяся на B2B-транзакциях в игровой индустрии и развлечениях, отмечает позитивную роль государственной политики поддержки. Соучредитель Ратна Йоес подчеркивает ключевую роль ИИ в оптимизации творческих рабочих процессов, демонстрируя его значительный вклад в креативное производство.

Ключевые вызовы и риски цифровой трансформации

Цифровизация креативных индустрий, особенно с использованием ИИ, сопряжена с комплексом вызовов, касающихся качества контента, благосостояния потребителей, интеллектуальной собственности, рыночной концентрации, занятости и асимметрии развития.

Качество контента и культурное разнообразие: Качество ИИ-генерируемого контента напрямую зависит от алгоритмов и обучающих

данных. Существует риск системной предвзятости, когда алгоритмы, оптимизируемые под коммерческие цели, отдают приоритет определенным шаблонам. Это ставит под угрозу культурное разнообразие, так как культуры и языки, недостаточно представленные в обучающих данных, маргинализируются, способствуя монокультурности ИИ. Непрозрачность алгоритмов рекомендательных систем централизованных платформ, управляемых коммерческими интересами (Европейский парламент, 2020), усугубляет проблему, создавая "петли обратной связи", благоприятствующие уже известным авторам в ущерб инноваторам. Жители развивающихся стран особенно уязвимы, так как ИИ-системы, обученные на данных развитых стран, часто игнорируют местные контексты (например, медицинские алгоритмы) и недооценивают локальных творцов, усугубляя проблему языковыми барьерами.

Авторское право и апроприация творчества: Использование ИИ поднимает сложные моральные и экономические вопросы апроприации творческого труда. Моральный аспект касается правомерности использования чужих работ для обучения ИИ, экономический – справедливой компенсации авторов. Творцы, особенно из развивающихся стран, часто пополняют базы данных без достаточной переговорной силы, не получая адекватного вознаграждения от технологических гигантов. Проект "Следующий Рембрандт" иллюстрирует сложность определения авторства ИИ-произведений. Правовые режимы (напр., Великобритания, Германия) не признают ИИ автором, возлагая ответственность на человека, инициировавшего создание. Сервисы стоковых изображений ограничивают продажу ИИ-контента из-за правовой неопределенности (Dataconomy, 2022). Развивающиеся страны сталкиваются с дополнительными сложностями из-за пробелов в регулировании ИИ и интеллектуальной собственности (ИС).

Защита прав потребителей: Потребители сталкиваются с рисками снижения качества культурных продуктов, культурной предвзятости и ограничения разнообразия из-за алгоритмических решений. Технологии ИИ,

особенно генеративные, значительно упростили создание манипулятивного контента ("дипфейки" – подмена лиц, синтез речи, подделка движений; генерация убедительных фейковых новостей или спама). Это создает угрозы конфиденциальности (несанкционированное использование персональных данных), морального вреда и нарушения авторских прав. Разработка регулирования требует баланса между защитой прав потребителей и конфиденциальности и возможностью компаний легитимно использовать данные для повышения конкурентоспособности. Граждане развивающихся стран имеют меньше возможностей для защиты от злоупотреблений ИИ.

Трансформация рынка труда: ИИ трансформирует занятость в креативном секторе. Автоматизация рутинных когнитивных задач (анализ текста, составление документов, извлечение данных) создает риски для рабочих мест, особенно в странах с высокой долей экспорта ИТ-услуг (напр., Индия – 10%, Сингапур – 2% мирового экспорта телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг в 2022 г.), где сектор информации и связи характеризуется высокой долей работников с высшим образованием (>85%). Опасения относительно замещения креативных профессий (сценаристов, композиторов) уже влияют на инвестиционные решения. Однако исследования (CAIINNO, 2023; OECD, 2022b) показывают, что собственно креативные и культурные профессии пока демонстрируют значительно более низкий риск автоматизации (напр., 0,15% в Мексике, <10% в ОЭСР) по сравнению с другими секторами. Ключевой вызов – формирование кадров, способных эффективно интегрировать ИИ в творческие процессы ("гибридные специалисты"). Недостаток внутренних компетенций в креативных компаниях усиливает их зависимость от технологических гигантов (Европейская комиссия, 2022).

Асимметрия развития и цифровой разрыв: Внедрение ИИ в креативных индустриях усугубляет глобальное неравенство. Технологии ИИ преимущественно разрабатываются в развитых странах (лидеры "Глобального индекса ИИ"), в то время как развивающиеся страны сталкиваются с

необходимостью распределять ограниченные ресурсы на приоритетные нужды (образование, здравоохранение). Позиции таких стран, как Бразилия (39-е место в Латинской Америке) или ЮАР (55-е место в Африке) в индексе, подчеркивают этот разрыв. Глубокое неравенство в доступе к интернету (93% в странах с высоким доходом против 27% в странах с низким доходом в 2023 г. (МСЭ, 2023)) и сохраняющийся гендерный цифровой разрыв (до 14 п.п. в странах с низким доходом) создают серьезные барьеры для равноправного участия развивающихся стран и уязвимых групп, в частности женщин, в цифровой креативной экономике.

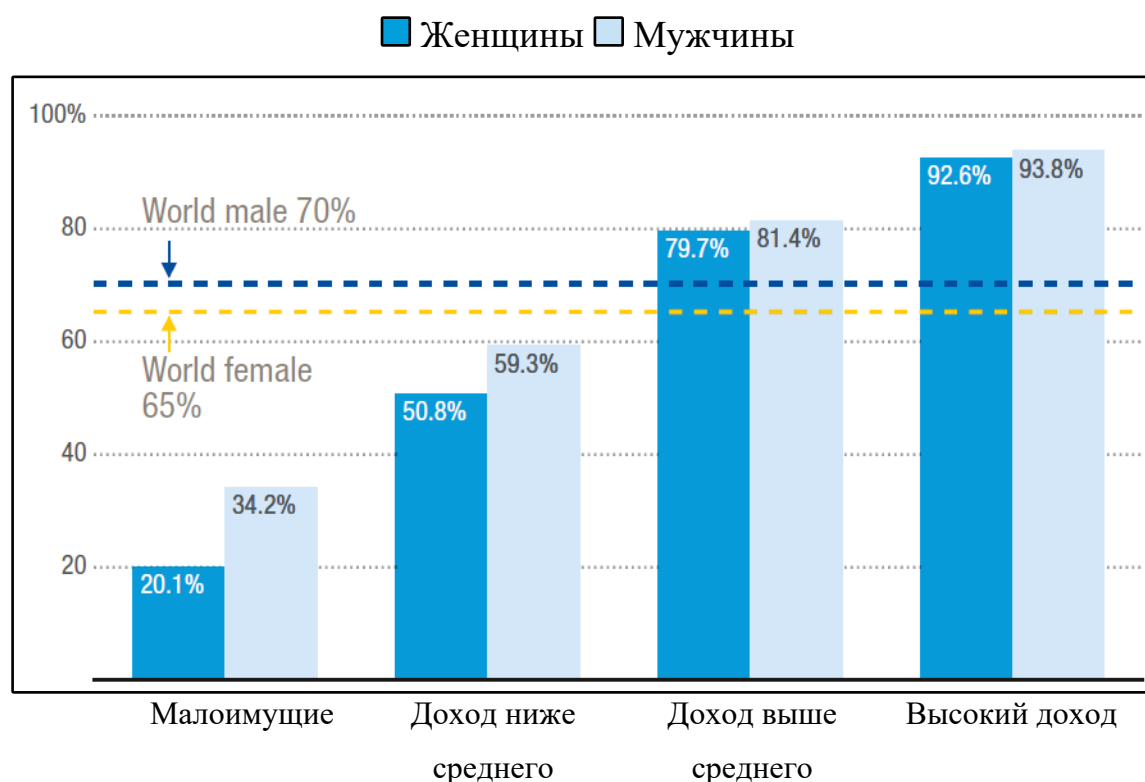


Рис. 18 Процент лиц, пользующихся интернетом, в разбивке по полу, 2023 год (%)

Источник: ЮНКТАД, на основе данных Международного союза электросвязи (2023) Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Наиболее заметное цифровое неравенство наблюдается между городскими и сельскими территориями: уровень проникновения интернета в сельской местности значительно отстает. Ключевыми препятствиями для ускоренного развития остаются недостаток инфраструктуры, проблемы доступности и высокая стоимость подключения.

В 2023 году многие регионы достигли значительного прогресса в покрытии мобильных сетей третьего поколения (3G), превысив порог в 80%. Более современные технологии LTE и WiMAX, хотя и были внедрены позднее, продемонстрировали более быстрые темпы распространения и достигли сопоставимого территориального охвата. В то же время новейшая технология 5G сталкивается с несбалансированным глобальным развитием, что особенно наглядно иллюстрирует инфраструктурный аспект цифрового разрыва. Разрыв между странами с разным уровнем дохода особенно выражен в случае с этой продвинутой технологией: в странах с высоким уровнем дохода 5G охватила 89% населения.

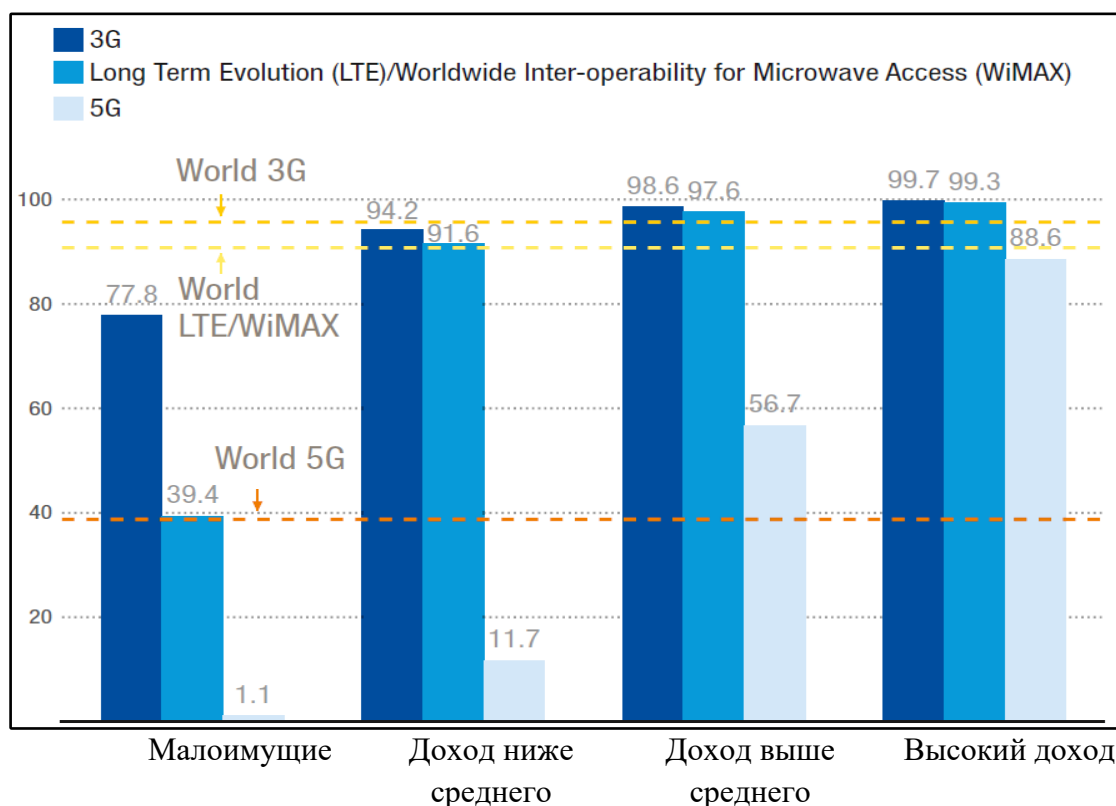


Рис. 19 Численность населения, охваченной мобильной связью, по технологиям и уровню доходов, 2023 (%)

Источник: ЮНКТАД, на основе данных Международного союза электросвязи (2023), Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Цифровизация и искусственный интеллект формируют переломный момент для креативных отраслей, требуя от регуляторов разработки адаптивных политических рамок, способных одновременно стимулировать инновации и нивелировать сопутствующие риски. Глобальный анализ выявляет разнородность подходов: 14 из 36 стран, участвовавших в исследовании ЮНКТАД, внедрили целевые инициативы по цифровизации и ИИ для креативного сектора, тогда как 9 государств (включая Аргентину, Египет и Нигерию) ограничились общими мерами поддержки электронной коммерции и цифровой грамотности.

Национальные стратегии технологической трансформации

- **Китай** реализует масштабные инвестиции в интеграцию технологий с традиционными индустриями, демонстрируемой на примере модернизации искусства фонарей Цзыгун через 3D-печать, AR/VR и сети 5G.
- **Гамбия** направляет цифровые вызовы в Генеральном плане цифровой экономики-2023, уделяя особое внимание авторскому праву и монетизации в цифровой среде.
- **Малайзия** (проект DIVERSE'22) и **Оман** (инициатива Makeen) фокусируются на сохранении культурного наследия через иммерсивные технологии и развитии цифровых компетенций молодежи соответственно.
- **Словения** создает экосистему для цифровой трансформации МСП, включая новые медиаформаты, электронные платежи авторам и экспортные механизмы.
- **Великобритания** демонстрирует лидерство через программу BridgeAI (£100 млн) и Кластеры креативных индустрий (£50 млн), акцентируя максимизацию преимуществ ИИ при минимизации социальных издержек.

Качество контента и защита прав потребителей
Антропоцентричная модель кураторства ИИ-генерируемого контента

признается оптимальной, что подтверждается кинематографическими кейсами гибридного творчества. Критически важны:

1. **Алгоритмическая прозрачность** для предотвращения коммерчески мотивированных искажений и сохранения культурного разнообразия.
2. **Регуляция синтетических медиа** (дипфейков), требующая международно согласованных норм по цифровым водяным знакам, авторизации данных и справедливой компенсации правообладателей.
3. **Развитие медиаграмотности** как ключевого навыка идентификации манипулятивного контента, дополняющего регуляторные меры.

Интеллектуальная собственность в эпоху алгоритмического творчества

Цифровая среда экспонирует неадекватность традиционных правовых механизмов, о чем свидетельствуют:

- Глобальные убытки от пиратства (\$40-97 млрд для киноиндустрии; \$2,8 млрд ежегодно в Индии).
 - Правовая неопределенность относительно авторства ИИ-произведений, где доминирует подход "ИИ-как-инструмент" (ЕС, США, латиноамериканские юрисдикции).
 - Системные риски для инвесторов при нечетком определении прав на алгоритмически созданные активы.
- Стратегическим ответом становятся: модернизация авторского права (пример DMCA в США), национальные стратегии ИС (как в Анголе), и соблюдение международных договоренностей для защиты уязвимых создателей.

Управление ИИ: от национальных рамок к глобальному консенсусу
Формирование этико-правовых инфраструктур для ИИ приобретает критическое значение для:

- Защиты моральных и экономических прав творцов.
- Балансировки инноваций и ответственности.

- **Предотвращения** бесконтрольной генерации контента. Национальные инициативы варьируются от Панканадской стратегии ИИ (2017) до EU AI Act и сингапурской модели с четырьмя столпами (внедрение, кадры, объяснимость, этика). Приоритетом становится **международная координация** через:

- **Техническую стандартизацию** (ISO/IEC/IEEE) с учетом цифрового разрыва.

- **Многосторонние принципы** (G7, ООН), признающие право стран на технологический суверенитет при обеспечении базовых норм безопасности и прав человека.

- **Сбалансированную конвергенцию** регулирования, позволяющую развивающимся странам защищать культурные активы и данные, не блокируя инновации.

Трансформация труда и антропоцентричная адаптация
Сдвиг в профессиональных ролях креативного сектора требует:

1. **Адаптивных образовательных траекторий** с акцентом на междисциплинарные цифровые навыки и непрерывное обучение.

2. **Целевой поддержки уязвимых групп** через переквалификацию, контрактные гарантии (по образцу соглашений SAG-AFTRA) и социальные амортизаторы.

3. **Формирования "гибридных специалистов"**, способных к синергии технологических и креативных компетенций.

Важным вектором остаётся образование и подготовка кадров, способных работать на стыке творчества и технологий. Внедрение междисциплинарных программ, ориентированных на цифровую грамотность, управление проектами и этику Искусственного Интеллекта, становится необходимым условием для формирования конкурентоспособного человеческого капитала.

Одновременно креативная экономика выступает полигоном для апробации гибких образовательных моделей, таких как микрообучение и

онлайн-курсы, что расширяет возможности непрерывного профессионального роста, который сопряжен с вызовами: этические дилеммы использования Искусственного Интеллекта, риски автоматизации труда, необходимость баланса между технологизацией и сохранением человеческой креативности.

Устойчивое развитие сектора требует интеграции принципов социальной ответственности и экологичности, что актуализирует роль аналитики больших данных и адаптивных бизнес-моделей.

Глава 3. Перспективные направления развития креативной экономики за рубежом и в России

3.1 Основные тренды международной торговли креативными товарами и услугами

За последние два десятилетия мир креативной экономики продемонстрировал поразительный рост, который стал одним из ярких примеров динамичного развития глобальной торговли. Экспорт креативных товаров увеличился более чем в 3,5 раза, что значительно превышает общий рост всех экспортируемых товаров, который составил 3,8 раза. В то же время экспорт креативных услуг за последнее десятилетие вырос в 2,8 раза, в то время как общий экспорт услуг увеличился лишь на 1,5 раза. По данным ЮНКТАД, в 2022 году экспорт креативных услуг достиг рекордных 1,4 трлн долларов, что почти вдвое превышает экспорт креативных товаров, который составил 713 млрд долларов.²⁷

Одной из ключевых причин такого роста является увеличение экспорта программного обеспечения и услуг научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР). В условиях стремительного развития технологий и цифровизации креативных продуктов, компании все чаще обращаются к программным решениям, которые позволяют создавать уникальные цифровые товары и услуги. Это, в свою очередь, открывает новые рынки и возможности для креативных профессионалов.²⁸

Оцифровка креативных продуктов также играет важную роль в этом процессе. С переходом к цифровым форматам, таким как потоковые сервисы для музыки и видео, электронные книги и онлайн-курсы, креативные индустрии получают доступ к глобальной аудитории. Теперь авторы могут

²⁷ Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD. – 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (дата обращения: 20.01.2025).

²⁸ Digital Economy Report 2022. UNCTAD. – 2022. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf (дата обращения: 20.01.2025).

легко распространять свои работы по всему миру, сокращая затраты на физическую дистрибуцию и расширяя свои возможности для монетизации.

Программные услуги, которые могут продаваться как в виде физических товаров, так и в виде услуг, также играют важную роль в торговле креативными услугами.²⁹

Международная торговля креативными товарами и услугами остается неравномерной: десять крупнейших экспортеров контролируют 70% экспорта креативных товаров и 69% — креативных услуг. Развивающиеся страны в основном экспортируют креативные товары, тогда как развитые страны доминируют в их импорте и экспорте услуг.³⁰

Данные, представленные в этой главе актуальны на январь 2024 года, однако существует проблема с доступностью информации, особенно в развивающихся странах, где часто не хватает детализированных данных о торговле креативными услугами.

