

БУТОВА Татьяна Георгиевна

*Сибирский федеральный университет (Красноярск, РФ)
доктор экономических наук, профессор; e-mail: tgbutova@mail.ru*

ЧЕРКАСОВА Юлия Ивановна

*Сибирский федеральный университет (Красноярск, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: ycherkasova@sfu-kras.ru*

ДАНИЛИНА Елена Петровна

*Красноярский государственный медицинский университет
им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого (Красноярск, РФ)
кандидат медицинских наук, доцент; e-mail: lenao-1961@mail.ru*

ДАНЧЕНОК Лариса Александровна

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Москва, РФ)
доктор экономических наук, профессор; e-mail: ldanchenok@mail.ru*

НИЯЗБЕКОВА Шакизада Утеулиевна

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации;
Московский университет имени С.Ю. Витте (Москва, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: Shakizada.niyazbekova@gmail.com*

УЛИНА Светлана Леонидовна

*Сибирский федеральный университет (Красноярск, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: graffiti6@ya.ru*

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Имеющийся в России значительный творческий потенциал населения, потенциал социально-культурной деятельности, информационно-коммуникативных и цифровых технологий способствует активному развитию креативных индустрий. В развитых странах мира креативные индустрии определены как один из перспективных секторов экономики, обеспечивающих экономический рост в ситуации глобального синергетического кризиса. В России государственные органы власти также усилили внимание к поддержке креативных индустрий, включив их в национальный проект «Культура» и разработав соответствующие правительственные решения. Однако несмотря на разработку «Концепции развития творческих индустрий» и поддерживающих её реализацию документов, развитие предпринимательской деятельности в креативном секторе экономики значительно отстаёт от числа арт-форумов, конгрессов, фестивалей и прочих мероприятий по продвижению. Усиление внимания государства к развитию креативных индустрий активировало научные исследования в этой области. Между тем активность публикаций по исследуемой теме не решила существующие терминологические проблемы, приводящие к затруднению понимания сущности основных терминов и путанице в практической и исследовательской работе, что потребовало изменений в законодательстве, практике формирования господдержки креативных индустрий и оценки эффективности вклада креативного предпринимательства в экономику. Это актуализирует необходимость определения приоритетных направлений теоретических исследований. В статье показаны результаты проведённого авторами исследования, позволившего определить тренды и обосновать приоритетные направления теоретических исследований в области креативных индустрий, что позволит лучшим

способом достичь поставленных практических задач по совершенствованию законодательной базы и механизмов поддержки развития креативных индустрий как реального сектора экономики.

Ключевые слова: креативные индустрии, тренды и направления теоретических исследований в области креативных индустрий, дифференциация терминологического направления, приоритетные направления теоретических исследований в области креативных индустрий



Для цитирования: Бутова Т.Г., Черкасова Ю.И., Данилина Е.П., Данченко Л.А., Ниязбекова Ш.У., Улина С.Л. Приоритетные направления научных исследований в области креативных индустрий // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т.17. №5. С. 45–58. DOI: 10.5281/zenodo.10420974.

Дата поступления в редакцию: 5 ноября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 10 декабря 2023 г.

UDC 330.341:001.31:347.7 EDN: IZNLDF
DOI: 10.5281/zenodo.10420974

Tatyana G. BUTOVA

*Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: tgbutova@mail.ru*

Yulia I. CHERKASOVA

*Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: ycherkasova@sfu-kras.ru*

Elena P. DANILINA

*Professor V. F. Voino-Yasenetsky Krasnoyarsk State Medical University (Krasnoyarsk, Russia)
PhD in Medicine, Associate Professor; e-mail: lenao-1961@mail.ru*

Larisa A. DANCHENOK

*Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: ldanchenok@mail.ru*

Shakizada U. NIYAZBEKOVA

*Financial University under the Government of the Russian Federation;
Moscow Witte University (Moscow, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: Shakizada.niyazbekova@gmail.com*