Креативные услуги

Оценка объемов торговли креативными услугами представляет собой значительно более сложную задачу по сравнению с измерением торговли креативными товарами. Однако на практике разграничение между некоторыми категориями (например, между исследованиями и разработками или лицензиями на программное обеспечение) может представлять значительные методологические трудности и требовать дополнительных аналитических усилий.³¹

²⁹ Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD. – 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (дата обращения: 20.01.2025).

³⁰ Петрашевская В.А. Современные тенденции мирового рынка // Экономический вестник. – 2023. – №3. – С. 45–62.

³¹ Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD. Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Таблица 10.

Категории творческих услуг для измерения международной торговли

<i>Категории EBOPS</i>	<i>Наименование</i>	<i>Категория ЮНКТАД</i> услуг
SH2	Лицензии на использование результатов научных исследований и разработок	Исследования и разработки
SH3	Лицензии на воспроизведение и/или распространение компьютерное программное обеспечение	Программное обеспечение
SH4	Лицензии на воспроизведение и/или распространение аудиовизуальных и сопутствующих продуктов	Аудиовизуальные услуги
SI21	Компьютерные услуги, программное обеспечение	Программное обеспечение
SI3	Информационные услуги	Информация
SJ1	Исследования и разработки	Исследования и разработки
SJ22	Реклама, маркетинговые исследования и услуги по опросу общественного мнения	Реклама, маркетинговые исследования и архитектура
SJ311	Архитектурные услуги	Реклама, маркетинговые исследования и архитектура
SK1	Аудиовизуальные и сопутствующие услуги	Аудиовизуальные услуги
SK23	Другие личные, культурные и развлекательные услуги, услуги по охране наследия	Культурные, развлекательные услуги, услуги по наследию

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа:
<https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Региональные тенденции

В последние годы наблюдается впечатляющий рост, что объясняется высоким уровнем развития креативных индустрий в таких странах, как Великобритания, Германия и Франция, где сосредоточены крупнейшие компании. За Европой следуют страны Азии с экспортом в 359 миллиардов долларов.

Это связано с целым рядом факторов, включая недостаточную инфраструктуру и ограниченные возможности для продвижения местных креативных продуктов на международной арене. Нельзя исключать и банальный недостаток данных и различия в методологиях.

Интересно отметить, что развивающиеся страны продолжают экспортировать значительно меньше креативных услуг по сравнению с развитыми. В 2022 году доля развивающихся стран составила всего около 20% от общего объема мирового экспорта креативных услуг. Тем не менее, за последнее десятилетие наблюдается тенденция к сокращению этого разрыва: если в 2010 году развивающиеся страны занимали лишь 10% этого рынка, то сейчас их доля увеличилась, что свидетельствует о растущем интересе к местным креативным продуктам и услугам.

Крупнейшие экспортеры

Торговля креативными услугами в значительной степени сосредоточена между развитыми странами. По данным на 2022 год, десять крупнейших экспортеров креативных услуг составляют 69% от общего объема мирового экспорта в этой сфере. Это свидетельствует о высокой концентрации ресурсов и талантов в развитых странах, где креативные индустрии активно развиваются и получают поддержку со стороны государства и частного сектора.

На первом месте по объему экспорта креативных услуг находятся США, экспортировавшие услуги на сумму 244 миллиарда долларов. Американская индустрия развлечений, технологий и медиа продолжает оставаться одной из

самых мощных в мире, привлекая таланты и инвестиции со всего мира. Следом за США идет Ирландия с показателем 231 миллиард долларов. Этот успех Ирландии во многом обусловлен присутствием множества многонациональных компаний, особенно в сфере компьютерных услуг. Многие из них декларируют свои доходы от авторских прав и лицензий именно в Ирландии, что способствует значительному увеличению экспортных показателей этой страны (рис. 20).³²

Подчеркивается доминирование Европы в сфере креативных услуг и её способность генерировать значительные объемы экспорта благодаря высокому уровню образования, культурному наследию и инновациям.

Тем не менее, стоит отметить, что многие развивающиеся страны, такие как Аргентина, Бразилия и Индия, не имеют достаточных данных для точного расчета экспорта креативных услуг. Это не означает, что они не участвуют в этом рынке. На самом деле, эти страны активно развивают свои креативные индустрии, и их вклад в глобальную экономику, хоть и менее заметен, может считаться значительным.

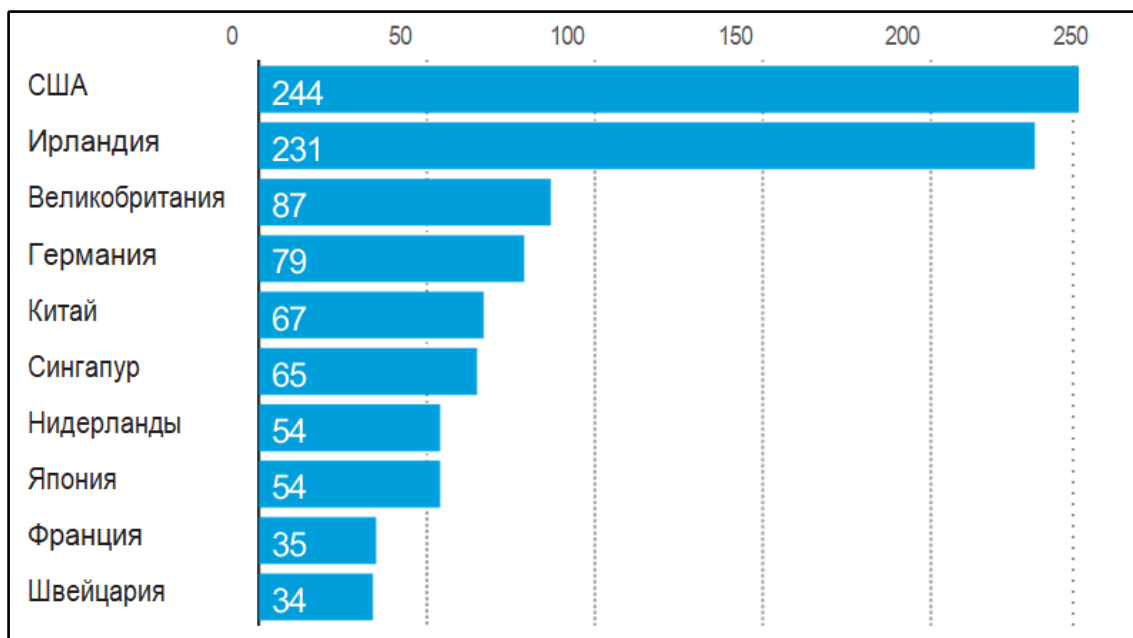


Рис. 20 Десятка крупнейших экспортеров креативных услуг в 2022 году (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

³² Фомина Я.А. Курсовая работа "Анализ креативного экспорта". – М.: ВАВТ, 2025. – 45 с.

Основные экспортируемые услуги

В 2022 году глобальный экспорт креативных услуг продемонстрировал интересные тенденции. Лидерами по объемам стали услуги по программному обеспечению, составившие 41,3% от общего экспорта, и исследования и разработки — 30,7%. Далее следуют реклама, маркетинговые исследования и архитектура (15,5%), аудиовизуальные услуги (7,9%), информационные услуги (4%) и культурные, развлекательные и исторические услуги (0,6%).

Пандемия COVID-19 отрицательно сказалась на большинстве категорий, за исключением программных услуг, которые выросли на 14,2%, и рекламы с ростом 2,7% в 2020 году. После пандемии экспорт всех категорий восстановился, и в 2022 году наибольший рост показали культурные, развлекательные и исторические услуги (13,2%), информационные (11,9%) и аудиовизуальные услуги (6,7%).

Развитые страны продолжают доминировать на этом рынке, обеспечивая 93% глобального экспорта информационных услуг, 91% исследований и разработок и 88% аудиовизуальных услуг, в то время как развивающиеся экономики экспортируют меньше разнообразных категорий.

Таблица 11.

Развитые экономики: десять крупнейших экспортеров креативных услуг в 2022 году

	Развитые экономики	Экспорт креативных услуг (млрд долл. США)	Доля в мировом экспорте креативных услуг (в процентах)	Доля креативных услуг в общем экспорте страны (в процентах)
1	 Соединенные Штаты Америки	244.3	17.7	26.3
2	 Ирландия	231.3	16.8	65.1
3	 Великобритания	87.0	6.3	17.6
4	 Германия	78.6	5.7	19.1

5	 Нидерланды	53.7	3.9	19.7
6	 Япония	53.6	3.9	32.1
7	 Франция	35.4	2.6	10.5
8	 Швейцария	33.8	2.5	22.9
9	 Израиль	33.2	2.4	36.5
10	 Швеция	31.9	2.3	33.7
	Итого	882.8	64.1	

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Таблица 12.

**Развивающиеся страны: пятерка крупнейших экспортеров
креативных услуг в 2022 году**

	Развивающиеся экономики	Экспорт креативных услуг (млрд долл. США)	Доля в мировом экспорте креативных услуг (в процентах)	Доля креативных услуг в общем экспорте страны (в процентах)
1	 Китай	67.5	4.9	15.9
2	 Сингапур	65.5	4.8	22.5
3	 Тайвань, провинция Китая	5.9	0.4	10.2
4	 Филиппины	3.3	0.2	7.9
5	 Турция	2.1	0.2	2.3
	Итого	144.2	10.5	

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Креативные товары

ЮНКТАД анализирует международную торговлю креативными товарами, опираясь на Гармонизированную систему (ГС) и данные из базы COMTRADE ООН. В версии ГС 2022 года выделено 230 креативных товаров, которые классифицируются по нескольким подкатегориям:

- Аудио, мультимедийные и фото материалы
- Изделия ручной работы и дизайна делятся на следующие категории:
 - Ковры
 - Модные аксессуары
 - Интерьер
 - Ювелирные изделия
 - Игрушки
 - Плетеные изделия
 - Пряжа
- Книги и издательское дело
- Музыка, исполнительское и изобразительное искусство
- Архитектура
- Программное обеспечение, видеоигры и записанные носители
- Культурное и природное наследие

Рост

Среди стран-экспортеров креативных товаров в 2022 году наибольшие темпы роста показали Объединенные Арабские Эмираты (24,8%), Индонезия (22,5%), Вьетнам (20,7%), Швейцария (16,1%) и США (15,6%). В то же время, рост экспорта креативных товаров в Китае снизился до 4% после впечатляющего увеличения на 38,3% в 2021 году.

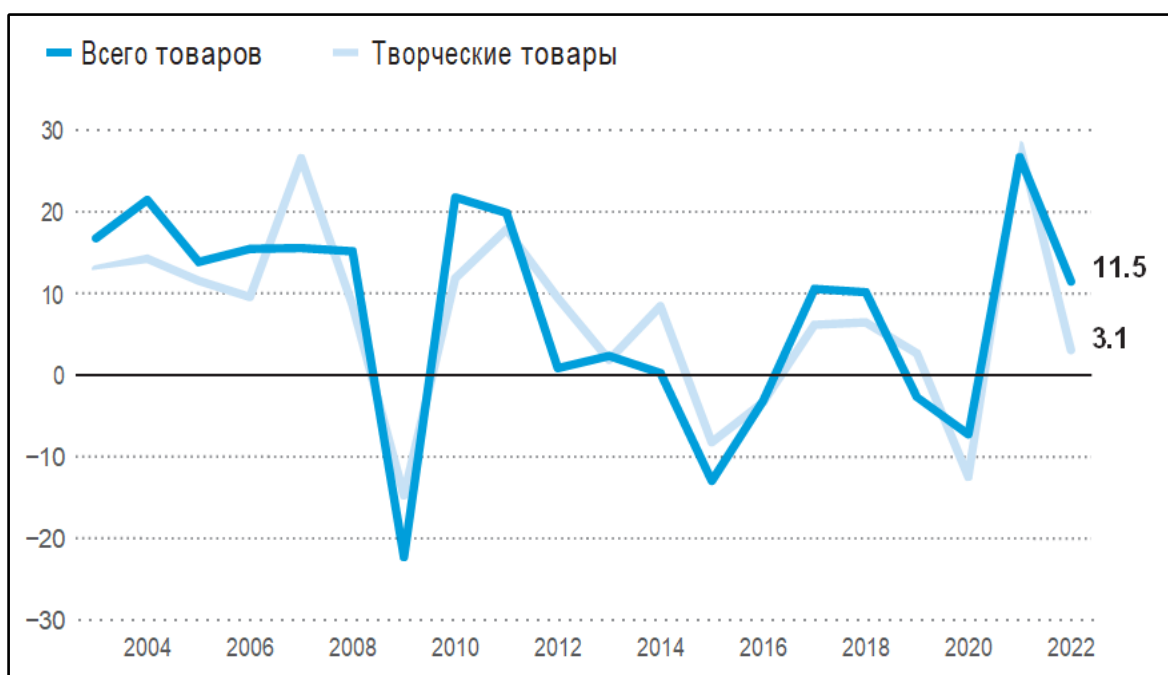


Рис. 21. Годовой темп роста общего объема товаров по сравнению с экспортом креативных товаров (В процентах)

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025.

Региональные тенденции

Креативные индустрии становятся все более значимой силой в системе международной торговли. За два десятилетия мировой экспорт творческих товаров продемонстрировал впечатляющий рост — с 208 миллиардов долларов в 2002 году до 713 миллиардов в 2022 году.

Хотя объем экспорта творческих товаров из НРС в 2022 году составил сравнительно скромные 2,9 миллиарда долларов, наблюдаемые положительные динамики свидетельствуют о значительных возможностях этого сектора для обеспечения экономического роста и укрепления международного культурного диалога.

Некоторые страны, такие как Камбоджа и Мьянма, продемонстрировали заметный рост объемов экспорта креативных товаров, особенно в сфере моды. Эти государства активно развивают производство модных аксессуаров, которые находят спрос на рынках развитых стран. Например, камбоджийские

текстильные изделия и аксессуары становятся все более популярными среди потребителей в Европе и Северной Америке, что открывает новые возможности для местных производителей и создает рабочие места.

Крупнейшие экспортеры

Небольшая группа стран контролирует более двух третей мирового экспорта креативных товаров. В 2022 году Китай остался лидером с экспортом в 250 миллиардов долларов, за ним следуют США (46 миллиардов) и Италия (39 миллиардов). В десятке крупнейших экспортеров креативных товаров, как и в предыдущие годы, представлены пять азиатских, четыре европейских и одна североамериканская экономика. В 2022 году Вьетнам выбыл из первой десятки, уступив место Объединенным Арабским Эмиратам (рис. 22).

Экспорт креативных товаров имеет значительное значение для большинства развитых стран, в то время как среди развивающихся экономик, таких как Китай, Гонконг, Индия и Турция, этот показатель превышает 5% от общего объема экспорта.

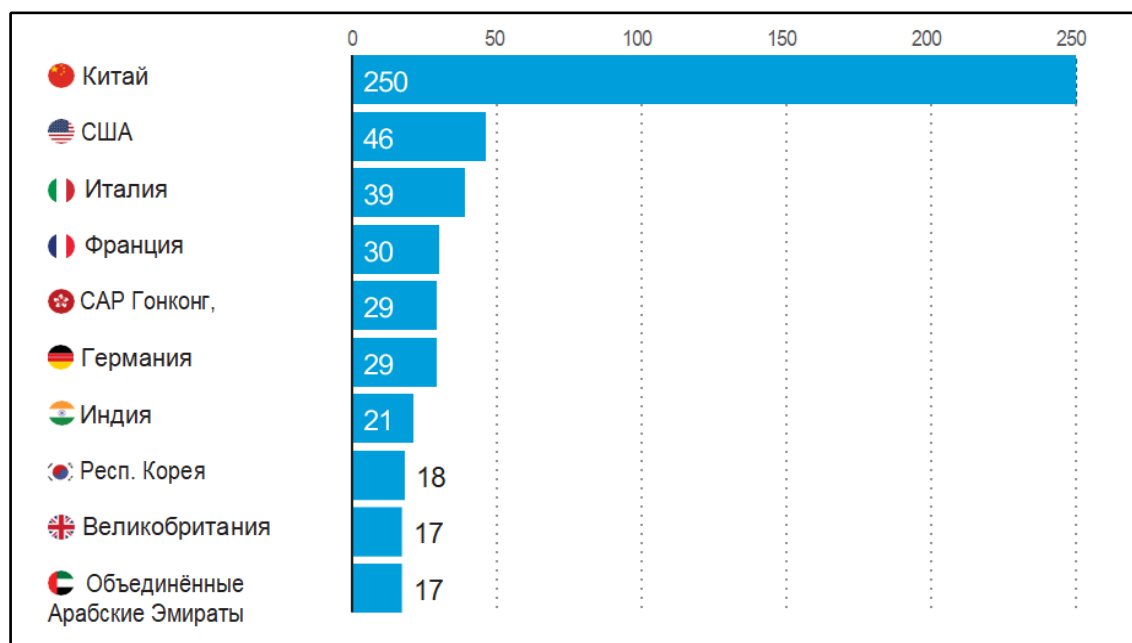


Рис. 22 Десятка крупнейших экспортеров креативных товаров в 2022 году (млрд долл. США)

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025.

Основные экспортируемые товары

Глобальный экспорт креативных товаров, представленный в новой структуре продуктов ЮНКТАД, демонстрирует явное преобладание изделий ручной работы и дизайнерских товаров. В 2022 году они составили 75,6% от общего объема экспорта креативных товаров. На втором месте находятся программное обеспечение, видеоигры и медиапродукты (14,1%), затем следуют музыка, исполнительские и визуальные товары (4,7%) и книги (3,7%). Если углубиться в категорию ручной работы и дизайнерских товаров, то 30,3% составляют товары для дизайна интерьера, 25% — ювелирные изделия, 21,9% — модные аксессуары, а 15,1% — игрушки.

Интересно, что хотя изделия ручной работы и программное обеспечение являются основными экспортируемыми товарами как в развитых, так и в развивающихся экономиках, эти группы товаров различаются. В то же время развивающиеся страны преобладают в экспорте ремесленных и дизайнерских товаров, а также в программном обеспечении и видеоиграх. (см. таблицы 4,5 и рисунки 30-32 приложения №1)

Региональные тенденции

В 2022 году Европа заняла лидирующую позицию среди импортеров креативных товаров, с объемом импорта в 212 миллиардов долларов США. За ней следуют Азия с 193 миллиардами и Северная Америка с 181 миллиардом. Развитые экономики значительно опережают развивающиеся страны по объему импорта креативных товаров³³.

Основные импортеры

Стоит отметить, что в Кувейте креативный импорт составил впечатляющие 24% от общего объема импорта, причем ювелирные изделия составили 55% от этого объема, что эквивалентно 4,3 миллиарда долларов США в 2022 году. (см рисунки 33-35 и таблицы

³³ Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD. Режим доступа: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 20.01.2025

Стратегии экспорта креативных товаров и услуг

Антигуа и Барбуда акцентирует внимание на музыкальной индустрии и активно продвигает изобразительное искусство, фестивали и кулинарию через сотрудничество между министерствами образования и туризма.

Страны мира активно используют потенциал креативных индустрий как драйвер экономического развития, каждая, выбирая свой уникальный путь. В Азии Камбоджа делает ставку на культурный туризм и экспорт традиционных знаний, в то время как Китай реализует комплексную стратегию развития внешней культурной торговли. Китайский подход включает развитие цифровой культурной торговли, экспорт публикаций, аудиовизуальной продукции и дизайнерских услуг, а также продвижение национальных брендов через сеть специализированных экспортных баз.

В Латинской Америке Коста-Рика при поддержке государственных институтов развивает аудиовизуальный сектор и производство видеоигр, тогда как Куба делает акцент на музыкальной индустрии и культурном туризме. Доминиканская Республика фокусируется на современных творческих услугах, получая техническую помощь в области интеллектуальной собственности и создавая цифровые платформы для продвижения креативных профессионалов. Гватемала через экспортную ассоциацию создала специальную комиссию по развитию творческой экономики.

Азиатские страны демонстрируют разнообразные подходы: Индонезия реализует глобальную программу продвижения национальной кухни, Япония помогает творческим компаниям преодолевать языковые и культурные барьеры, а Республика Корея через специализированное агентство координирует экспортные инициативы в различных креативных отраслях.

В Африке Нигерия видит основной потенциал в медиа и развлечениях, а Южная Африка делает ставку на аудиовизуальный сектор, поддерживая его государственными стимулами. Шри-Ланка сочетает поддержку экспортеров

через специальный совет с развитием образовательных программ в ключевых творческих дисциплинах.

Европейская стратегия представлена Великобританией, где государственные органы координируют усилия по наращиванию экспорта креативных предприятий. Особого внимания заслуживает Узбекистан, который сфокусировался на экспорте программного обеспечения, культурного наследия, ремесел и кинематографии, реализуя системные меры поддержки под национальным брендом "Сделано в Узбекистане".

Этот обзор демонстрирует, как разные страны, учитывая свои уникальные культурные и экономические особенности, выстраивают системную работу по интеграции в глобальную креативную экономику, сочетая поддержку традиционных ремесел с развитием современных цифровых индустрий.

Анализ основных трендов международной торговли креативными товарами и услугами позволяет сформулировать следующие выводы:

Наблюдается опережающий рост креативной торговли по сравнению с общими показателями мировой торговли. За последние два десятилетия экспорт креативных товаров вырос более чем в 3,5 раза, а креативных услуг — в 2,8 раза за последнее десятилетие, что значительно превышает рост общего экспорта товаров и услуг.

Произошла структурная трансформация: креативные услуги стали доминировать над товарами. В 2022 году экспорт креативных услуг достиг рекордных \$1,4 трлн, почти вдвое превысив экспорт креативных товаров (\$713 млрд). Ключевыми драйверами роста выступили экспорт программного обеспечения и услуг НИОКР, стимулируемый цифровизацией. Международная торговля креативными продуктами характеризуется крайне высокой концентрацией.

Географическим лидером по экспорту услуг является Европа (\$720 млрд), а по экспорту товаров — Азия (\$438 млрд).

Структура экспорта услуг и товаров имеет выраженную отраслевую специфику. В услугах лидируют программное обеспечение (41,3%) и НИОКР (30,7%). В товарах абсолютно доминируют изделия ручной работы и дизайнерские товары (75,6% всего экспорта), с преобладанием товаров для дизайна интерьера, ювелирных изделий и модных аксессуаров.

Цифровизация является ключевым фактором роста, кардинально меняя цепочки создания стоимости и дистрибуции. Оцифровка продуктов (стриминг, электронные книги, онлайн-курсы) открывает доступ к глобальной аудитории для авторов и создателей из всех регионов мира.

Национальные стратегии продвижения креативного экспорта разнообразны и ориентированы на конкурентные преимущества стран. Они варьируются от поддержки конкретных отраслей (аудиовизуальные услуги в Коста-Рике, видеоигры в Перу, кулинария в Индонезии) до создания комплексных систем поддержки через национальные бренды, экспортные платформы и модернизацию законодательной базы.

Таким образом, современная структура международной торговли креативными товарами и услугами демонстрирует динамичный рост, движимый цифровизацией, и в то же время сохраняет высокий уровень концентрации и региональной асимметрии. Перспективы дальнейшего развития связаны с преодолением разрыва между развитыми и развивающимися странами через адаптацию национальных стратегий, ориентированных на уникальные культурные активы и цифровой потенциал каждой экономики.

3.2 Новые направления и формы государственной поддержки креативной экономики в России

Важно выделить креативные индустрии как центральный элемент этой экономики. Часто термин "креативная экономика" трактуется как "экономика творцов", что может создавать заблуждения, вводя в заблуждение относительно её истинной сущности, ограничивая восприятие лишь сферой искусства и культуры. На самом деле, это динамичная экономика деятелей и создателей, основанная на интеллекте, инновациях и творческой деятельности.

Сейчас наблюдается активная конкуренция за таланты и идеи, а не за природные ресурсы. Конкурентоспособность таких регионов, как Силиконовая долина, подтверждает, что успех зависит от способности людей генерировать новые интеллектуальные продукты, а не от наличия полезных ископаемых.

Креативные индустрии ориентированы на широкую аудиторию, и их продукция охватывает разнообразные сегменты рынка — от анимации до цифровых приложений. Примером является мультфильм "Финник", который стал основой для создания книг, игрушек, настольных игр и сувениров, образовав целую экосистему, обеспечивающую успешную монетизацию оригинального продукта.

Гастрономия также представляет собой значимую креативную индустрию. Это не просто заведения общественного питания, а сфера, в которой развиваются уникальные концепции и авторские рецепты. Примером успешного развития гастрономической отрасли в России служит Красноярский край, где действует частный институт гастрономии — единственный в стране, готовящий профессиональных шеф-поваров с высшим образованием и лицензией шефа Поля Бокюза. Сегодня Красноярск считается гастрономической столицей Сибири.

Креативные индустрии характеризуются высокой динамикой и разнообразием. Согласно данным "Бюллетеня кинопрокатчика", общие сборы российских кинотеатров за девять месяцев 2023 года увеличились на 60,7%, достигнув 28,1 млрд рублей. Рынок отечественной анимации демонстрирует рост выше мирового уровня: с 2020 по 2022 годы средний прирост составил 15% в год по сравнению с 13% на глобальном уровне (по данным "Газпром-Медиа").

Оценка вклада креативных индустрий в экономику России остается сложной задачей из-за отсутствия единой методологии и формализованного перечня этих индустрий. Оценки варьируются: согласно агентству стратегических инициатив, их вклад составляет 4,87% ВВП, в то время как по данным Института статистических исследований, в 2022 году этот показатель составил 2,64%. Доля креативной экономики в структуре занятости в России достигает 6,3%.

Согласно новой правительственной концепции, предполагается, что к 2030 году доля креативных индустрий в экономике России вырастет до 6%, а процент занятых в творческих профессиях увеличится с 4,6% до 15%. Анализируя результаты 2022 и 2023 годов, можно отметить, что отечественные креативные рынки смогли быстро адаптироваться к изменившимся условиям. До февраля 2022 года Россия являлась активным потребителем зарубежного креативного контента, включая кино, музыку, программное обеспечение и литературу. В 2020 году доля зарубежных релизов в сборах кинотеатров составила 54%. Однако после ухода таких компаний, как Netflix, Google, Warner Bros., Microsoft и других, аналитики прогнозировали стагнацию контентной экономики. Эти пессимистичные прогнозы не подтвердились: российские креативные рынки продемонстрировали значительную трансформацию и выявили внутренние возможности для роста.

В текущий момент наблюдается своего рода ренессанс контента в России, и этот тренд, по моему мнению, не является краткосрочным. На форумах "Российская креативная неделя" в 2023 году эксперты из онлайн-кинотеатров, медиа и производственных студий делились успешными кейсами и показателями. Так, согласно данным, российский рынок онлайн-кинотеатров в 2022 году вырос на 5%, составив 63,3 миллиарда рублей. Из двадцати самых успешных релизов на российском рынке одиннадцать были произведены внутри страны. Также следует отметить, что объем издания книг в России увеличился на 3 миллиона экземпляров по сравнению с 2021 годом, согласно информации "Российской книжной палаты".

Учитывая текущие тенденции, можно предположить, что при подведении итогов 2023 года также будет отмечен рост и высокий спрос на российский контент. Рыночные игроки оптимизировали свои ресурсы и расширили присутствие, что способствовало повышению интереса аудитории к отечественному продукту.

В современном мире заметно ускоряется развитие сектора непрофессионального контента. Это явление обусловлено распространением технологий, позволяющих каждому создавать и публиковать свои творения без посредников, таких как издательства. Таким образом, возникают новые продукты, которые, несмотря на отсутствие профессионального статуса автора, могут пользоваться значительной популярностью.

Одним из главных факторов трансформации креативных рынков является внедрение и использование инструментов искусственного интеллекта, что сопровождается активной цифровизацией различных сегментов экономики.

В последние годы наблюдается устойчивый интерес россиян к отечественной продукции во множестве сфер: от дизайна одежды и

сценарного мастерства до киноиндустрии, игр и гастрономии. Аудитория все больше обращается к своим внутренним ресурсам, что подчеркивает актуальность поддержки локальных инициатив.

Характерной особенностью креативного сектора в России является его концентрация в Москве, где сосредоточено около 60% профессионалов данной области. По данным ВШЭ, в столице генерируется две трети добавленной стоимости креативных индустрий, и в некоторых сегментах, например, в рекламе и IT, этот показатель достигает 77-87%. Это создает дефицит компетенций в регионах, что ставит перед нами задачу усиления развития креативной экономики вне столицы.

Необходимость создавать креативные бизнесы и привлекать профессионалов в региональные города становится ключевой для повышения уровня жизни и конкурентоспособности. На форумах "Российская креативная неделя" мы собираем ведущих экспертов и аналитиков, которые делятся опытом и практиками в области бизнеса, туризма, а также развития территорий. Мы стремимся создать условия для получения знаний, необходимых для стратегического планирования в регионах.

Важно, чтобы представители креативного класса стремились работать и жить в своих родных городах. Несмотря на разнообразные проекты реновации, без вовлеченных людей города не смогут развиваться. Креативные личности создают те эмоции и инициативы, которые делают город привлекательным.

В условиях исторически низкого уровня безработицы в стране (наименьшего с 1991 года) креативные рынки продолжают расти, что увеличивает спрос на квалифицированных специалистов. Нам необходимо развивать профессионалов внутри страны и одновременно привлекать таланты из-за границы. Мы должны стать привлекательным пространством

для работы, учитывая важность не только экономических стимулов, но и сообществ, развитой инфраструктуры и комфортной среды.

Нашим значительным активом является высокий уровень фундаментального образования. Специалисты получают практический опыт, а также имеют возможность участвовать в узкоспециализированных курсах и образовательных проектах крупных компаний. В условиях кадрового дефицита бизнес активно инвестирует в образование и сотрудничает с образовательными учреждениями.

Переход к новой фазе в развитии креативных индустрий в России инициирован принятием Федерального закона №330 "О развитии креативных (творческих) индустрий" 05 февраля 2025 года. Этот закон устанавливает правовую и структурную основу для креативного сектора, создаст единый реестр участников рынка, что позволит более четко понимать их деятельность, финансовые затраты и уровень доходов от креативного продукта. Это станет основой для оценки "креативности", инновационности и технологичности нашего сектора, а также для разработки соответствующих мер поддержки.

Это станет основой для разработки и внедрения мер поддержки для целых направлений креативных индустрий. Будущее этих отраслей в значительной степени связано с экспортом креативной продукции, произведенной на территории России. Замечено, что отечественный креативный бизнес уже добивается успехов в этой сфере, особенно в области анимации. Тем не менее, впереди предстоит огромная работа, успех которой будет зависеть от усилий людей — авторов, креаторов и создателей контента.

В современном мире креативные индустрии превратились в один из самых динамичных и быстрорастущих сегментов глобальной экономики и международной торговли. В основе этого сектора лежит не сырье или станки, а творческая энергия людей, их способность создавать продукты с

высокой культурной и эмоциональной ценностью. Это сфера, где главный капитал — это интеллектуальная собственность, а успех строится на умении превращать оригинальные идеи в коммерчески успешные проекты. Эксперты, пытаясь описать уникальную природу этой новой экономики, используют яркие термины: говорят об "экономике впечатлений", где важен личный опыт потребителя, о "символической экономике", где ценность определяют бренды и смыслы, и даже о "крафтовой революции", знаменующей возврат к уникальному ручному труду. Как точно подметил Джон Хокинс, вся креативная экономика, по сути, состоит из "транзакций творческих продуктов" (Хокинс, 2011). В отличие от традиционных отраслей, где компании ведут жёсткую конкуренцию за счёт цен и борются за ограниченные материальные ресурсы, экономика творчества основывается на принципиально ином — на безграничных возможностях человеческого воображения и символических ресурсов, которые только приумножаются в процессе их использования.. В отличие от традиционной экономики, где компании конкурируют по цене и работают с ограниченными материальными ресурсами, креативная экономика акцентирует внимание на неограниченных творческих и символических ресурсах. Здесь интеллектуальные права, получаемые на эти ресурсы, могут быть краткосрочными и не зависят от ценового соперничества.

Хокинс выделяет переход от экономики с низкой нормой прибыли, основанной на дефиците ресурсов, к модели с увеличением прибыли, основанной на безграничных идеях и человеческом гении. Во многих странах вклад креативных индустрий в экономику является значительным: в государствах ОЭСР доля креативной экономики достигает 10% и более от валового внутреннего продукта. Креативные индустрии способствуют актуализации культурных и духовных ценностей, развивают творческий потенциал, что положительно влияет на качество жизни и устойчивое развитие общества.

В рамках своей диссертационной работы, автор использует свой многолетний опыт в сфере развития креативных индустрий, особенно в сфере урбанизации, архитектуры, рекламы, цифровизации и IT. В настоящий момент в Краснодарском крае ведется реализация креативного проекта, который формирует экономическую эффективность и инвестиционную привлекательность региона за счет использования механизмов государственной поддержки креативных индустрий для дальнейшего использования полученных результатов на территориях Латинской Америки и стран Африки с целью развития туризма, культурных центров, формирования центров притяжения труда и повышения экономики регионов.

Курортный кластер “Лучи” занимает 32 га территории в самой курортной части Анапы с высокой транспортной доступностью - в 10 минутах от курорта расположены международный аэропорт, железнодорожный вокзал, автовокзал, морской порт и новые федеральные магистрали. Курорт рассчитан на одномоментный прием 20 000 человек. Для реализации данного проекта применяются креативные индустрии, а после ввода в эксплуатацию, курорт станет площадкой для развития креативных индустрий: мода, дизайн, ремесло, места работы для цифровых специалистов и т.д. После внедрения данной модели модернизации курортных территорий, она будет мультиплицирована на международные рынки.

Таблица 13.

**Сравнение экономических показателей курорта “Лучи” при
использовании и отсутствии креативных индустрий.**

Сравнение экономических показателей курорта "Лучи" при использовании и отсутствии креативных индустрий		
Показатель	Проект без использования креативных индустрий	Проект с использованием креативных индустрий
УКРУПНЕННЫЕ ОБЪЕМНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗАСТРОЙКИ		
Площадь территории, га	32,00	32,00
ЖИЛАЯ ЗАСТРОЙКА		
Эффективная плотность жилой застройки, кв.м /га	7 200	7 200
Площадь продаваемой жилой застройки	230 400	230 400
Количество единиц жилой застройки (квартир, домов, секций)	7 432	7 432
ПРОГНОЗ ДОХОДОВ ОТ ПРОДАЖ		
Эффективная рыночная цена жилой застройки, руб./кв.м (руб./объект)	270 000р.	526 000р.
Средняя стоимость жилого объекта, руб.	8 370 000р.	16 306 000р.
ДОХОДЫ ОТ ПРОДАЖ		
ЖИЛЫЕ ПЛОЩАДИ (и ПОДРЯДЫ НА СТРОИТЕЛЬСТВО), руб.	62 208 000 000р.	121 190 400 000р.
ПРОГНОЗ РАСХОДОВ и ИНВЕСТИЦИЙ		
ИНВЕСТИЦИИ		
ИТОГО инвестиции (на 1 га территории), руб.	54 915 840 000р.	54 915 840 000р.
ОПЕРАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ		
МАРКЕТИНГ, руб.	1 866 240 000р.	8 483 328 000р.
УПРАВЛЕНИЕ, руб.	1 922 054 400р.	2 745 792 000р.
ИТОГО операционные расходы, руб.	3 788 294 400р.	11 229 120 000р.
ВСЕГО расходы	58 704 134 400р.	66 144 960 000р.
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ		
Операционный доход <OI>	3 503 865 600р.	55 045 440 000р.
ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗА ВЕСЬ ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА (при одноформатной застройке и равномерном поступлении доходов)		
Гипотетический суммарный доход по Проекту <OI>	3 503 866 000р.	55 045 440 000р.
Приведенный суммарный доход по Проекту <PV>, руб.	94 288 050р.	1 629 383 250р.

Источник: разработано автором

Как видно из таблицы, применение креативных индустрий увеличивают маркетинговые расходы в начале развития проекта почти в 4 раза по сравнению с классическим подходом реализации, но при этом, стоимость реализации за 1 кв.м. увеличивается почти в 2 раза и существенно сказывается на положительных показателях проекта. Будучи градообразующим проектом, курорт “Лучи” реализуется активнее при государственной поддержке, что отражается на снижении барьеров при международной торговле (взаимодействие с Китаем и странами Ближнего Востока на поставку строительных и отделочных материалов). Данный практический пример доказывает положительную экономическую эффективность при возрастающей роли государства, где формируется экономический механизм поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий, направленный на увеличение прибыли и снижения барьеров внешнеэкономической деятельности.