Svetlana L. ULINA

*Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; graffity6@ya.ru*

PRIORITIES FOR SCIENTIFIC RESEARCHES IN CREATIVE INDUSTRY

Abstract. *The great creative potential of population and socio-cultural activities, information and digital technologies in Russia contributes to the active development of creative industries. Creative industries in developed countries considered a perspective sector of the economy that ensures economic growth in the global synergetic crisis. The government has increased support for creative industries by including them in the national Project «Culture» and developing appropriate government decisions. However, despite the creation of the Concept for the Development of Creative Industries and relevant documents, the growth of entrepreneurial activity in the creative*

sector lags significantly behind the events for their promotion (art forums, congresses, festivals and others). Increased state's significant attention to the development of creative industries has initiated scientific research. Nevertheless, the growth of the number of publications has not solved terminological problems that make it difficult to understand basic terms, confuse practical, and research work. This required changes in legislation, the practice of forming state support for creative industries and assessing its effectiveness to understand the contribution of creative entrepreneurship to the economy. This actualizes the need to determine priority areas of theoretical research. The article shows the results of a study where the authors have identified and substantiated the directions of theoretical research in the field of creative industries. These conclusions will make it possible to achieve the set practical goals of improving the legislative framework and mechanisms for supporting the development of creative industries as a real sector of the economy.

Keywords: *creative industries, trends of creative industries theoretical research, differentiation of terminological directions, priority directions of creative industries theoretical research*



Citation: Butova, T. G., Cherkasova, Yu. I., Danilina, E. P., Danchenok, L. A., Niyazbekova, Sh. U., & Ulina, S. L. (2023). Priorities for scientific researches in creative industry. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 17(5), 45–58. doi: 10.5281/zenodo.10420974. (In Russ.).

Article History

Received 5 November 2023

Accepted 10 December 2023

Disclosure statement

No potential conflict of interest
was reported by the author(s).



© 2023 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение

В России в последнее время всё большее количество авторов вовлекаются в написание разнообразных публикаций по креативным индустриям – от научных статей до отчётов по исследованиям, справочников, новостей, тематических статей в СМИ, интервью, обзоров и др. Это и понятно. Организацией объединённых наций 2021 год был объявлен «Международным годом креативной экономики», что свидетельствует о росте глобальной значимости креативных индустрий в экономическом развитии стран, особенно в постковидный период. Так, по данным некоторых источников в ряде государств креативные индустрии составляют значимую долю ВВП: в США и Китае – по 4.2%, Великобритании – 5.5%, Германии – 3.1%, Австралии – 5.7%, Италии – 3.8% [14]. Официальные российские источники отмечают, что средняя доля сектора творческих (креативных) индустрий в мировом ВВП составляет 6,6%, а в развитых странах – 8–12% при среднегодовом росте в 15%, существенно превышающем средние темпы роста мировой экономики¹. Зарубежные источники приводят такие данные по экономическому вкладу креативных индустрий – на сектор культурных и креативных отраслей приходится 3,1% мирового валового внутреннего продукта (ВВП)². В 2020 г. мировой экспорт креативных товаров составил 524 миллиона долларов США, а мировой экспорт креативных услуг – 1,1 трлн USD. По оценкам экспертов ЮНКТАД, в 2020 г. креативные товары и услуги составили 3% и 21% от общего объёма экспорта товаров и услуг соответственно³. Ожидается, что этот вклад будет усилен за счёт роста цифровизации и передовых технологий, которые характеризуют

креативную индустрию 4.0⁴.

В России, несмотря на богатое культурное наследие, историческое наследие творческих компетенций и высокий уровень образованности населения и развития науки, потенциал сектора креативной экономики недостаточно реализован – доля творческих (креативных) индустрий в экономике страны составляет лишь 2,23%¹. Другие источники приводят другие данные и показатели. Так, согласно подсчётам Агентства стратегических инициатив, общий вклад креативных индустрий в экономику России приблизительно составляет 4,98% ВВП, в секторе заняты почти 5% от числа сотрудников всех российских предприятий, задействовано почти 748 тыс. организаций, доля ежегодной выручки которых составляет в среднем 4,21% от суммарной выручки всех организаций страны⁵.