Результаты влияния креативных индустрий на развитие проекта можно показать через показательную функцию многофакторной модели по

$$Y = e^{a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_kx_k}$$

формуле:

Где Y - потенциальная прибыль

e - e (число Эйлера) — это математическая константа, иррациональное число

a - основание, представленное заданным числом, которое остаётся постоянным, даже после того, как меняется переменная x

x - аргумент (независимая величина), в данном случае он является степенью основания

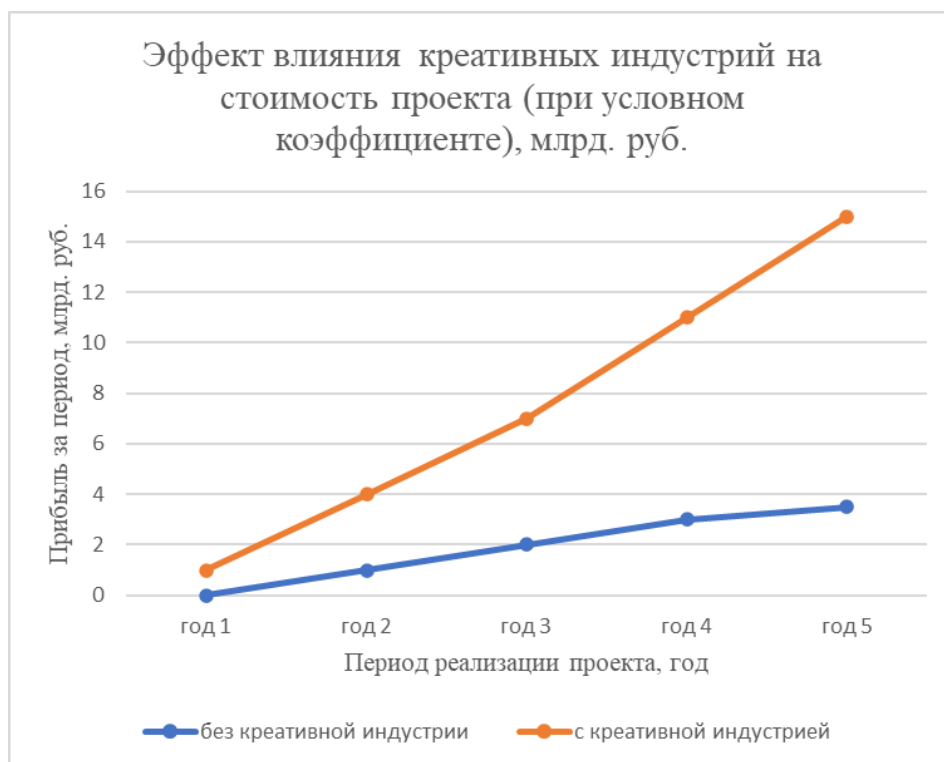


Рис. 23 Эффект влияния креативных индустрий на стоимость проекта (при условном коэффициенте X), млрд. Руб.

Источник: разработано автором

На рис. 23 представлено как количество и вес аргументов влияют на добавленную стоимость проекта. Чем больше оснований из креативных индустрий используется при разработке проекта, тем больше вес аргумента и выше прибыль от реализации проекта.

Автор представляет основные экономические показатели одного из корпусов проекта “Лучи” на рис. 24.

Наименование показателя	ед.изм.	Корпус 1
Ставка дисконтирования	%	21,43%
NV проекта	тыс.руб.	3 728 560
IRR (без учета стоимости земли)	%	13,79%
NPV (расчет по опер. потоку + банковские комиссии)	тыс.руб.	(14 569)
Период окупаемости	лет	4,8
Дисконтированный период окупаемости	лет	не окупается

IRR (расчет по инвест.потоку)	%	13,79%
Расходы до открытия КЛ	тыс.руб.	(2 341)
Сумма кредита по проекту Всего (модель)	тыс.руб.	10 343 462
Дефицит кредитного покрытия по юр. лицу	тыс.руб.	(2 575 803)
Срок наступления дефицита	мм.гг	июн.26
LLCR	п.	1,38

Рис. 24 Ключевые показатели эффективности по 1 корпусу проекта “Лучи”, данные на июль 2025 г.

Источник: разработано автором

Как видно из укрупненной финансовой модели, в условиях высокой ключевой ставки и нестабильной экономической ситуации, а также закрытии аэропорта и ограниченного количества туристического потока, показатели проекта остаются на высоком уровне и демонстрирует кратчайшие сроки периода окупаемости. Это доказывает, что правильное позиционирование проекта и вовлечение результатов труда креативных индустрий повышает его инвестиционную привлекательность.



Рис. 25 Прогноз роста цены за 1 кв.м., данные на июль 2025 г.

Источник: разработано автором

На рис. 25 представлен консервативный прогноз изменения цены, который сформирован под действием текущих внешних обстоятельств. Креативные индустрии оказывают положительное влияние на динамику ценообразования даже в условиях ограниченности роста экономики региона.

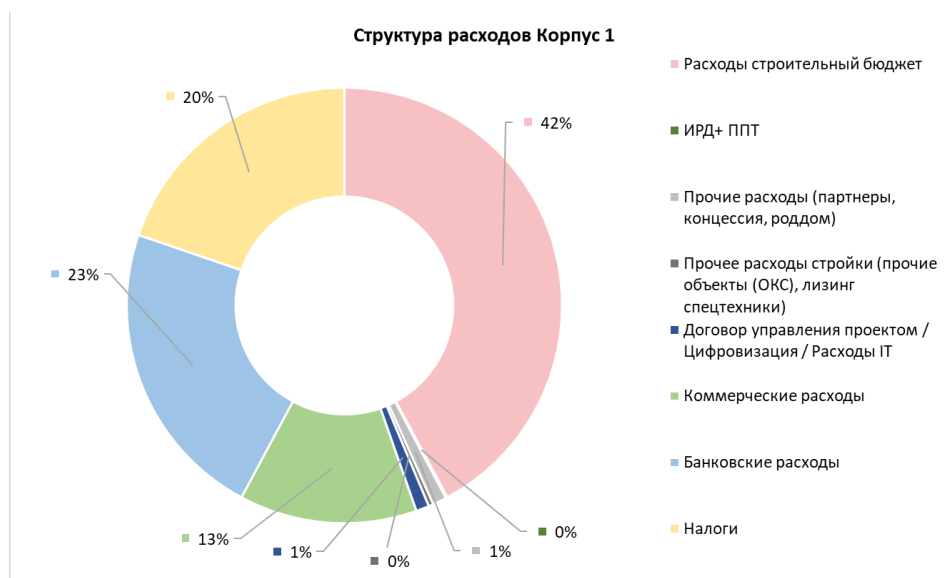


Рис. 26 Структура текущих расходов на реализацию корпуса 1, данные на июль 2025 г.

Источник: разработано автором

Как видно из рис. 26 основная доля затрат приходится на строительство, банковские расходы и налоги, что суммарно представляет 85%, при этом доля на креативные индустрии - коммерческие расходы - составляет всего 13%, что говорит о высокой эффективности влияния креативных индустрий на экономику проекта.

Успешная модель реализации данного проекта будет мультиплицирована в другие страны: Китай, ОАЭ, страны Латинской Америки и Африку. Принимая во внимание активное расширение БРИКС, в особенности в сфере креативной экономики и строительства, наши подходы к формированию архитектурных и урбанистических проектов, как одного из ведущих направлений креативных индустрий, позволяют быстро

перезапускать экономику региона и привлечь дополнительные инвестиции, креаторов, цифровые платформы, центры формирования рабочих мест и образовательные центры. Например, в странах БРИКС уже запускается онлайн платформа по изучению редких языков. Индонезия и ЮАР создают двусторонние образовательные соглашения, предоставляя стипендии студентам из других стран блока.

Бразилия предложила организовать ежегодный фестиваль БРИКС, на котором страны смогут демонстрировать свои традиции, искусство, музыку и кино. Первый фестиваль должен пройти в Сан-Паулу в 2026 году. Кроме того, планируется запуск стриминговой платформы с контентом на разных языках альянса, чтобы продвигать взаимопонимание и культурное разнообразие. Идея получила поддержку в ЮАР и Китае, где культурная дипломатия давно стала инструментом внешней политики.

В Индии началась реализация инициативы по созданию виртуального кампуса БРИКС, где студенты могут учиться онлайн преподавателей из всех стран блока. Темы варьируются от искусственного интеллекта до устойчивого сельского хозяйства. Эти проекты не только формируют интеллектуальную базу альянса, но и создают чувство принадлежности к единому сообществу будущего.

В результате проведенного исследования была подтверждена гипотеза о том, что при возрастающей роли государства формируется экономический механизм поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий, направленный на увеличение объемов производства и прибыли и снижения барьеров внешнеэкономической деятельности. Что доказано формирующимся культурным пространством будущего в рамках БРИКС.

3.3 Формирования экономического механизма государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий

Международный опыт, накопленный с начала 2000-х годов, демонстрирует устойчивую динамику развития креативных индустрий, характеризующуюся не сокращением, а постоянным расширением и совершенствованием механизмов государственной поддержки их экспортного потенциала. Авторское исследование подтверждает, что данный тренд сохраняет актуальность на современном этапе. Представляется целесообразным адаптировать положительные практики зарубежных государств в области стимулирования креативной экономики к условиям современной России.

Ключевым элементом формирования эффективного экономического механизма государственной поддержки креативной экономики в РФ является создание специализированной организации федерального уровня, ориентированной на содействие экспорту товаров и услуг креативных индустрий. Аналоги зарубежных практик (агентств, центров поддержки экспорта) указывают на целесообразность присвоения такой структуре статуса специализированного агентства.

Данный статус, связанный с оказанием государственных услуг, обеспечивает необходимый мандат для практической работы с экспортоориентированными предприятиями сектора. Организационная модель должна базироваться на принципах государственно-частного партнерства (ГЧП), интегрируя ресурсы и компетенции обоих секторов. Синергический эффект может быть достигнут за счет установления тесных международных контактов и координации деятельности с аналогичными зарубежными структурами, а также через создание глобальной сети представительств российской организации. В контексте усложняющихся мирохозяйственных связей подобное международное сотрудничество институтов поддержки креативной экономики приобретает стратегическое

значение. Актуальность данного направления подчеркивается в выступлениях высшего руководства страны, например, Президента РФ В.В. Путина на ПМЭФ-2025: "До конца года 70 регионов начнут внедрять стандарты развития этого современного сегмента экономики и общественной жизни, создавать необходимую инфраструктуру. Чтобы сделать такую работу более основательной, системной, прошу правительство вместе с субъектами федерации подготовить долгосрочную стратегию развития креативной экономики, а также подумать о запуске федерального проекта на этот счет".

Инструментарий государственной поддержки экспорта креативных индустрий должен комплексно задействовать имеющиеся возможности:

Экономические и финансовые: Продвижение продукции на внешние рынки, торгово-политические меры, прямое финансирование через госзаказы, субсидирование процентных ставок, предоставление целевых кредитов, налоговые льготы, страхование экспортных и политических рисков.

Организационные и информационно-консультационные: Создание инфраструктуры поддержки, предоставление маркетинговой информации, консультации по выходу на рынки, правовая поддержка

Повышение эффективности финансового содействия экспорту креативных индустрий требует четкого распределения функциональных обязанностей и зон ответственности между уполномоченными государственными институтами. С методологической точки зрения, критически важно обеспечить максимально полное использование инструментов финансового стимулирования, разрешенных в рамках правил Всемирной торговой организации (ВТО), включая их рациональные комбинации. Усиление государственной поддержки МСП креативных индустрий в России является не просто экономической задачей, но и социальным императивом.

Каждый успешный выход российского креативного предприятия на международный уровень вносит вклад не только в экономический рост и диверсификацию экспортной корзины страны, но и в развитие человеческого капитала, реализацию творческого потенциала и укрепление позиций отечественных брендов в мире. Зарубежные модели государственного экспортного страхования, с их отработанными практиками и институциональными решениями, представляют значительную ценность для формирования российской национальной системы поддержки экспортеров креативного сектора, ориентированной на снижение рисков и повышение устойчивости малого бизнеса.

Параллельно с финансовыми мерами, организационная поддержка экспорта креативных индустрий должна комплексно интегрировать актуальные направления содействия.

Для преодоления этой ограниченности автор считает необходимым кардинально усилить данный функционал. Это предполагает, в частности, активное вовлечение дипломатического аппарата в обеспечение интересов российского креативного бизнеса на международной арене. Важным шагом является закрепление в текстах межгосударственных договоренностей конкретных положений, направленных на содействие продвижению высокотехнологичных товаров и услуг отечественных креативных индустрий, создавая тем самым правовую основу для их беспрепятственного выхода на новые рынки.

Анализ международного опыта (best practices) позволил автору выделить ключевую релевантную для России тенденцию: повсеместное создание в развитых странах специализированных государственных институтов поддержки экспорта креативных индустрий. Эти структуры, часто имеющие статус агентств или центров неминистерского уровня, фокусируются на предоставлении экспортерам комплексного пакета услуг.

Их основная миссия заключается в информационно-консультационном сопровождении, оказании организационной помощи и маркетинговой

поддержке на всех этапах выхода на зарубежные рынки. Важной характеристикой их работы является тесная институциональная связь и координация с организациями, предоставляющими финансовую поддержку, такими как экспортно-импортные банки (Эксимбанки) и специализированные страховые компании. Эта синергия между организационно-консультационными и финансовыми институтами создает целостную экосистему, способствующую снижению барьеров и успешной интеграции креативных предприятий, особенно МСП, в глобальные цепочки создания стоимости.

Их характерные черты включают:

- Тенденцию к реорганизации и объединению для повышения эффективности и масштаба услуг.
- Увеличение финансирования для глобального охвата.
- Расширение спектра услуг на всех этапах экспортного цикла.
- Развитие спецпрограмм для начинающих экспортеров и МСП.
- Создание специализированных онлайн-порталов с актуальной информацией.
- Включение функций содействия инвестициям.
- Расширение региональной и зарубежной сети представительств.
- Активное лоббирование интересов экспортеров через дипломатические каналы.
- Рост числа, усложнение функций и глобализация деятельности таких агентств/центров напрямую способствуют укреплению конкурентоспособности национальных производителей на внешних рынках, расширению круга экспортеров и диверсификации экспорта.

В России требуется активизация работы в этом направлении для запуска полноценного государственного комплекса финансово-кредитной поддержки, что соответствует заявленным целям руководства страны.

Формирование комплексной институциональной системы поддержки: в развитых странах действует интегрированная система, объединяющая различные организационные структуры и инструменты поддержки (финансовые, организационные, налоговые и др.).

В качестве вывода автор подчеркивает необходимость создания в России многоуровневой системы государственной поддержки экспорта креативных индустрий, способной обеспечить синергию организационных, финансовых и дипломатических инструментов.

Реализация данных мер, основанная на адаптации лучших мировых практик и учете национальной специфики, будет способствовать раскрытию экспортного потенциала российского креативного сектора как драйвера экономического роста и повышения глобальной конкурентоспособности. (рис.27).

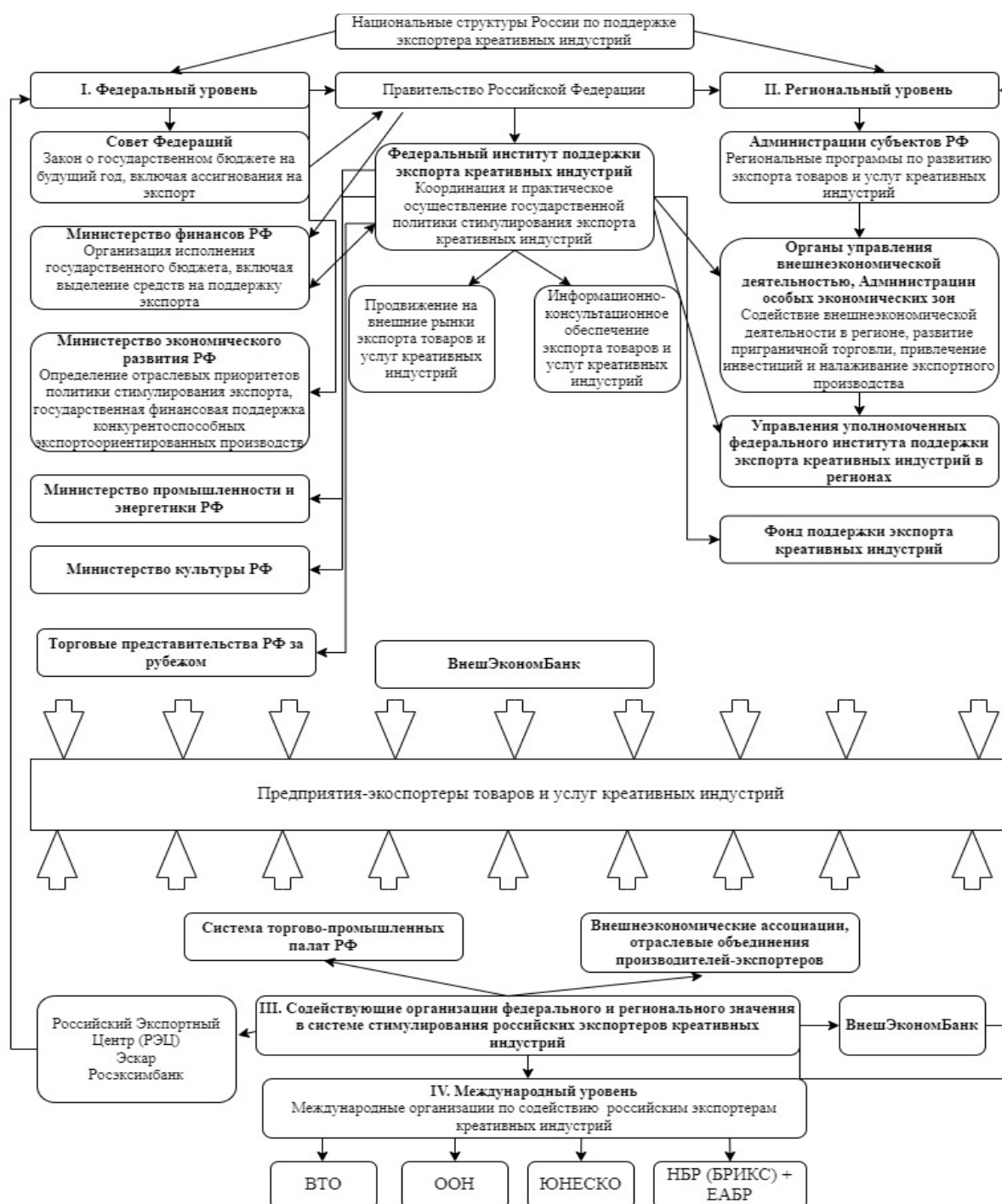


Рис.27 Четырехуровневая модель государственной поддержки российского экспорта товаров и услуг креативных индустрий

Источник: разработано автором

Автор убеждён, что для динамичного развития креативной экономики России необходимо прежде всего четко определить ключевые ориентиры для наращивания экспорта товаров и услуг творческих индустрий.

Как следует из рисунка 1, система государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативной экономики представляет собой четко

структурированный механизм взаимодействия между различными уровнями власти и специализированными организациями.

На федеральном уровне ключевую роль играют Министерство экономического развития РФ, которое разрабатывает стратегические документы и нормативно-правовую базу, координирует работу по привлечению инвестиций в экспортно-ориентированные проекты.

На региональном уровне система поддержки включает Центры поддержки экспорта. Они предоставляют комплекс услуг от маркетинговых исследований до организации бизнес-миссий.

Содействующие организации образуют третий уровень системы поддержки:

1. Финансовая организация. Росэксимбанк и ЭКСАР предоставляют льготные кредиты и страховые продукты с господдержкой.
2. Информационная организация. Платформа "Мой экспорт" объединяет все сервисы для экспортеров в едином цифровом пространстве.
3. Инфраструктурная организация. Особые экономические зоны ("Алабуга", "Сколково") предлагают налоговые льготы и готовые производственные площадки.

Международный уровень включает Торговые представительства. Немаловажным является также участие в международных организациях, что позволяет России влиять на формирование глобальных торговых правил через ВТО, ЕАЭС, БРИКС.

Особенностью системы является ее гибкость – меры поддержки постоянно адаптируются под изменения глобальной экономической конъюнктуры и потребности бизнеса. В 2024 году акцент сделан на цифровизацию экспортных процедур и развитие несырьевого экспорта, включая креативные индустрии, что подтверждено выступлением Президента РФ Путина В.В. На ПМЭФ 2025.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России) выполняет следующие функции:

- Разработка и реализация государственной промышленной политики.
- Техническое регулирование и стандартизация.
- Регулирование и развитие внешней и внутренней торговли.
- Поддержка отечественных производителей и экспортеров.
- Развитие промышленных кластеров и индустриальных парков.
- Координация деятельности торговых представительств РФ за рубежом.

Важную роль в многоуровневой системе государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий играют ряд министерств и служб, в том числе Федеральная таможенная служба РФ (подробно см. Приложение №2).

В современных условиях достижение стратегических конкурентных преимуществ на глобальном рынке для креативных индустрий возможно исключительно через синергию усилий государства и бизнеса. Однако эффективность действующей в России системы государственной поддержки экспорта товаров и услуг данного сектора остается системно недостаточной. Анализ выявляет комплекс взаимосвязанных причин:

Первостепенной причиной выступает хроническая недостаточность бюджетного финансирования, не соответствующая масштабам задач и потенциальной отдаче сектора. Вторым ограничивающим фактором является институциональная незрелость механизмов регулирования и межведомственной координации в сфере экспортного стимулирования, ведущая к дублированию функций или их выпадению. Третья проблема коренится в изначальной фрагментарности поддержки, которая исторически сводилась к разрозненным, не образующим единой стратегии мероприятиям, лишенным комплексного подхода.

Четвертый системный барьер – чрезмерная централизация экспортной политики. Она проявляется в замыкании ключевых решений и инициатив на федеральном уровне при недостаточном вовлечении и использовании

потенциала регионов. Такая модель ограничивает возможности по диверсификации экспортного ассортимента и повышению качества экспортно-ориентированных услуг, не учитывая специфику и ресурсы территорий. Наконец, пятым и фундаментальным ограничением является острый дефицит квалифицированных кадровых ресурсов для экспортоориентированных предприятий креативного сектора. Государство в полной мере не обеспечило подготовку специалистов, обладающих необходимыми компетенциями в области креативной экономики и международного маркетинга для успешной работы на внешних рынках.

Преодоление кадрового дефицита требует незамедлительных и системных мер. В свете вступления в силу Федерального закона № 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации" от 04.08.2023 (действующего с 05.02.2025), государству необходимо сформировать и реализовать стратегический образовательный заказ ("госзаказ"). Этот заказ должен быть адресован ведущим профильным вузам, колледжам, лицеям, школам и гимназиям на подготовку нового поколения специалистов, владеющих спецификой креативных индустрий, международными стандартами и практиками продвижения интеллектуального продукта.

Автор убежден, что именно высококвалифицированные кадры, конкурентоспособные на мировом уровне и обладающие глубоким пониманием глобальных трендов креативной экономики, являются ключевым условием для успешной реализации современной экспортной стратегии России. Этот тезис находит отражение в приоритетах, обозначенных руководством страны, как, например, в выступлении Президента РФ В.В. Путина на ПМЭФ-2025. Инвестиции в образование и формирование кадрового суверенитета в креативной сфере – это не просто административная мера, но стратегическая инвестиция в человеческий потенциал как основной драйвер конкурентоспособности национальной креативной экономики в долгосрочной перспективе. Без решения кадрового

вопроса преодоление остальных системных ограничений не принесет ожидаемого эффекта.

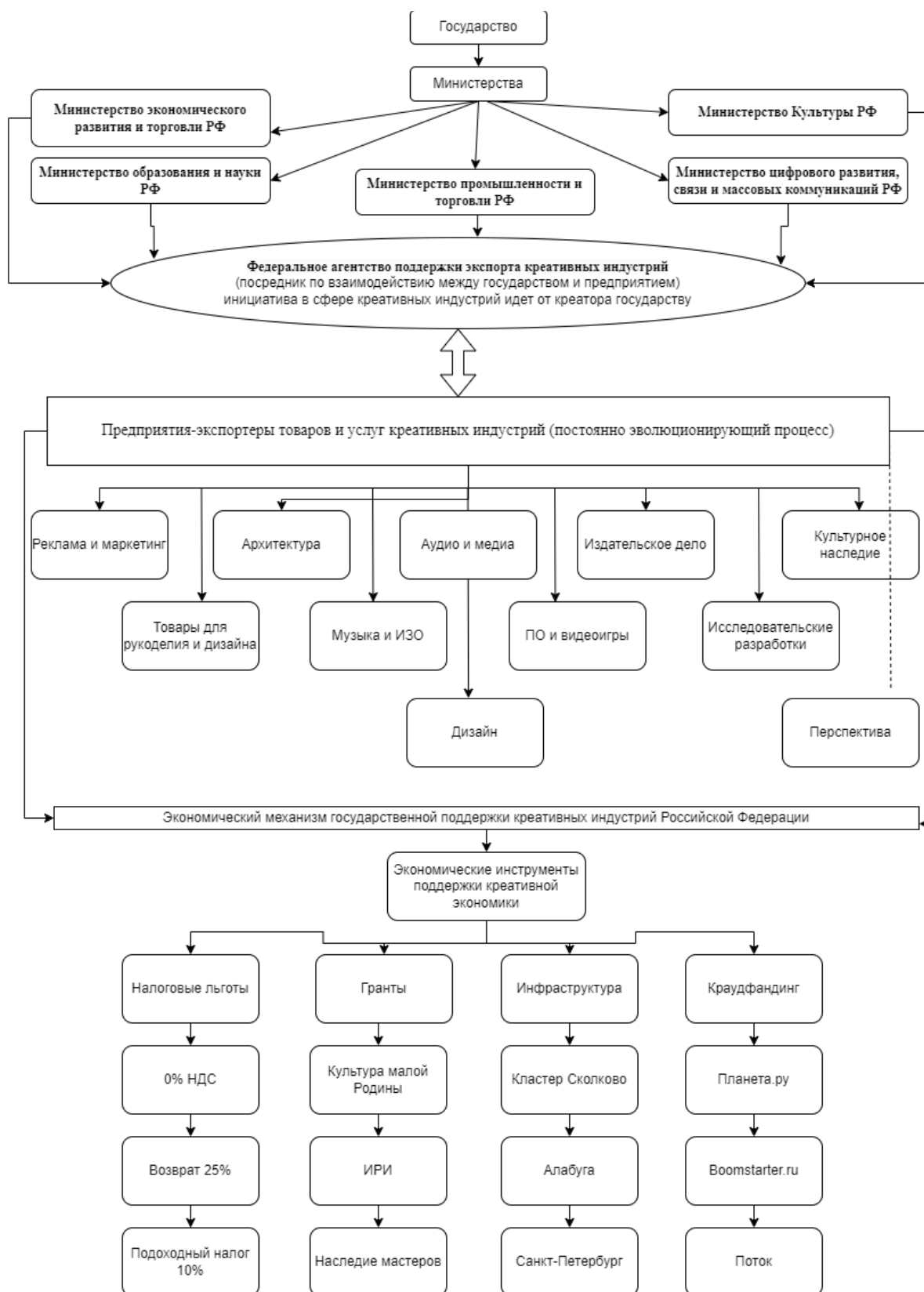


Рис. 28 Модель государственной поддержки креаторов в России

Источник: разработано автором

Схема отображает структуру взаимодействия между государственными органами и креаторами (творческими специалистами, представителями креативных индустрий). Она имеет иерархическое строение, где ключевую роль играет государство, координирующее деятельность подчинённых ему министерств.

Элементы схемы:

1. Государство

2. Министерства:

- Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций – отвечает за цифровизацию, IT, медиа и телекоммуникации.
- Министерство культуры РФ – курирует сферу искусства, наследия, кинематографии и творческих инициатив.
- Министерство науки и высшего образования РФ – регулирует научную деятельность и вузы, что может быть связано с инновациями в креативных проектах.
- Министерство строительства и ЖКХ РФ – отвечает за инфраструктуру, включая культурные и общественные пространства.
- Министерство промышленности и торговли – поддерживает производственные и коммерческие аспекты креативных индустрий.
- Министерство экономического развития РФ – формирует стратегии экономического роста, включая креативный сектор.

3. Креаторы

- Могут включать дизайнеров, художников, IT-разработчиков, архитекторов, медиа-специалистов и других представителей творческих профессий.
- Схема показывает, как государство через профильные министерства влияет на развитие креативных индустрий, обеспечивая правовую, финансовую и инфраструктурную поддержку.

- Креаторы выступают как получатели мер поддержки или партнёры в реализации проектов.
- Взаимодействие может осуществляться в различных формах (гранты, законы, госзаказы, совместные программы).

Данная структура иллюстрирует системный подход государства к интеграции креативного сектора в национальную экономику и социальную сферу через координацию министерств.

Помимо институциональных решений, ключевую роль играют конкретные экономические инструменты господдержки. Анализ международной практики выявил следующие эффективные механизмы

Экономические механизмы государственной поддержки развития креативной экономики в России и за рубежом.

Налоговые льготы:

В стремлении стимулировать развитие креативных индустрий, многие страны предлагают частным инвесторам привлекательные налоговые льготы и кредитные программы. Россия, например, с 2025 года ввела льготы по НДС для оборота прав, аналогичные IT-сектору,³⁴ а регионы, такие как Краснодарский край, разрабатывают местные налоговые стимулы³⁵. Доминиканская Республика, благодаря закону CONFOTUR, предоставляет налоговые каникулы на 15 лет для инвестиций в туризм, включая креативные проекты.³⁶ В США инвесторы в кино и телепроизводство могут списывать до 100% затрат в первый год³⁷, а инвестиции в креативные проекты в экономически неблагополучных районах дают отсрочку по налогу на прирост капитала. ОАЭ привлекают креативные компании нулевым

³⁴ "Креативный бизнес хотят поддержать налоговыми льготами" // https://www.klerk.ru/buh/news/639120/?srsltid=AfmBOooe2TFK0Q95fn12PyxK6ytc4y_bcanx9u_joLnwnozzpOpwY71a

³⁵ "Депутаты ЗСК обсудят налоговые льготы для инвесторов и развитие креативных индустрий" // <https://www.kommersant.ru/doc/7674953>

³⁶ "Налоговые льготы и преимущества для инвесторов в Доминиканской Республике: изучение возможностей" // <https://simplydominican.com/ru/налоговые-льготы-выгоды-инвесторам-доминиканская-республика/>

³⁷ "Устойчивые налоговые льготы стимулируют интерес инвесторов к финансированию кино и телевидения" // Раздел 181" // <https://esgnews.com/ru/amp/sustainable-tax-incentives-driving-investor-interest-in-film-and-tv-finance-section-181/>

корпоративным налогом и освобождением от НДС в свободных зонах, а также грантами для стартапов.³⁸ В Сингапуре креативные стартапы могут получить освобождение от налога на прибыль в первые три года, а также претендовать на гранты от Media Development Authority. Великобритания предоставляет Creative Industry Tax Reliefs, возвращая до 25% затрат на кино, анимацию, театр и видеоигры. Армения предлагает налог на прибыль в 0% и подоходный налог в 10%, а также гранты для стартапов. В Казахстане креативные компании в технопарках освобождены от НДС и налога на прибыль, а в Кыргызстане ставка налога в парке креативных индустрий составляет всего 1% от оборота, с освобождением от НДС и налога на имущество. Южная Корея предоставляет до 30% возврата инвестиций в кинопроизводство и К-контент.

Наиболее выгодные условия, судя по информации, предлагают ОАЭ, США, Сингапур и Россия (для локальных инвесторов). В развивающихся странах, таких как Армения и Кыргызстан, ставки налогов ниже, но и рынки меньше.

Специальные фонды:

В разных странах существуют специализированные фонды, которые предоставляют гарантии банкам при кредитовании творческих предприятий. Это снижает риски для финансовых учреждений и облегчает доступ к финансированию для компаний из сферы культуры и искусства.

- Франция

IFCIC (Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Créulles)

Государственный фонд, предоставляющий гарантии по кредитам для кинопроизводства, театра, моды, издательского дела и других креативных отраслей. В партнерстве с Европейским инвестиционным фондом (EIF) он гарантировал кредиты на сумму €130 млн для 300 малых и средних предприятий (МСП)³⁹.

³⁸ "Топ-5 юрисдикций для создания компаний в 2024 году" // https://mundo.expert/ru/BlogNews/Sozdaniye_kompanii_2024

³⁹ "Access to finance for the cultural and creative sectors" // <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/finance-cultural-creative-sectors>

- Канада

Canada Media Fund (CMF)

Государственная организация, поддерживающая медиаиндустрию через гранты и кредиты. В 2021 году CMF выделил \$230 млн на поддержку 200 проектов.⁴⁰

Механизмы краудфандинга с государственной поддержкой.

В нескольких странах существуют краудфандинговые платформы с государственной поддержкой, где власти частично софинансируют проекты, успешно привлечшие средства от широкой аудитории, например:

1. Россия

- Государственные субсидии. Минэкономразвития РФ компенсирует до 5% комиссии краудфандинговых платформ для МСП, соответствующих требованиям постановления № 1898.⁴¹

Пример: платформа "Поток" предлагает займы до 3 млн рублей под 14% годовых, где 50% суммы гарантирует государство.⁴²

2. Швеция

- Crowdculture

Уникальная платформа, где проекты в сфере культуры могут получать двойное финансирование: от частных инвесторов и государственного культурного бюджета.⁴³

3. Испания

- Goteo

Платформа с двухэтапным финансированием:

1. Сбор минимальной суммы от публики для старта проекта.

⁴⁰ "Canada Media Fund: Empowering Canadian Media and Digital Innovation" // <https://torontostarts.com/canada/ontario/government-grants/canada-media-fund/>

⁴¹ "Меры государственной поддержки" // <https://www.openbusiness73.ru/lp/open-business/kraudfaindin-mery-gosudarstvennoi-podderzhki>

⁴² "Как работает краудфандинг для малого бизнеса под госгарантии" // https://finuslugi.ru/navigator/nakopit-i-sohranit/stat_kak_rabotaet_kraudfanding_dlya_malogo_biznesa_pod_gosg_arantii

⁴³ "9 крауд-фандинг платформ для финансирования культурных инициатив" // <https://www.culturepartnership.eu/article/10-crowdfunding-platforms>

2. Дополнительный сбор с возможностью привлечения государственных или муниципальных грантов для масштабирования.

4. Франция

- Ulule

Напрямую не софинансирует проекты, сотрудничает с местными властями.

5. Италия

- Derev

Платформа для социальных инноваций, где успешные проекты могут претендовать на гранты от региональных властей или ЕС.

Таблица 14.

Сопоставление действующих механизмов государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий различных стран и регионов.

Страны и регионы	Механизмы государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий различных стран и регионов					
	Государственные субсидии	Государственные гарантии	Налоговые льготы	Специальные фонды/Федеральные агентства	Банковские гарантии	Краудфандинг
Россия	++	+	++	-	++	+
Азия	++	++	+++	+++	++	+++
США	+++	++	+++	+++	+++	+++
Европа	+++	+++	++	+++	+++	+++

*

- отсутствует
- + низкий уровень развития
- ++ средний уровень развития
- +++ высокий уровень развития

Источник: разработано автором

Как видно из таблицы 14 у России самый большой потенциал роста развития механизмов государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий, особенно, в создании краудфандинга на основе государственно-частного партнерства, а также в создании специальных

фондов и федеральных агентств, которые будут обеспечивать финансирование креативных инициатив.

Следует отметить, что из всех представленных стран и регионов Азия реализует самый развитый экономический механизм государственной поддержки экспорта креативной экономики.

Европа характеризуется многолетним положительным опытом реализации экономического механизма государственной поддержки экспорта в целом, что явилось базой для интенсивного развития экспорта креативной экономики.

В США активно реализуется весь спектр экономических инструментов государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий.

В 2025 году идет активное расширение БРИКС, где появляются серьезные игроки: Саудовская Аравия, Индонезия и Нигерия. С приходом таких стран начинает формироваться новый альянс, в основе которого находятся не просто политические и торговые взаимоотношения, а дипломатия будущего, в основе которой находится креативная экономика. Креативная экономика основана на культурных ценностях и кодах, что позволяет странам не соперничать друг с другом, а создавать новое для развития культуры, науки, технологий и образования.

Для формирования экономического механизма государственной поддержки креативной экономики в России необходимо адаптировать положительный опыт зарубежных стран по следующим направлениям:

1. В этой связи представляется целесообразным создать в рамках общей системы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности специальный механизм стимулирования, а также сформировать сеть профильных организаций, ответственных за его практическую реализацию.
2. Важно отметить, что международный опыт демонстрирует активное применение финансово-кредитных инструментов для поддержки

экспорта продукции креативных индустрий. Объемы такого финансирования, выделяемого зарубежными государствами, достигают впечатляющих масштабов, что подчеркивает высокий приоритет данного направления.

3. Помимо этого, в ведущих зарубежных странах уже сложилась комплексная институциональная система поддержки подобного экспорта. Данная система носит комплексный характер и интегрирует в себе усилия различных организационных структур, предлагая экспортерам широкий спектр мер поддержки — от финансово-кредитных и налоговых льгот до организационно-консультационной помощи.

Изучение опыта развития зарубежных стран по формированию экономического механизма государственной поддержки креативной экономики позволило автору разработать многоуровневую систему государственной поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий (рис. 27), а также модель государственной поддержки креаторов в России (рис. 28).