Сравнительный анализ показателей, приводимых в различных источниках [2, 15, 19, 21 и др.], показал разные данные по показателю «доля сектора креативных индустрий», а также разные параметры оценки вклада креативных индустрий в экономику стран. Это иллюстрирует проблемы экономических исследований в данной области, требующих научного обоснования.

Несмотря на усиление внимания государства к развитию креативного сектора экономики за последние годы, о чём свидетельствуют содержание и динамика нормативно-правовых документов^{1,6,7,8}, проблемы практической реализации креативного предпринимательства сохраняются и не приносят ожидаемых от них экономических результатов [7, 18]. Экономические результаты креативного предпринимательства отстают от темпов создания

¹ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Утв. распоряж. Прав-ва РФ от 20.09.2021 №2613-р.

² UNESCO (2022). Re-shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>

³ UNCTAD (2022). Creative Economy Outlook 2022. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>

⁴ UNCTAD (2022). Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. URL: <https://unctad.org/publication/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy>

⁵ В АСИ презентовали первый в России Атлас креативных индустрий 21 апреля 2021. URL: <https://asi.ru/news/180985/>

креативных агентств, автономных некоммерческих организаций, образовательных центров и других инфраструктурных институтов креативных индустрий, а также от проведения арт-форумов, конгрессов, фестивалей и др. мероприятий, являющихся, по сути, инструментами продвижения. Это актуализирует разработку релевантных механизмов поддержки креативных индустрий, что требует чёткого определения объекта поддержки и показателей оценки эффективности поддержки. Это вызвало необходимость на законодательном уровне определить базовые понятия в данной области, перечень креативных индустрий, методологию оценки вклада креативной экономики в экономику России в целях обеспечения адресного характера мер государственной поддержки⁸.

Поставленные прикладные задачи в области совершенствования креативного предпринимательства и государственного регулирования требуют их научного обоснования, что актуализирует значение теоретических исследований для повышения эффективности прикладных.

Отставание экономической науки от практики креативного предпринимательства, поиски путей решения прикладных проблем развития креативных индустрий стимулировали рост исследований в данной области знаний. На наш взгляд, поставленные задачи по совершенствованию регулирования развития креативных индустрий⁸, в первую очередь законодательное определение понятия «творческие (креативные) индустрии», требуют обоснования приоритетных направлений теоретических исследований, которые нужно выполнять в первую очередь для решения проблем отсутствия единых терминов и определения их понятий, которые можно использовать как

базовые и в научном обороте и в практике креативного предпринимательства. Это позволит создать научно обоснованную базу для решения задач совершенствования законодательной базы и механизмов поддержки креативных индустрий.

Методы

Цель исследования, представленного в статье – определение приоритетных направлений теоретических исследований креативных индустрий на основе методологии терминологического исследования [4]. В качестве доказательной базы для обоснования приоритетных направлений теоретических исследований были использованы результаты проведённого исследования на основе методов сравнительного и критического анализа выборки из 300 публикаций научной электронной библиотеки (eLIBRARY.RU), позволившего выявить тренды и проблемы теоретических исследований креативных индустрий.

Терминологический анализ как один из методов теоретических исследований позволил нам раскрыть сущность исследуемых терминов и понятий, и обозначить базовые понятия в области креативных индустрий. Контент-анализ понятий с использованием семантического анализа позволил определить самые важные ключевые слова и фразы, отображающие в полной мере понятия «креативные индустрии» и «творческие индустрии». Синтез ключевых слов и фраз в существующих определениях позволил сформулировать авторское понятие «креативные индустрии».

Анализ публикаций по проблемам исследования

Результаты проводимого нами исследования показали рост публикационной активности, как в рамках прикладных исследований,

⁶ Указ Президента РФ от 25.01.2023 №35 «О внесении изменений в Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. N 808».

⁷ План мероприятий по реализации творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: Распоряжение Правительства от 17 августа 2022 г. № 2290-р

⁸ Перечень поручений Президента по итогам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России» от 15 августа 2023 года <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/72053>

так и в рамках теоретических исследований, развивающихся в научные направления. В качестве основы для определения научных направлений предлагаются структурные единицы научного направления – исследуемые прикладные проблемы, темы и научные вопросы⁹. Авторами статьи на основе сравнительного анализа тем и научных вопросов исследуемых публикаций объект исследования включён в структурную единицу помимо существующих, определяющую доказательную базу для отличия направлений исследования и использование релевантных объектам исследования методик.

Проблематика прикладных исследований, формирующаяся задачами развития креативных индустрий как реального сектора экономики, стимулировала разнообразие объектов теоретических исследований [3, 4, 6, 11, 12, 16], сравнительный анализ которых позволил выявить некоторые тренды развития исследований в области креативных индустрий.

Первый тренд заключается в *дифференциации направлений теоретических исследований креативных индустрий*, которые нами на основе объектов исследования систематизированы в три направления: терминологическое, экономическое и пространственное.

Первая волна исследований в России была ответом на широкое распространение в мире с 1990-х гг. концепций «креативной экономики», «креативных индустрий», «креативного города» и др., что обусловило необходимость определения сущности данных понятий. Контент-анализ публикаций позволил выявить в качестве предмета исследования *терминологического направления* термины и понятийный аппарат в области креативных индустрий, а в качестве методики исследования – совокупность методов анализа понятийного аппарата. В связи с невозможностью сделать ссылки на все имеющиеся многочисленные публикации в статье будут приведены те, в которых

авторская точка зрения авторов и результаты теоретических исследований, а не просто описание заимствованного понятийного аппарата [2, 3, 5, 8, 10, 12, 13, 20].

С нач. 2000-х гг. научные исследования в области креативных индустрий за рубежом и в России получили новый стимул, целеполагание которого стало определяться возрастающей ролью креативных индустрий как новых источников экономического роста в условиях глобального синергетического кризиса, что усилило интерес политиков, экономистов и учёных к изучению экономического вклада креативных индустрий в реальный сектор экономики. Благодаря своему активному развитию, а также развитию интернет- и цифровых технологий, этот сектор экономики всё чаще стал привлекать развитые страны, которые объявили креативные индустрии как национальные стратегические приоритеты для эффективного антикризисного роста экономик, а также как реальный вариант снижения зависимости страны от добывающей промышленности. Растущая публикационная активность показала оформление из разносторонних публикаций отдельного направления исследования – *количественного*, предметом которого является оценка вклада креативных индустрий в экономику¹⁰ [1, 6, 12, 13, 14, 15]. Поддерживая точку зрения тех авторов, которые отмечают, что в России к креативным индустриям не обращались как к антикризисному инструменту [7], отметим, что скорее это было вызвано желанием не отставать от глобального тренда развития креативных индустрий. Методология данного направления активно формируется для решения проблемы отсутствия единого подхода к систематизации показателей и методов их оценки. Так, критический анализ российских и зарубежных источников показал, что чаще всего в качестве результатов исследования приводятся данные по показателям, которые, как показано во введении, в разных

⁹ Классификация научных исследований. URL: <https://www.b17.ru/article/44546/?ysclid=lpccitwsc90987887>

¹⁰ <https://www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-economic-estimates-2022>

источниках разные, как и сами показатели. Это значительно снижает возможность сопоставления экономических результатов деятельности всех секторов креативных индустрий как в мировой практике, так и в российской. Данная проблема не даёт возможности оценить эффективность государственной поддержки креативных индустрий, что актуализирует вопрос разработки методологии оценки вклада креативной экономики в экономику Российской Федерации^{1,8} для ежегодной, а не эпизодической оценки результативности креативного предпринимательства, для научно обоснованной, а не экспертной оценки без указания методики и источников получения данных.