Целью создания Специализированного агентства поддержки креативных индустрий на основе государственно-частного партнерства является стимулирование внутреннего рынка путем создания новых точек роста для повышения экспортного потенциала России в современных условиях за счет ускорения социально-экономического развития регионов.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- формирование соответствующей инфраструктуры, необходимой для развития креативных индустрий за счет создания сервисов и команд для воплощения идей от стадии замысла до реализации, в особенности, в регионах России.
- цифровизация - внедрение современных цифровых технологий, направленных на создание, управление, распространение и коммерциализацию креативного контента

- продвижение отечественных брендов за рубежом - разработка экспортных стратегий продвижения с целью повышения привлекательности товаров и услуг креативных индустрий
- подготовка квалифицированных кадров за счет разработки методологий подготовки и курсов повышения квалификации кадров, а также продвижения платформ онлайн образования с целью создания новых рабочих мест для квалифицированных специалистов.
- создание благоприятной среды для креативных индустрий - за счет повышения инвестиционной привлекательности товаров и услуг креативных индустрий.

В целом, Специализированное агентство поддержки креативных индустрий на основе государственно-частного партнерства действует в качестве катализатора, объединяя государство, бизнес, культуру и образование для развития креативного сектора и интеграции его в экономику современной России.

Таким образом, реализация предложенных мер на основе адаптации лучших мировых практик позволит РФ сформировать конкурентоспособную экосистему поддержки креативного экспорта

В рамках диссертационного исследования автор разработал многоуровневую систему государственной поддержки, которая призвана помочь российским компаниям вывозить на международный рынок товары и услуги креативных индустрий.

При этом все вопросы, связанные с поддержкой экспорта творческих товаров и услуг, сегодня настолько сложны, что их решение в России должно быть межведомственным, объединяющим усилия разных министерств и ведомств.

Документ должен четко определить основные этапы этого пути, выделить ключевые направления для развития и прописать конкретные

механизмы поддержки, чтобы творческая экономика страны могла раскрыть все свои возможности.

Заключение

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы и предложения:

1. Креативная экономика — это развивающаяся концепция, основанная на творческих активах, потенциально генерирующих экономический рост и развитие. В условиях глобализации и повсеместной цифровизации, креативные индустрии показывают высокие темпы роста и углубляют интеграцию различных секторов экономики.
2. Научные подходы и практические решения в сфере креативной экономики за рубежом и в России отражают специфику различных креативных индустрий.

Архитектура XX века преобразилась под влиянием Ле Корбюзье, урбаниста, провозгласившего в манифесте "Пять отправных точек архитектуры" (1926), что "дом — машина для жилья", и Константина Мельникова, революционера конструктивизма, реализовавшего авангардные идеи в проекте собственного дома (1929). Архитектура будущего — это не статичные здания, а динамичные скульптуры, взаимодействующие с окружающей средой. Урбанизация и кластеры как двигатели экономики нашли отражение в работах Яна Гейла, урбаниста, призывавшего проектировать города для людей, и Пола Ромера, нобелевского лауреата, отмечавшего в 1994 году, что успешные регионы строятся на социальных сетях и сотрудничестве.

Экономический рост, как утверждал Ричард Флорида, зависит от "креативного класса", привлекаемого качеством жизни, а предприниматель Илья Куснирович подчёркивает, что культура — ключ к инвестициям и развитию. Индустрии креативной экономики — от архитектуры Рема Колхаса, изучавшего урбанистические трансформации, до музыки Саймона Фрита, анализировавшего её социальную роль, — демонстрируют, как творчество, технологии и инновации сплетаются в единую ткань прогресса. Даже ремёсла, возрождаемые Таней Хоррорд и Еленой Царевой, или дизайн

Дональда Нормана, акцентирующего удобство, показывают: креативность не имеет границ, будь то бетонные поэмы Ле Корбюзье или цифровые миры Тима Бернерса-Ли. Всё это — части мозаики, где каждая идея, от "Чёрного квадрата" до Facebook, становится кирпичиком в здании будущего.

Интеграция искусства и архитектуры — Гери рассматривает архитектуру как форму искусства, где здания становятся скульптурами. Заха Хадид — одна из самых влиятельных архитекторов XXI века, чьи работы ломают традиционные представления о форме и пространстве. Ключевые идеи Захи — это отказ от прямых линий и симметрии в пользу динамичных, "текучих" форм и интеграция цифровых технологий — использование параметрического моделирования для создания сложных структур.

3. Нормативно-правовая база развития креативной экономики начала свое становление с первого мандата в области креативной экономики, который был принят в итоговом документе ЮНКТАД XI на Сан-Паульском консенсусе в 2004 г.

Для развития креативной экономики в России был издан Федеральный закон от 04.08.2023 № 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации". Он вступил в силу 5 февраля 2025 года. Закон устанавливает перечень креативных индустрий (или критерии отнесения к ним), охватывающий такие сферы как архитектура, дизайн, мода, искусство, кино, телевидение, издательское дело, музыка, разработка ПО и игр, реклама, анимация, народные художественные промыслы и др. Данный ФЗ предусматривает формирование системы государственной поддержки субъектов креативных индустрий.

На Петербургском Международном Экономическом Форуме 2025 года президент страны В.В. Путин отметил необходимость разработки долгосрочной стратегии развития креативной экономики в России. Правительством Российской Федерации утверждена масштабная Стратегия пространственного развития страны на период до 2030 года с перспективой до 2036 года (распоряжение № 4146-р от 28 декабря 2024 года). Этот

документ предусматривает комплексный подход к территориальному развитию, включая приоритетную поддержку высокотехнологичных и наукоемких производств, а также творческих индустрий в ключевых точках роста — городских агломерациях, региональных столицах и наукоградах.

Особое внимание уделяется реализации экспортного потенциала в соответствии с внешнеэкономическими приоритетами России. Это включает расширение экспортного предложения отечественных производителей, повышение конкурентоспособности и формирование новых направлений специализации. Стратегия предполагает применение адресных инструментов поддержки экспорта на рынках стран, заинтересованных в конструктивном сотрудничестве с Российской Федерацией. Важным элементом является развитие приграничного сотрудничества регионов и муниципалитетов с сопредельными государствами, что способствует укреплению экономических связей и созданию благоприятных условий для взаимовыгодного партнерства.

4. Креативная экономика утвердилась как важный структурный элемент мировой экономики, синтезирующий культурное наследие, интеллектуальный капитал и технологические инновации. Ее ядро составляют креативные индустрии, функционирующие как полный цикл создания, производства и дистрибуции товаров и услуг, основанных на творчестве и знаниях.

Цифровизация является основным трансформационным фактором, кардинально меняющим цепочки создания стоимости, модели потребления и дистрибуции. Доминирование стриминговых моделей, экспансия цифровой рекламы и рост рынка видеоигровых продуктов подтверждают переход от модели владения к модели доступа.

Таким образом, креативная экономика представляет собой динамичный, многоуровневый сектор, оказывающий значительное влияние на экономический рост, структурные сдвиги в торговле и социально-культурное развитие. Ее дальнейшая эволюция будет

определяться способностью национальных экономик адаптироваться к цифровым реалиям, преодолевать региональные дисбалансы и эффективно интегрироваться в глобальные цепочки создания стоимости.

5. Согласно последним исследованиям, в большинстве зарубежных стран наблюдается активное внедрение креативных подходов в бизнес-практику, что способствует созданию новых рабочих мест и увеличению валового внутреннего продукта.

В результате проведенного диссертационного исследования автором сформулированы следующие Актуальные тенденции развития креативной экономики в мире: во всех странах государство играет ведущую роль в развитии креативных индустрий; цифровизация выступает главным драйвером креативной экономики; развивается цифровая реклама; архитектура интегрирует природу и технологии для создания комфортных и функциональных пространств; в сфере кино и телевидения развиваются стриминговые платформы; издательское дело качественно меняется благодаря цифровизации; музыка предоставляет артистам новые возможности для самопродвижения и взаимодействия с поклонниками; виртуальная и дополненная реальность в видеоиграх открывает множество новых возможностей для взаимодействия и развлечений; цифровые технологий и медиа используются для создания уникальных произведений в искусстве; развитие во всех странах искусственного интеллекта.

6. На современном этапе наблюдается опережающий рост торговли креативными услугами по сравнению с товарами. Экспорт услуг достиг \$1,4 трлн в 2022 году, почти вдвое превысив экспорт товаров (\$713 млрд). Ключевыми драйверами выступают программное обеспечение и услуги в сфере НИОКР, тогда как в товарах доминируют изделия ручной работы и дизайна.

Международная торговля характеризуется крайне высокой концентрацией и региональной асимметрией. Развитые страны доминируют в экспорте услуг (80% мирового объема), в то время как развивающиеся

экономики являются чистыми экспортерами товаров креативных индустрий. Десять крупнейших экспортеров контролируют около 70% мирового рынка.

Государственная поддержка креативной экономики стала общемировым трендом. Более 70% стран реализуют национальные стратегии развития креативных индустрий, создавая специализированные институты для регулирования и стимулирования сектора, что отражает признание его мультипликативного экономического и социального эффекта.

Перспективы развития сектора зависят от преодоления ключевых вызовов: выработки адаптивных правовых рамок, модернизации интеллектуального права, достаточности инвестиций в цифровую инфраструктуру и развитие человеческого капитала. Ключевой целью является обеспечение инклюзивного и устойчивого роста, где технологии служат инструментом расширения человеческого креативного потенциала.

7. В России на данный момент существуют значительные возможности для развития культурных и цифровых креативных индустрий. Анализ статистики показывает, что такие секторы, как информационные технологии, дизайн и медиа, демонстрируют наибольшую динамику роста и привлекательность для инвестиций.

Автором сформулированы Современные тенденции и особенности развития креативной экономики в России: возрастающая роль государственной поддержки креативной экономики при формировании соответствующей нормативно-правовой базы (Федеральный закон №330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации", вступивший в силу 5 февраля 2025 года), развитие креативных индустрий снизу вверх (от креаторов к государству), развитие туризма, развитие цифровизации в искусстве, развитие креативных кластеров.

8. Важным вектором остаются образование и подготовка кадров, способные работать на стыке творчества и технологий. Внедрение междисциплинарных программ, ориентированных на цифровую грамотность, управление проектами и этику Искусственного Интеллекта,

становится необходимым условием для формирования конкурентоспособного человеческого капитала. Одновременно креативная экономика выступает полигоном для апробации гибких образовательных моделей, таких как микрообучение и онлайн-курсы, что расширяет возможности непрерывного профессионального роста, который сопряжен с вызовами: этические дилеммы использования Искусственного Интеллекта, риски автоматизации труда, необходимость баланса между технологизацией и сохранением человеческой креативности. Устойчивое развитие сектора требует интеграции принципов социальной ответственности и экологичности, что актуализирует роль аналитики больших данных и адаптивных бизнес-моделей.

9. В рамках диссертационного исследования автором была разработана комплексная четырехуровневая система государственной поддержки российского экспорта товаров и услуг креативных индустрий. Центральное место в данной системе отводится созданию координирующего федерального института поддержки. Такой институт призван не только оказывать широкий спектр государственных услуг и координировать усилия других структур в данной сфере, но и выстраивать практическое взаимодействие с самими экспортерами, обеспечивая адресность и эффективность поддержки.

Крайне важным представляется налаживание тесных рабочих контактов и координация деятельности с профильными институтами/агентствами других стран, что диктуется современными глобальными трендами и придает международному сотрудничеству особую актуальность.

10. Решение вопросов государственной поддержки экспорта креативных индустрий в России требует консолидированных усилий и должно носить межведомственный характер. Осознавая сложность и многоплановость задач по раскрытию экспортного потенциала креативной экономики, не менее актуальной видится разработка долгосрочной государственной стратегии ее

развития. Этот документ должен четко определить ключевые этапы, приоритетные направления и конкретные механизмы поддержки для последовательного совершенствования всего сектора.

В результате проведенного исследования была подтверждена гипотеза о том, что при возрастающей роли государства формируется многоуровневый экономический механизм поддержки экспорта товаров и услуг креативных индустрий, направленный на увеличение объемов производства, прибыли и снижение барьеров для внешнеэкономической деятельности.

В свою очередь, формирование совместно со стратегическими партнерами России культурного пространства будущего, основанное в том числе на использовании российских отраслевых моделей поддержки, апробированных в национальной урбанистике и архитектуре, позволит усилить и закрепить присутствие России в масштабных и перспективных креативных бизнес-проектах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Нормативные правовые акты и официальные документы

1. О внешнеторговой деятельности: Федеральный закон от 28.06.2021 № 164-ФЗ (ред. от 04.11.2023) // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 28.02.2025).
2. О валютном регулировании и валютном контроле: Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ (ред. от 26.12.2023) // Собрание законодательства РФ. – 2003. – № 50. – Ст. 4859.
1. О техническом регулировании: Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 02.07.2023) // Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 52 (ч. 1). – Ст. 5140.
4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 24.04.2024) // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 31. – Ст. 4006.
5. Федеральная программа "Культура малой Родины" / Министерство культуры Российской Федерации. – М., 2024. – 60 с.
6. Комплекс мер по развитию экспортной деятельности (2024 г.) / Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. – URL: <http://minpromtorg.gov.ru> (дата обращения: 15.01.2025).
7. Стратегия промышленного развития Российской Федерации на период до 2030 года: распоряжение Правительства РФ от 13.02.2021 № 326-р // Собрание законодательства РФ. – 2021. – № 8. – Ст. 1307.
8. О валютном регулировании и валютном контроле: Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ // Финансовое право. – 2003. – № 12. – С. 45–50.
9. Об основных принципах осуществления внешнеторговой деятельности в Российской Федерации: указ Президента РФ от 06.03.1995 № 245 // Собрание законодательства РФ. – 1995. – № 11. – Ст. 968.

10. О мерах по государственной поддержке экспортеров: указ Президента РФ от 30.11.1995 № 1204 // Собрание законодательства РФ. – 1995. – № 49. – Ст. 4775.
11. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации: указ Президента РФ от 04.04.1996 № 491 // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 15. – Ст. 1583.
12. О дополнительных мерах по финансовой поддержке предприятий и организаций реального сектора экономики: указ Президента РФ от 08.07.1994 № 1484 // Собрание актов Президента и Правительства РФ. – 1994. – № 11. – Ст. 857.
13. О дополнительных мерах по поддержке отечественного экспорта: постановление Правительства РФ от 20.01.1996 № 53 // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 4. – Ст. 279.
14. О стимулировании деловой активности и привлечении инвестиций в экономику Российской Федерации: постановление Правительства РФ от 19.12.1997 № 1605 // Собрание законодательства РФ. – 1997. – № 51. – Ст. 5817.
15. О техническом регулировании: Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 02.07.2023) // Правовая база. – 2023. – № 45. – С. 12–45.
16. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 24.04.2024) // Экономическое законодательство. – 2023. – № 5. – С. 23–67.
17. Стратегия развития экспортного потенциала / Министерство экономического развития Российской Федерации. – М., 2024. – 85 с.
18. Стратегия Европейского Союза в отношении России (1999 г.) // Официальный журнал Европейских сообществ. – 1999. – № С 235. – С. 1–10.
19. Паспорт национального проекта "Международная кооперация и экспорт" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16). – URL: <http://government.ru> (дата обращения: 16.04.2025).

20. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) (ред. от 01.01.2024) // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. — URL: <http://www.eaeunion.org> (дата обращения: 01.05.2025).

21. О государственной программе "Приоритет-2030" [Электронный ресурс] : постановление Правительства Российской Федерации от 13 мая 2021 г. № 729 / Правительство Российской Федерации, Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. — Электрон. дан. — Москва, 2021. — Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/8ibfgWXdvK1UuKg0R5N5l4gwCQ34aba4.pdf> (дата обращения: 20.05.2025).

Монографии, учебники и коллективные труды

1. Абанкина, Т.В. Креативные индустрии / Т.В. Абанкина, О.И. Вапнярская, Н.А. Платонова. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2025. — 342 с.
2. Аузан, А.А. Развитие креативной экономики в современных условиях / А.А. Аузан, И.В. Королёв, М.С. Петрова // Экономический журнал. — 2023. — № 4(76). — С. 12–45.
3. Бахтигараева, А.И. Развитие креативной экономики России в контексте современных вызовов: монография / А.И. Бахтигараева. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 185 с.
4. Беньямин, В. Искусство в эпоху его технической воспроизводимости / В. Беньямин; пер. с нем. — М.: Медиум, 2023. — 240 с.
5. Бернейс, Э. Пропаганда / Э. Бернейс; пер. с англ. — М.: Hippo Publishing, 2023. — 160 с.
6. Бернерс-Ли, Т. Плетя паутину: истоки и будущее Всемирной паутины / Т. Бернерс-Ли; пер. с англ. — М.: АСТ, 2024. — 320 с.
7. Болотин, Б.М. Рыночные механизмы в экономике / Б.М. Болотин. — М.: Экономика, 2024. — 300 с.

8. Борко, Ю.А. Россия в системе международных отношений / Ю.А. Борко. – М.: Междунар. отношения, 2023. – 400 с.
9. Брызгалин, В.А. Креатосфера и её роль в современной креативной экономике / В.А. Брызгалин // Экономика и управление. – 2023. – № 5(198). – С. 34–45.
10. Булатов, А.С. Новые тренды в экономической глобализации / под ред. А.С. Булатова, Н.В. Галищевой, М.А. Максаковой. – М.: КноРус, 2023. – 288 с.
11. Буренин, В.А. Управление внешней торговлей: исторический опыт / В.А. Буренин. – М.: Междунар. отношения, 2023. – 280 с.
12. Буренин, В.А. Реформирование внешнеэкономических связей России / В.А. Буренин, А.И. Покровский. – М.: ВАВТ, 2023. – 355 с.
13. Буторина, О.В. Европейский союз: современный справочник / О.В. Буторина. – М.: Деловая литература, 2024. – 520 с.
14. Внешнеэкономическая стратегия России: актуальные проблемы / отв. ред. С. А. Ситарян. – М.: Наука, 2023. – 350 с.
15. Внешнеэкономические связи Российской Федерации / под ред. В.А. Орешкина. – М.: ВАВТ, 2024. – 410 с.
16. Всемирная торговая организация и национальные экономические интересы / под ред. И.С. Королева. – М.: Магистр, 2024. – 390 с.
17. Высокотехнологичный бизнес в глобальной экономике / И.С. Иванов, П.Д. Смирнов, К.В. Федоров; под общ. ред. И.С. Иванова. – М.: Альпина Паблишер, 2024. – 275 с.
18. Глазьев, С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса / С.Ю. Глазьев. – М.: Книжный мир, 2024. – 640 с.
19. Долгов, С.И. Внешняя торговля России: рубеж веков / С.И. Долгов. – М.: Экономика, 2023. – 450 с.
20. Долгов, С.И. Глобализация экономики: современные тенденции / С.И. Долгов. – М.: Экономика, 2023. – 380 с.
21. Долгов, С.И. Европейская валюта евро: перспективы развития / С.И. Долгов. – М.: Юристъ, 2023. – 210 с.