Практически одновременно формирующееся *пространственное* направление теоретического исследования креативных индустрий. Однако анализ публикаций в данной области показывает, что в настоящее время идёт формирование не только методологии, но и предмета исследования. В ряде исследований рассматриваются социально-пространственные аспекты, влиявших на рост креативных индустрий, а также пространственные преобразования на территориях, в частности создание креативных кластеров [17, 27, 28]. В других публикациях фокус внимания нацелен на оценку экономических результатов креативных индустрий в экономическом развитии территорий [29]. Предлагаемая для исследования в рамках пространственного направления методика картирования используется для формирования моделей развития креативных индустрий в городах и регионах [2, 6, 15, 16, 21]. Исследования в рамках пространственного направления также не решило ряда теоретических и прикладных проблем, в частности, формирование релевантного определения понятия «креативные кластеры» и их моделей.

Второй тренд заключается в *дифференциации авторов и видов публикаций*. Высокая публикационная активность по теме исследо-

вания в связи возросшей актуальностью исследований и даже модой на комментарии по актуальной теме креативных индустрий привела к тому, что в публикационное пространство вовлекаются все больше разнообразных авторов. Контент-анализ разнообразных видов публикаций этих авторов – от научных статей до отчётов по пилотным исследованиям, справочников, новостей, тематических статей в СМИ, интервью, обзоров и др. позволил разделить на несколько групп: независимые исследователи, научные работники, преподаватели, практики, консультанты, эксперты. Эти группы авторов можно структурировать по укрупнённым группам:

- организации, созданные Правительством России под целевые проекты, например, Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (Агентство стратегических инициатив, АСИ);
- научные сообщества как совокупность профессиональных учёных, например, Институт статистических исследований и экономики знаний Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (СИЭЗ НИУ ВШЭ);
- научные сообщества как временные коллективы учёных и преподавателей учебных заведений, выполняющие пилотные, грантовые научные исследования;
- преподавателями вузов, выполняющие инициативные исследования, например, авторы публикаций, используемых как источники в данной статье;
- профессиональные сообщества практиков, экспертов, консультантов и независимых исследователей, например, Фонд поддержки творческих индустрий «Креативные практики»¹¹, Союз Креативных кластеров¹².

В международной практике помимо учёных и преподавателей существуют группы

¹¹ <https://work.vk.com/cpractices?w=club117315441>

¹² <https://www.unitedclusters.ru/>

организаций и сообществ, занимающиеся не только прикладными, но и научными исследованиями, например, Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Конференция ООН по торговле и развитию (UNCTAD); Организация Объединённых Наций по промышленному развитию (ЮНИДО), Британское Министерство культуры, медиа и спорта (DCMS) и др. [3, 24].

Группировка авторов публикаций позволила показать их профессиональный состав, провести сравнительный анализ результатов исследований, позволивший выявить определённые проблемы теоретических исследований и определить приоритетные направления исследований.

Результаты исследования

Определение дифференцированных направлений теоретических исследований в области креативных индустрий показывает развитие российских научных исследователей, совпадающее с мировыми трендами. Между тем критический анализ публикаций позволил определить существующие в разных направлениях теоретического исследования проблемы:

- *в терминологическом* – несмотря на многочисленные публикации в терминологическом направлении в мире до сих отсутствуют единый подход к выбору базовых терминов [1, 2, 7, 9], единое определение понятия «креативные индустрии» [2, 3, 5, 7, 23]; очевидные и релевантные критерии отнесения отраслей и организаций к креативному сектору экономики [4, 9]. Нерешённые проблемы в свою очередь привели к тому, что единые подходы к структуре креативных индустрий отсутствуют, и предложения по структуре данного сектора экономики растут за счёт групп отраслей [23], что вносит проблемы в другие направления теоретического исследования и практику креативного предпринимательства [4, 11];
- *в количественном* – отсутствие научно обоснованной структуры сектора креативных индустрий приводит к наличию

разных данных показателя «доли креативных индустрий в ВВП» и возможности проведения сравнительного анализа с другими странами [11, 12, 21, 23];

- *в пространственном* – отсутствие научно обоснованной структуры сектора креативных индустрий затрудняет разработку моделей креативных кластеров для территорий, а также проведения сравнительного анализа по территориям [6, 8, 12, 27].

Таким образом, критический анализ проблем по всем направлениям теоретических исследований показал, что в настоящее время приоритетным является терминологическое направление, обеспечивающее два других научно обоснованной базой для объекта, предмета и методологии исследования.

Основываясь на выражении «практика – критерий истины», обосновывающее роль практики в объективности содержания знания и являющаяся мерилем проверки истинности результатов исследования, нами проведён сравнительный анализ практических задач, определённых в нормативно-правовых документах по совершенствованию реализации Концепции развития креативных индустрий⁸.

Сопоставление практических задач и выявленных проблем теоретического исследования креативных индустрий дало нам доказательную базу для выбора приоритетного направления исследований, результаты которого позволят создать научную базу для решения актуальных практических задач. В качестве приоритетного направления нами предлагается терминологическое, продолжающее решение задач:

- 1) определения общепринятых терминов;
- 2) определения базовых понятий, в частности, «креативные индустрии»;
- 3) кроме того, нами предлагается исследование подходов к структуризации креативных индустрий.

Проведённый нами терминологический анализ используемых в публикациях терминов и понятий позволил внести авторский вклад в решение задач, представленный в данной

статье. Для этого были выбраны публикации, содержащие определения понятия «Креативные индустрии».

Прежде всего, нами был обоснован выбор терминов в исследуемой области, названных базовыми, которые являются словообразующими для других терминов. Контент-анализ публикаций выявил наличие ряда терминов, из которых были выделены наиболее часто встречающиеся: «культурные индустрии», «творческие индустрии», «креативные индустрии», «креативная экономика». Отметим, что в публикациях встречаются несколько названий терминов – «эталонный», «канонический», «базовый», семантический анализ которых [22] позволил нам предложить название «базовые термины», заимствованные из определённых областей лексики. В данном исследовании базовые термины сформированы из терминов «творчество» и «индустрия». Таким образом, к базовым терминам мы отнесли «творческие индустрии» и «креативные индустрии», являющиеся основой для производных терминов, таких как «креативная экономика», «креативный кластер» и др. Термин «творчес-

кие индустрии» используется как русский эквивалент англоязычного термина «креативные индустрии» «Creative Industries», введённого в оборот DCMS в 1998 г. [7].

Несмотря на существующие семантические нюансы, термины «творческие индустрии» и «креативные индустрии» являются синонимами, имея полностью совпадающее лексические значения. Поэтому использование в российских нормативных документах и ряде публикаций терминов творческие или креативные индустрии являются базовыми, отражающими сущность объекта исследования [3, 4, 7, 23].

Определение базового понятия «креативные индустрии» является важной задачей приоритетного исследования, так как отсутствие общепринятого определения сдерживает совершенствование законодательных документов в области креативных индустрий. Проведённый нами анализ публикаций показал достаточно широкий разброс понятий «творческие» и «креативные» индустрии. В табл. 1 представлены понятия разных групп авторов.