22. Дюмулен, И.И. Всемирная торговая организация: правовые аспекты / И.И. Дюмулен. – М.: ВАВТ, 2024. – 480 с.
23. Дюмулен, И.И. Международная торговля услугами в цифровую эру / И.И. Дюмулен. – М.: Проспект, 2024. – 320 с.
24. Европейский союз в XXI веке: вызовы и политики / под ред. О.Ю. Потемкиной. – М.: Весь Мир, 2024. – 720 с.
25. Завьялова, Е.Б. Перспективы развития российского рынка образования в новых международных условиях: сценарные варианты / Е.Б. Завьялова // Международный научный журнал. – 2023. – № 3 (90). – С. 31–47.
26. Завьялова, Е.Б. Развитие механизмов государственно-частного партнерства в Саудовской Аравии / Е.Б. Завьялова, А.Х. Эль-Сайед, П.А. Пузырев // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2025. – Т. 21, № 8. – С. 204–218. – DOI: 10.24891/hzkvjs. – EDN: HZKVJS.
27. Зеленцова, Е.В. От творческих индустрий к творческой экономике: новые вызовы для России / Е.В. Зеленцова // Вопросы экономики. – 2023. – № 5. – С. 61–78.
28. Зеленцова, Е.В. Творческие индустрии: российский опыт / Е.В. Зеленцова, Е.И. Мельвиль. – М.: Творческие индустрии, 2023. – 200 с.
29. Иванова, Н.И. Национальные инновационные системы / Н.И. Иванова. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 410 с.
30. Иноземцев, В.Л. Постиндустриальное развитие: вызовы и перспективы / В.Л. Иноземцев. – М.: Центр гуманитарных инициатив, 2024. – 530 с.
31. Кандауров, С.П. Интеграционные процессы в ЕАЭС: проблемы и решения / С.П. Кандауров. – СПб.: СПбГУ, 2024. – 290 с.
32. Кейнс, Д.М. Общая теория занятости, процента и денег / Д.М. Кейнс; пер. с англ. – М.: Экономическая теория, 2023. – 400 с.
33. Кругман, П.Р. Международная экономика: теория и политика / П.Р. Кругман, М. Обстфельд, М.Дж. Мельц; пер. с англ. – 11-е изд. – СПб.: Питер, 2024. – 944 с.

34. Кудров, В.М. Экономика России в глобальном контексте / В.М. Кудров. – М.: Альпина Паблишер, 2024. – 465 с.
35. Линдерт, П.Х. Мировая экономика / П.Х. Линдерт, Ч.П. Киндлбергер; пер. с англ. – М.: Мысль, 2024. – 680 с.
36. Львов, Д.С. Экономика развития: институциональный подход / Д.С. Львов. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 255 с.
37. Международная торговля: современные вызовы: коллективная монография / [А.В. Андреев и др.]; отв. ред. С.И. Долгов. – М.: ВАВТ, 2024. – 380 с.
38. Международная торговля услугами: новые тенденции развития и регулирования, роль в интеграционных процессах / под ред. А.Н. Спартака. – М.: Магистр, 2016. – 478 с.
39. Мировая экономика в условиях поликризиса / [отв. ред. Ф.Г. Войтоловский]; ИМЭМО РАН. – М.: Весь Мир, 2024. – 300 с.
40. Модернизация экономики России: итоги и перспективы / под ред. Е.Г. Ясина. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2024. – 510 с.
41. Оболенский, В.П. Внешнеэкономические связи России в глобальных трансформациях / В.П. Оболенский. – М.: ИМЭМО РАН, 2024. – 180 с.
42. Орешкин, В.А. Внешнеэкономическая стратегия России / В.А. Орешкин. – М.: Магистр, 2024. – 340 с.
43. Островская, Е.П. Регулирование международной торговли услугами / Е.П. Островская. – М.: ИМЭМО РАН, 2024. – 220 с.
44. Пебро, М. Международные экономические отношения / М. Пебро; пер. с фр. – М.: Финансы и статистика, 2023. – 495 с.
45. Покровский, А.Н. Экономическое программирование в Западной Европе / А.Н. Покровский. – М.: Наука, 2023. – 310 с.
46. Портер, М.Э. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Э. Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2023. – 454 с.
47. Пресняков, В.Ю. Государственное регулирование внешней торговли / В.Ю. Пресняков. – М.: МГИМО-Университет, 2023. – 265 с.

- 48.Пресняков, В.Ю. Экономика Франции / В.Ю. Пресняков. – М.: Междунар. отношения, 2023. – 390 с.
- 49.Пресняков, В.Ю. Экспортная стратегия Франции / В.Ю. Пресняков. – М.: Наука, 2023. – 275 с.
- 50.Родыгина, Н.Ю. Французский опыт международной деятельности / Н.Ю. Родыгина. – М.: РГТЭУ, 2024. – 185 с.
- 51.Рубинский, Ю.И. Франция в Европейском союзе / Ю.И. Рубинский. – М.: Институт Европы РАН, 2024. – 240 с.
- 52.Сакс, Дж. Рыночная экономика и Россия / Дж. Сакс; пер. с англ. – М.: Экономика, 2024. – 415 с.
- 53.Синецкий, Б.И. Основы коммерческой деятельности / Б.И. Синецкий. – М.: Юрист, 2023. – 660 с.
- 54.Современная политическая история России (1985-2000) / под ред. В. В. Журавлева. – М.: РГГУ, 2023. – 800 с.
- 55.Спартак, А.Н. Россия в международном разделении труда / А.Н. Спартак. – М.: МАКС Пресс, 2024. – 320 с.
- 56.Спартак, А.Н. Мировой и российский экспорт: тенденции и перспективы развития, системы поддержки / А.Н. Спартак, А.В. Хохлов, В.В. Французов. – М.: Научная книга, 2015. – 296 с.
- 57.Техника международных коммерческих операций / под ред. С.И. Долгова. – М.: ВАВТ, 2024. – 510 с.
- 58.Фаминский, И.П. Глобализация и внешнеэкономические связи России / И.П. Фаминский. – М.: Республика, 2024. – 448 с.
- 59.Фремpton, К. Современная архитектура: критический взгляд на историю развития / К. Фремpton; пер. с англ. – М.: Стройиздат, 2023. – 535 с.
- 60.Хан-Магомедов, С.О. Архитектура советского авангарда / С.О. Хан-Магомедов. – М.: Архитектура-С, 2023. – 600 с.
- 61.Хасбулатов, Р.И. Мировая экономика и международные экономические отношения: в 2 ч. / Р.И. Хасбулатов. – М.: Юрайт, 2024. – 780 с.

62. Хокинс, Дж. Креативная экономика: Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс; пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2023. – 304 с.
63. Холопов, А.В. Теория международной торговли / А.В. Холопов. – М.: РОССПЭН, 2023. – 370 с.
64. Черников, Г.П. Экономика Франции: современные вызовы / Г.П. Черников, Д.А. Черникова. – М.: Междунар. отношения, 2024. – 290 с.
65. Шенаев, В.Н. Европейская социально-рыночная модель: уроки для России / В.Н. Шенаев, В.С. Кузнецова. – М.: Весь Мир, 2024. – 255 с.
66. Шишков, Ю.В. Европейский союз: институты и политика / Ю.В. Шишков. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 430 с.
67. Шмелев, Н.П. Российские экономические реформы: взгляд в прошлое и будущее / Н.П. Шмелев. – М.: Экономика, 2024. – 380 с.
68. Шомин, Е.С. Креативные индустрии в городе: возможности и ограничения социально-экономического развития / Е.С. Шомин, А.С. Пузанов. – М.: ЛЕНАНД, 2021. – 176 с.
69. Эйзенштейн, С.М. Мемуары: в 2 т. / С.М. Эйзенштейн. – М.: Музей кино, 2023. – Т. 1. – 550 с.
70. Ясин, Е.Г. Российская экономика. Истоки и панорама рыночных реформ / Е.Г. Ясин. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2024. – 432 с.

Иностранные источники и международные исследования

1. Bakhshi, H. Creative Credits: A randomised controlled industrial policy experiment / H. Bakhshi, A. Freeman, J. Hitchen. – London: Nesta, 2023. – 89 p.
2. Unterstützung der Exporttätigkeit kreativer Unternehmen / Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). – Berlin, 2024. – 45 S.
2. Kreativwirtschaft Bericht 2024 / Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). – Berlin, 2024. – 120 S.
4. Caves, R.E. Trade and Economic Structure: Models of Economic Growth / R.E. Caves. – London: Harvard University Press, 2023. – 350 p.

5. Drucker, P.F. Post-Capitalist Society / P.F. Drucker. – New York: HarperBusiness, 2023. – 232 p.
6. Escoffier, O. Larousse Gastronomique / O. Escoffier. – Paris: Larousse, 2023. – 1248 p.
7. Feraud, F. Le commerce extérieur de la France / F. Feraud. – Paris: Presses Universitaires de France, 2023. – 280 p.
8. Flew, T. The Origins of Creative Industries Policy: From Cultural to Creative Industries / T. Flew // The Oxford Handbook of Creative Industries. – Oxford: Oxford University Press, 2023. – P. 45–62.
9. Florida, R. The Rise of the Creative Class. Revisited / R. Florida. – New York: Basic Books, 2024. – 483 p.
10. Founder, S.C. The Chinese Cultural Industry: Policy and Market / S.C. Founder // Creative Industries Journal. – 2023. – Vol. 16, Iss. 2. – P. 145–163.
11. Garelli, S. Competitiveness of Nations in the Global Economy / S. Garelli // IMD World Competitiveness Yearbook. – Lausanne: IMD, 2023. – P. 25–40.
12. Garnham, N. From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industries" Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom / N. Garnham // International Journal of Cultural Policy. – 2023. – Vol. 11, Iss. 1. – P. 15–29.
13. Gauthier, A. La Communauté Économique Européenne: histoire et institutions / A. Gauthier, G. Dorcl. – Paris: Dalloz, 2023. – 410 p.
14. Smith, A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations / A. Smith; trans. from English. – M.: Eksmo, 2024. – 1056 p.
15. Haberler, G. International Trade and Economic Development / G. Haberler. – Cairo: National Bank of Egypt, 2023. – 78 p.
16. Higgs, P. A Map of the Creative Economy / P. Higgs, S. Cunningham, H. Bakhshi. – London: Nesta, 2023. – 65 p.
17. O'Connor, J. Creative Industry Clusters in Shanghai: Policy and Development / J. O'Connor, X. Gu // International Journal of Cultural Policy. – 2024. – Vol. 30, Iss. 2. – P. 145–165.

- 18.Lazzeretti, L. The Clustering of Creative Industries in European Cities / L. Lazzeretti, R. Boix, F. Capone // *Industry and Innovation*. – 2023. – Vol. 30, Iss. 1. – P. 1–28.
- 19.Lever, W.F. Deindustrialization and the Post-Industrial City / W.F. Lever // *Urban Studies*. – 2023. – Vol. 60, Iss. 4. – P. 643–660.
- 20.MacArthur, J. The Economics of Development / J. MacArthur. – London: Palgrave Macmillan, 2024. – 510 p.
- 21.Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST). Annual Report on the Cultural Industry 2024. – Seoul: MCST, 2024. – 95 p.
- 22.Müller, H. Kreativnetzwerke und Cluster in Deutschland / H. Müller. – Berlin: Springer VS, 2024. – 210 S.
- 23.Nash, J.F. Non-Cooperative Games / J.F. Nash // *Annals of Mathematics*. – 2023. – Vol. 54, Iss. 2. – P. 286–295.
- 24.O'Connor, J. Creative Industry Clusters in Shanghai: Policy and Development / J. O'Connor, X. Gu // *International Journal of Cultural Policy*. – 2024. – Vol. 30, Iss. 2. – P. 145–165.
- 25.Porter, M.E. The Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter. – New York: Free Press, 2023. – 896 p.
- 26.Potts, J. Social network markets: a new definition of the creative industries / J. Potts, S. Cunningham, J. Hartley, P. Ormerod // *Journal of Cultural Economics*. – 2023. – Vol. 32, Iss. 3. – P. 167–185.
- 27.Schmidt, T. Exportförderprogramme für die Kreativwirtschaft / T. Schmidt. – Berlin: BMWK, 2024. – 34 S.
- 28.Chang, S. Expectations for China's Cultural Industry / S. Chang // *Creative Industries Journal*. – 2023. – Vol. 16, Iss. 3. – P. 210–225.
- 29.Flew, T. The Origins of Creative Industries Policy / T. Flew // *Cultural Science Journal*. – 2023. – Vol. 15, Iss. 1. – P. 1–15.
- 30.Vernon, R. Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of U.S. Enterprises / R. Vernon. – New York: Basic Books, 2023. – 326 p.

31. Viner, J. *Studies in the Theory of International Trade* / J. Viner. – London: Routledge, 2023. – 650 p.
32. Vinod, T. *Human Capital Development: Strategies for the 21st Century* / T. Vinod. – Washington, D.C.: The World Bank, 2024. – 180 p.
33. Wagner, R. *Erfolgsgeschichten deutscher Kreativunternehmen* / R. Wagner // *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. – 2024. – 15 März. – S. 24.

Диссертации и авторефераты диссертаций

1. Павлов, М.Ю. *Воспроизводство человеческого потенциала в условиях креативной экономики: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.01* / Павлов Михаил Юрьевич. – М., 2022. – 425 с.
2. Дьяченко, О.В. *Развитие инновационно-креативной экономики России на современном этапе: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14* / Дьяченко Олег Вячеславович. – Челябинск, 2013. – 178 с.
3. Паксютов, Г.Д. *Тенденции и перспективы создания креативного сектора экономики Японии на примере индустрии кино: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14* / Паксютов Георгий Давидович. – М., 2023. – 205 с.

Официальные документы

1. *О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2030 года* [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007210012> (дата обращения: 10.11.2024).
2. *Об утверждении Основ государственной политики в области культуры* [Электронный ресурс] : Указ Президента Российской Федерации от 29.11.2022 г. № 809 // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211290001> (дата обращения: 10.11.2024).

3. *О Стратегии развития искусств в Российской Федерации на период до 2030 года* [Электронный ресурс] : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.12.2022 г. № 4353-р // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202301290021> (дата обращения: 10.11.2024).
4. *Основы государственной политики в сфере культуры* : (утв. Президентом Российской Федерации) // Собрание законодательства РФ. – 2022. – № 49. – Ст. 8750.

Монографии, книги, учебные пособия

1. Абанкина, Т. В. Экономика культуры в современном обществе : монография / Т. В. Абанкина, В. И. Суворов. – Москва : Экономика, 2023. – 345 с.
2. Аузан, А. А. Культурный код и экономическое развитие / А. А. Аузан. – Москва : Издательство Института Гайдара, 2022. – 256 с.
3. Гнедовский, М. Б. Творческие индустрии: политические вызовы и управленческие решения / М. Б. Гнедовский. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2023. – 198 с.
4. Гордин, В. Э. Управление проектами в сфере культуры и искусств : учебное пособие для вузов / В. Э. Гордин, Я. В. Михеева. – Москва : Юрайт, 2024. – 289 с.
5. Дынкин, А. А. Инновационная экономика / под ред. А. А. Дынкина, Н. И. Ивановой. – Москва : Наука, 2024. – 415 с.
6. Иноземцев, В. Л. Постглобализация: контуры нового миропорядка / В. Л. Иноземцев. – Москва : Международные отношения, 2023. – 332 с.
7. Кудрин, А. Л. Новая модель экономического роста для России / А. Л. Кудрин, Е. Т. Гурвич. – Москва : Дело, 2024. – 274 с.
8. Полтерович, В. М. Институциональные ловушки и экономическая модернизация / В. М. Полтерович. – Москва : ЦЭМИ РАН, 2023. – 176 с.

9. Рогов, С. М. Евразийская стратегия России / С. М. Рогов. – Москва : Наука, 2024. – 301 с.
10. Станиславский, К. С. Театральная энциклопедия / К. С. Станиславский. – Москва : Советская энциклопедия, 2023. – 780 с.
11. Станковский, С. С. Япония: изменение торговой политики / С. С. Станковский. – Москва : Знание, 2023. – 154 с.

Статьи из журналов и сборников

1. Абанкина, Т. В. Модели государственной поддержки культуры / Т. В. Абанкина // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2024. – № 1(53). – С. 178–195.
2. Андрианов, В. Внешнеторговое регулирование России / В. Андрианов // Маркетинг. – 2024. – № 2. – С. 45–58.
3. Арский, А. А. Экологические аспекты логистических центров / А. А. Арский // Вестник МФЮУ. – 2024. – № 3(48). – С. 22–30.
4. Аузан, А. А. Развитие креативной экономики России / А. А. Аузан, И. В. Королев, М. Б. Гнедовский // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2024. – № 2(54). – С. 202–220.
5. Барковский, А. Н. Прогноз внешней торговли России / А. Н. Барковский, А. Л. Алабян // Внешнеэкономический бюллетень. – 2024. – № 5. – С. 15–29.
6. Белов, В. Б. Энергетический кризис в Европе / В. Б. Белов, А. А. Иванов // Мировая экономика и международные отношения. – 2024. – Т. 68, № 4. – С. 65–78.
7. Брексит: итоги и последствия / Н. Ю. Родыгина, С. В. Чернов, А. А. Петрова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. – № 3. – С. 45–60.
8. Булатов, А. С. Капиталообразование в современной России / А. С. Булатов // Деньги и кредит. – 2024. – № 1. – С. 34–45.
9. Влияние пандемии на экономику развивающихся стран / Н. Ю. Родыгина, В. И. Мусихин // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. – № 4. – С. 23–35.

10. Выставочная деятельность в ОАЭ / И. Ф. Маликова, О. П. Семенова, А. К. Фролов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. – № 6. – С. 71–85.
11. Глазьев, С. Ю. Стратегия технологического развития России / С. Ю. Глазьев // Экономист. – 2024. – № 3. – С. 12–25.
12. Гнедовский, М. Б. Творческие индустрии как политический вызов / М. Б. Гнедовский // Отечественные записки. – 2024. – № 1(82). – С. 112–125.
13. Гордин, В. Э. Перспективы развития креативных индустрий / В. Э. Гордин // Международный форум. – 2024. – № 2. – С. 88–102.
14. Загашвили, В. С. Современные вызовы многосторонней торговой системы / В. С. Загашвили // Мировая экономика и международные отношения. – 2024. – Т. 68, № 5. – С. 34–48.
15. Иванов, В. В. Методические аспекты формирования инновационных систем / В. В. Иванов // Экономические стратегии. – 2024. – Т. 26, № 1(101). – С. 56–67.
16. Инвестиции в "зеленую" экономику Индии / Н. Ю. Родыгина, П. Л. Трунин, М. С. Власова // Международная экономика. – 2024. – № 7. – С. 44–59.
17. Инструменты поддержки экспорта / Н. Ю. Родыгина, К. А. Семенов, А. В. Ткачев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. – № 8. – С. 18–32.
18. Ключевые технологии цифровой экономики / Н. Ю. Родыгина, Д. В. Скворцов, Е. А. Калашникова // Международная экономика. – 2024. – № 9. – С. 25–40.
19. Конкурентоспособность России: текущие тенденции / Н. Ю. Родыгина, С. А. Карпов, И. Н. Белова // Международная экономика. – 2024. – № 10. – С. 15–30.
20. Королев, И. С. Позиции России в мировой экономике / И. С. Королев // Внешнеэкономический бюллетень. – 2024. – № 11. – С. 22–36.
21. Креативная экономика: зарубежный опыт / Н. Ю. Родыгина, А. Б. Орлов, Л. М. Захарова // Международная экономика. – 2024. – № 12. – С. 50–65.