Таблица 1 – Контент-анализ определений понятия «Креативные индустрии»

<i>Авторство</i>	<i>Определение</i>	<i>Источник</i>
ЮНЕСКО (Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры)	Это отрасли экономики, которые сочетают в себе создание, производство и коммерциализацию творческого/креативного содержания нематериального и культурного характера	Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making // UNCTAD. 2008.
UNCTAD (Конференция ООН по торговле и развитию)	Это синтез креативности, культуры, экономики и технологий	UNCTAD (2022). Creative Economy Outlook 2022
DCMS [Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании]	Это отрасли, которые берут начало в индивидуальном творчестве, навыках и таланте и которые имеют потенциал для создания богатства (добавленной стоимости) и рабочих мест за счёт создания и эксплуатации интеллектуальной собственности	DCMS. Creative Industries Mapping Document // London: DCMS, 1998. Revised 2001. URL: https://gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001
«Основы государственной культурной политики»	Сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и оказывают услуги, имеющие экономическую ценность, а также способствующие формированию гармонично развитой личности и росту качества жизни российского общества	Указ Президента РФ от 24.12.2014 №808 (с изм. и доп.) «Об утверждении Основ государственной культурной политики»

Авторство	Определение	Источник
«Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»	Сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества	Утверждена Правительством Российской Федерации: распоряжение от 20.09.2021 №2613-р
Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ	Секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счёт творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность	Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы (научный дайджест). М.: НИУ ВШЭ, 2021. [21]
Созданные Правительством России организации	Экономический сектор, включающий взаимозависимые и взаимопроникающие отрасли в области исследований, разработки и производства товаров и услуг, которые берут начало в индивидуальном творчестве, навыках и талантах и которые обладают потенциалом для обогащения и создания рабочих мест за счёт создания и использования интеллектуальной собственности	Атлас креативных индустрий в Российской Федерации. М.: Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2021. [23]
Научное сообщество	Секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счёт творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность	Творческие (креативные) индустрии: Справочник / Сост. Е. Зеленцова, под ред. Н. Гладких. М., 2022.
	Отрасли экономики, в которых преобладает творческий труд и создаётся высокая добавленная стоимость благодаря капитализации и коммерциализации прав интеллектуальной собственности на выпускаемую продукцию (оказываемые услуги)	Абанкина Т. В., Мацкевич А. В., Романова В.В. Креативные индустрии в условиях пандемии COVID-19 [1]
	Сектор экономики, существенная часть добавленной стоимости которых формируется за счёт творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность	Креативная экономика Москвы в цифрах / В.В. Власова, М.А. Гершман, Л.М. Гохберг и др. [14]
	Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несёт в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путём производства и эксплуатации интеллектуальной собственности	Зеленцова Е.В., Гладких Н.М. Творческие индустрии: теории и практики [10]
Преподаватели – исследователи	Уникальный набор отраслей определяет каждую местную креативную экономику, отражающую культуру, традиции и наследие этого места	Королёва И.Б., Соколова И.Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием [13]
Профессиональное сообщество	Сфера, где новый продукт создаётся с помощью творческих идей и цифровых технологий	Новикова К. Что такое креативные индустрии [18]; Никитина И. Что такое креативные индустрии? [19]

Контент-анализ определений понятия «креативные индустрии» показал, что при кажущемся многообразии раскрывающих сущность базового понятия определений не так и много. Большинство российских авторов использует либо определения, данные в

официальных нормативных источниках, либо зарубежные (например, ЮНЕСКО, Министерство культуры, СМИ и спорта, DCMS – Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании, и др.) [3, 23]. Оригинальные авторские определения встречаются редко [1, 2, 9].

Некоторые исследователи и практики используют краткие определения (например, «сектор креативной экономики» [18, 19], «синтез креативности, культуры, экономики и технологий»³, «творческие (креативные) индустрии сочетают создание, производство и коммерциализацию творческого содержания»).

Трудно согласиться с утверждением, что понятие творческих (креативных) индустрий непосредственно связано с региональной и национальной спецификой и отличается от страны к стране¹ [9]. Исходя из значения слова «понятие» как представление о предметах и явлениях действительности, отображающее их общие и существенные признаки, связи и отношения, претендующее на всеобщность. Формирование понятий основано на сравнении предметов и явлений при выделении и обозначении их общих свойств [22].