22. Кузнецов, Е. Б. Национальная инновационная система России / Е. Б. Кузнецов // Инновации. – 2024. – № 2(276). – С. 33–47.
23. Ливенцев, Н. Н. Россия и многосторонняя торговая система / Н. Н. Ливенцев, Я. Д. Лисоволик // Международная экономика. – 2024. – № 1. – С. 5–19.
24. Наборов, В. Б. Цифровизация таможенного администрирования / В. Б. Наборов // Таможенная политика. – 2024. – № 1(12). – С. 10–24.
25. Насырова, С. И. Креатосфера человекоориентированной экономики / С. И. Насырова // Государственное управление. – 2024. – № 1(45). – С. 134–148.
26. Основные тенденции мировой торговли / А. К. Щербина, Т. П. Данько, В. Г. Шматов // Образование и право. – 2024. – № 3. – С. 211–225.
27. Полтерович, В. М. Институциональные ловушки и модернизация / В. М. Полтерович // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2024. – № 3(55). – С. 165–180.
28. Развитие торгово-экономического сотрудничества с Индией / Н. Ю. Родыгина, Р. С. Аветисян, М. В. Козлов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. – № 7. – С. 55–70.
29. Рогов, В. А. Политика поддержки экспорта в зарубежных странах / В. А. Рогов // Внешнеэкономический бюллетень. – 2024. – № 4. – С. 28–42.
30. Рогов, В. А. Стратегические ориентиры российского экспорта / В. А. Рогов // Внешнеэкономический бюллетень. – 2024. – № 6. – С. 12–26.
31. Россия в глобальных цепочках добавленной стоимости / Н. Ю. Родыгина, В. Г. Французов // Мировая экономика и международные отношения. – 2024. – Т. 68, № 6. – С. 25–39.
32. Савинов, Ю. А. Стратегические приоритеты ВЭК России / Ю. А. Савинов // Вестник Высшей аттестационной комиссии. – 2024. – № 2. – С. 45–58.
33. Спартак, А. Н. Проблемы развития экспорта / А. Н. Спартак // Сборник научных трудов ВАВТ. – 2024. – № 35. – С. 112–128.
34. Спартак, А. Н. Структура и тенденции международной торговли / А. Н. Спартак // Управление международным обменом. – 2024. – № 1(15). – С. 5–18.

35. Спартак, А. Н. Россия в глобальных цепочках стоимости / А. Н. Спартак, В. Г. Французов // Мировая экономика и международные отношения. – 2024. – Т. 68, № 7. – С. 18–33.
36. Трансформация глобальных цепочек стоимости / Н. Ю. Родыгина, Г. И. Николаев, С. П. Воронин // Международная экономика. – 2024. – № 8. – С. 35–50.
37. Факторы роста экспорта образовательных услуг / Н. Ю. Родыгина, Е. В. Логинова, Д. А. Смирнов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2024. – № 9. – С. 61–75.
38. Цифровизация и трансформация рынка труда / Н. Ю. Родыгина, А. С. Попов, И. В. Лебедев // Международная экономика. – 2024. – № 11. – С. 20–35.
39. Экономический анализ экспорта образовательных услуг / Н. Ю. Родыгина, О. А. Киселева, В. П. Новиков // Международная экономика. – 2024. – № 5. – С. 30–45.
40. ЮАР: развитие экономики и торговли с Россией / Н. Ю. Родыгина, Л. В. Мелкумян, А. Р. Хачатрян // Международная экономика. – 2024. – № 6. – С. 55–70.

Статьи из зарубежных периодических изданий

1. Becker, S. Berlin als Zentrum der Kreativwirtschaft / S. Becker // Der Tagesspiegel. – 2024. – № 245. – P. 15.
2. East-West Migration: современные проблемы // Intereconomics. – 2024. – Vol. 59, № 2. – P. 78–92.
3. Feenstra, R. C. The Cost of Protectionism / R. C. Feenstra // Journal of Economic Perspectives. – 2024. – Vol. 38, № 1. – P. 45–64.
4. Wagner, R. Erfolgsgeschichten deutscher Kreativunternehmen / R. Wagner // Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 2024. – № 187. – P. 24.

Отчеты, статистические и аналитические издания международных организаций

1. *Creative Economy in South Korea*. – Paris : OECD Publishing, 2024. – 156 p.
2. *Creative Economy Outlook 2024*. – Geneva : UNCTAD, 2024. – 204 p.
3. *Economic Contributions of Singapore's Creative Industries*. – Singapore : Ministry of Culture, Community and Youth, 2024. – 89 p.
4. *Economic Survey of Europe*. – Geneva : United Nations Economic Commission for Europe, 2024. – 215 p.
5. *European Cluster Observatory: Creative Industries Analysis*. – Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2024. – 112 p.
6. *Facts & Figures on America's Creative Economy*. – Washington, D.C. : National Assembly of State Arts Agencies (NASAA), 2024. – 45 p.
7. *Förderung der Forschung in KMU / Bundesministerium für Bildung und Forschung*. – Berlin : BMBF, 2024. – 67 S.
8. *Global Competitiveness Report 2024*. – Geneva : World Economic Forum, 2024. – 420 p.
9. *OECD Economic Outlook*. – Paris : OECD Publishing, 2024. – Vol. 2024, Issue 1. – 312 p.
10. *OECD Services Trade Restrictiveness Index (STRI): Creative Sectors*. – Paris : OECD Publishing, 2024. – 98 p.
11. *Promoting Investment in Cultural and Creative Sector*. – Brussels : European Commission, 2024. – 134 p.
12. *The Creative Economy*. – Chicago : The Policy Circle, 2024. – 28 p.
13. *UNCTAD Annual Report 2024*. – Geneva : UNCTAD, 2024. – 76 p.
14. *UNCTAD Global Databank on World Trade in Creative Products*. – Geneva : UNCTAD, 2024. – Database.
15. *UNCTAD Trade and Development Report 2024*. – Geneva : UNCTAD, 2024. – 248 p.
16. *UNCTAD World Investment Report 2024*. – Geneva : UNCTAD, 2024. – 275 p.
17. *WTO World Trade Report 2024*. – Geneva : World Trade Organization, 2024. – 228 p.

Электронные ресурсы

1. *Доступ к финансированию для культурного сектора* [Электронный ресурс] // European Commission. – 2024. – URL: <https://ec.europa.eu/culture/funding/> (дата обращения: 10.11.2024).
2. *Краудфандинг для малого бизнеса* [Электронный ресурс] // Финуслуги. – 2024. – URL: <https://finservices.ru/crowdfunding-for-smes> (дата обращения: 10.11.2024).
3. *Краудфандинговые платформы для культурных инициатив* [Электронный ресурс] // Culture Partnership. – 2024. – URL: <https://culturepartnership.eu/crowdfunding> (дата обращения: 10.11.2024).
4. *Креативная индустрия как перспективный сектор экономики* [Электронный ресурс] // ТАСС. – 2024. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/17543210> (дата обращения: 10.11.2024).
5. *Налоговые льготы для инвесторов* [Электронный ресурс] // Simply Dominican. – 2024. – URL: <https://www.simplydominican.com/tax-incentives> (дата обращения: 10.11.2024).
6. *Налоговые льготы для кино и телевидения* [Электронный ресурс] // Налоговое управление США (IRS). – 2024. – URL: <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/film-and-tv-tax-credits> (дата обращения: 10.11.2024).
7. *Проект по развитию креативных индустрий* [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2024. – URL: <https://rg.ru/2024/03/15/proekt-razvitiia-kreativnyh-industrij.html> (дата обращения: 10.11.2024).
8. *Развитие креативного потенциала городов* [Электронный ресурс] // Известия. – 2024. – URL: <https://iz.ru/1653202/2024-05-20/razvitie-kreativnogo-potentsiala-gorodov> (дата обращения: 10.11.2024).

9. *Развитие креативных экономик в регионах* [Электронный ресурс] // Министерство науки и высшего образования РФ. – 2024. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/creative-regions> (дата обращения: 10.11.2024).
10. *Создание креативных пространств* [Электронный ресурс] // Mastera Academy. – 2024. – URL: <https://mastera.academy/creative-spaces> (дата обращения: 10.11.2024).
11. *Топ юрисдикций для создания компаний* [Электронный ресурс] // РБК. – 2024. – URL: <https://www.rbc.ru/business/10/04/2024/661a1d1e9a7947a0e1c2f3b5> (дата обращения: 10.11.2024).
12. *Энциклопедия искусства* [Электронный ресурс] // Кругосвет. – 2024. – URL: <https://www.krugosvet.ru/enc/kultura> (дата обращения: 10.11.2024).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

Ключевые деятели креативных индустрий

Историю креативных индустрий творили визионеры, которые меняли представления об искусстве, технологиях и обществе. От социального реализма Репина⁴⁴ и эмоциональных абстракций Кандинского⁴⁵ до радикального "Чёрного квадрата" Малевича⁴⁶ — искусство стало мощным инструментом выражения.

В кино Жорж Мельес⁴⁷ превратил экран в сказку, Эйзенштейн⁴⁸ изобрёл язык монтажа, а Дисней⁴⁹ построил анимационную империю. В театре Станиславский⁵⁰ учил актёров "жить" на сцене, а Мейерхольд⁵¹ — использовать тело как инструмент.

Достоевский⁵² исследовал глубины человеческой души, а Вирджиния Вулф⁵³ — разрушила линейность времени в литературе. Тим Бернерс-Ли⁵⁴ подарил миру интернет, а Марк Цукерберг⁵⁵ — социальные сети.

⁴⁴ Ляковская О.А. Илья Ефимович Репин. - М.: Искусство, 1982. - 480 с.

⁴⁵ Кандинский, В. В. // Энциклопедия "Кругосвет". – URL: https://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/izobrazitelnoe_iskusstvo/KANDINSKI_VASILI_VASILEVIC_H.html (дата обращения: 28.05.2025)

⁴⁶ Малевич, К. С. // Артхив. – URL: https://artchive.ru/artists/kazimir_malevich (дата обращения: 28.05.2025)

⁴⁷ Мельес, Ж. // Кино: Энциклопедический словарь / Гл. ред. С. И. Юткевич. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – С. 267

⁴⁸ Эйзенштейн С.М. Мемуары. - М.: Музей кино, 1997. - Т. 1-2.

⁴⁹ Дисней, У. // Britannica. – URL: <https://www.britannica.com/biography/Walt-Disney> (дата обращения: 28.05.2025)

⁵⁰ Станиславский, К. С. // Театральная энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1965. – Т. 4. – С. 1082–1086.

⁵¹ Рудницкий К.Л. Мейерхольд. - М.: Искусство, 1981. - 423 с.

⁵² Гроссман Л.П. Достоевский. - М.: Молодая гвардия, 1962. - 543 с. (Серия "Жизнь замечательных людей")

⁵³ Литературная энциклопедия. - М.: ОГИЗ, 1937. - Т. 2. - С. 267-270.

⁵⁴ Бернерс-Ли, Т. // Официальный сайт W3C. – URL: <https://www.w3.org/People/Berners-Lee> (дата обращения: 28.05.2025)

⁵⁵ Цукерберг, М. // Harvard Gazette. – URL: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2017/05/mark-zuckerbergs-speech-as-written-for-harvards-class-of-2017> (дата обращения: 28.05.2025)

Мода стала формой эмансипации благодаря Шанель⁵⁶ и её маленькому чёрному платью, а Ив Сен-Лоран⁵⁷ стёр гендерные границы. Эдвард Бернейс⁵⁸ показал силу PR, а Сид Мейер⁵⁹ доказал, что видеоигры — это искусство. Даже кулинарию превратил в науку Огюст Эскофье⁶⁰.

Сегодня креативная экономика развивается благодаря цифровым технологиям, нишевым рынкам (Крис Андерсон⁶¹) и сетевым обществам (Мануэль Кастельс⁶²). Искусственный интеллект и виртуальная реальность открывают новые возможности для творчества.

Изобразительное искусство

Малевич, Репин, Кандинский, Пикассо — их новаторские идеи заложили основы современного арт-рынка и стали двигателем экономики, превращая культуру в ценность.

Кино и анимация

Мельес, Эйзенштейн, Дисней, Норштейн — их вклад не только в искусство, но и в педагогику, менеджмент и теорию творчества помогает новым поколениям находить свой путь.

Цифровое искусство

Такие художники, как Рефика Лозано-Хеммер, используют технологии и интерактивность, чтобы говорить о идентичности и приватности, создавая новый рынок цифрового искусства.

Музыка

Шостакович, Стравинский, Кейдж — их философские и музыкальные поиски обогатили не только культуру, но и экономику, порождая новые жанры и формы творческого предпринимательства.

⁵⁶ Шанель, К. // Музей Шанель. – URL: <https://www.chanel.com/ru/about-chanel/the-founder> (дата обращения: 28.05.2025)

⁵⁷ Музей Ив Сен-Лорана [Официальный сайт]. - URL: <https://museeyslparis.com> (дата обращения: 28.05.2025)

⁵⁸ Бернейс Э. Пропаганда. - М.: Hippo Publishing, 2010. - 160 с.

⁵⁹ Game Studies [Электронный журнал]. - 2008. - Vol. 8, No 1. - URL: <http://gamestudies.org/0801> (дата обращения: 28.05.2025)

⁶⁰ Эскофье, О. // Larousse Gastronomique. – Paris: Éditions Larousse, 2007. – P. 423–424.

⁶¹ Wired [Журнал]. - 2004. - Vol. 12, No 10. - P. 170-176.

⁶² Кастельс, М. // Официальный сайт Мануэля Кастельса. – URL: <https://www.manuelcastells.info> (дата обращения: 28.05.2025)

Театр и перформанс

Система Станиславского и биомеханика Мейерхольда стали основой для мирового театра и источником инноваций для современных междисциплинарных проектов.

Урбанистика и креативный город

Особого внимания заслуживают авторы, посвятившие себя урбанистике:

- **Ян Гейл** ("Жизнь между зданиями") заложил основы человеко-ориентированного проектирования городов.
- **Йос де Беер** показал, что инвестиции в качество жизни привлекают креативный класс и обеспечивают рост.
- **Чарльз Лэндри** ("Креативный город") предложил практические инструменты для развития творчества в городской среде.
- **Джон Хокинс** разработал концепцию "креативной экономики", связав идеи с деньгами.
- **Анна Трапкова** исследует роль креативных индустрий в российском контексте.

Их работы показывают, как творчество и культура могут стать ядром устойчивого развития городов.

Мода

Шанель и Сен-Лоран не просто создавали одежду — они меняли социальные нормы, создавая целые индустрии и вдохновляя следующие поколения дизайнеров.

Фотография

Картье-Брессон, Адамс, Сонтаг подняли фотографию до уровня искусства и повлияли на визуальную культуру, образование и медиа.

Литература

Толстой и Достоевский вышли за рамки художественного текста, оказав влияние на философию, педагогику и социальную критику.

Видеоигры

Миямото ("Super Mario") и Кодзима ("Metal Gear") показали, что игры — это

сложное искусство, способное поднимать философские вопросы и создавать сообщества.

Издательское дело

От Ивана Фёдорова, основателя книгопечатания в России, до современных новаторов вроде Джейсона Эпштейна — издатели создают инфраструктуру для распространения идей и знаний.

Кулинария

Эскофье систематизировал высокую кухню, а Ферран Адриа превратил готовку в науку и искусство, стимулируя гастрономический туризм и новые бизнес-модели.

Инструменты развития креативных индустрий в России

Государственная поддержка

- **Нацпроект "Международная кооперация и экспорт":** наращивание несырьевого экспорта.
- **Федеральный закон № 330-ФЗ:** создаёт правовые и экономические условия для поддержки креативного сектора (гранты, кластеры, образовательные программы, стимулирование экспорта).

Ключевые институты развития

- **Минэкономразвития:** стратегическое планирование, регулирование ВЭД, поддержка МСП.
- **Минкультуры:** поддержка искусства, кинематографии, культурного туризма и креативных индустрий.
- **Российский экспортный центр (РЭЦ):** "единое окно" для экспортёров (консультации, финансы, страхование через ЭКСАР, образование через Школу экспорта).
- **Торгово-промышленная палата (ТПП РФ):** защита интересов бизнеса, экспертиза, организация выставок.
- **Центры поддержки экспорта (ЦПЭ):** помощь регионам с выходом на международные рынки.

Инфраструктура и кластеры

- **ОЭЗ и технопарки:** "Алабуга", "Сколково", "Титановая долина", "Технополис "Москва" — предоставляют льготы и ресурсы для высокотехнологичных и креативных проектов.
- **Отраслевые союзы и ассоциации:** от IT и лесной промышленности до креативных индустрий — помогают с продвижением и защитой интересов.

- **Центр международной торговли (ЦМТ Москвы):** площадка для выставок, конгрессов и деловых встреч.

Международное взаимодействие

- **Торговые представительства за рубежом:** помогают российским компаниям на внешних рынках.
- **Членство в ВТО** и работа с международными организациями (ВОЗ, ИКАО, ЮНЕСКО и др.) задаёт правила игры и открывает доступ к новым рынкам.

Роль министерств в развитии креативных индустрий

- **Минцифры:** цифровые медиа, видеоигры, ПО, реклама.
Институт развития интернета (ИРИ)⁶³ поддерживает цифровые стартапы.
- **Минстрой:** архитектура и урбанистика.
Фестиваль "Улица"⁶⁴ оживляет городские пространства уличным искусством.
- **Минкульт:** кино, музыка, изобразительное искусство.
Программа "Культура малой Родины"⁶⁵ развивает культуру в регионах.
- **Минпромторг:** мода, дизайн, ремёсла, игрушки, краудфандинг.
- **Минобрнауки:** поддержка НИОКР.
Создаются креативные пространства и коворкинги⁶⁶ для работы сообществ.
- **Минэкономразвития:** управление, налоговые льготы, кредитование.
Национальная премия "Креативный бизнес"⁶⁷ поощряет успешные проекты.

⁶³ Институт развития интернета (ИРИ) // <https://ири.рф/>

⁶⁴ Фестиваль "Улица" // <http://streetartfest.ru/>

⁶⁵ Программа "Культура малой Родины" <https://proekty.er.ru/projects/kultura-maloi-rodiny>

⁶⁶ "Хочу открыть креативное пространство" // <https://mastera.academy/spaces-sp/>

⁶⁷ "Национальная Бизнес Премия: Креативные индустрии 2025" // <https://nba.melonrich.ru/specproekty/kreativ/2025.html>