Таким образом, понятие «креативные индустрии» должно отвечать принципу всеобщности и отражать общие свойства входящих в креативные индустрии отраслей и видов деятельности, несмотря на их региональную и национальную принадлежность. Для выделения общих свойств креативных индустрий нами был проведён контент-анализ определений иссле-

дуемого понятия, позволивший выявить:

- практически во всех понятиях повторяемость следующих слов и словосочетаний: 1) отрасли экономики; 2) творчество / креативность; 3) творческая деятельность;
- почти в половине определений повторяемость словосочетания интеллектуальная собственность.
- в нескольких определениях отмечается специфическая особенность – коммерциализация творческого ресурса.

На наш взгляд, общим и существенным признаком креативных индустрий, претендующее на всеобщность, является творчество и креативность, являющее основой для формирования словосочетаний «творческая/креативная деятельность» и творческий ресурс. Что касается использования интеллектуальной собственности как признака креативных индустрий, то он является признаком, используемым не только в креативных индустриях, но и в других сферах деятельности, в большей степени в науке и технологиях [25, 26], поэтому управление правами, использование или эксплуатация интеллектуальную собственность, как пишут некоторые авторы, не является определяющим сущность креативных индустрий признаком.

Список источников

1. Абанкина Т.В., Мацкевич А.В., Романова В.В. Креативные индустрии в условиях пандемии COVID-19 // Экономика. Налоги. Право. 2022. №15(2). С. 38-51. DOI: 10.26794/1999-849x-2022-15-2-38-51.
2. Абанкина Т.В., Николаенко Е.А., Романова В., Щербакова И. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития. М.: Grey matter, 2021. 44 с.
3. Бокова А.В. Креативные индустрии: административный и научный подходы к определению понятия // Вестник Томского гос. ун-та. 2014. №389. С. 98-101.
4. Бутова Т.Г., Данилина Е. П., Егошина О.Л., Климович Н.В., Поподько Г.И. Терминологическое исследование в области культурных и креативных индустрий // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2022. №1. С. 102-109.
5. Вейнмейстер А.В., Иванова Ю.В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. №1(26). С. 38-48.
6. Гамбеева Ю.Н., Смей В.М. Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии территории // Вестник Челябинского гос. ун-та. Экономические науки. 2021. №6(452). Вып.73. С. 89-96.
7. Гретченко А.И., Каверина Н.А., Гретченко А.А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) // Вестник СГСЭУ. 2019. №1(75). С. 58-65.
8. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Подходы к исследованию креативных индустрий для управления в цифровой экономике // Russian Journal of Economics and Law. 2023. Т.17. №1. С. 63-89.

9. Журавлева Т., Токарев И. Атлас креативных индустрий Российской Федерации. М.: Агентство стратегических инициатив, 2021. 558 с.
10. Зеленцова Е.В., Гладких Н.М. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Классика-XXI, 2010. 237 с.
11. Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т.14. №11. С. 2875-2898. DOI: 10.18334/ce.14.11.111156.
12. Каменских М.А. Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России // Экономический анализ: теория и практика. 2014. №8. С. 62-68.
13. Королёва И.Б., Соколова И.Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // Baikal Research Journal. 2022. Т.13. №3. DOI: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14.
14. Креативная экономика Москвы в цифрах / В.В. Власова, М.А. Гершман, Л.М. Гохберг и др. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 108 с.
15. Креативные индустрии. Практики зарубежных стран по развитию. Меры поддержки в РФ на период действия санкций. Тенденции развития креативных индустрий в регионах России 2019-2021 гг. / Лазыко Е. и др. М.: АО «Кэпт», 2022. 169 с.
16. Метелева Е.Р. Оценка социально-экономического эффекта от развития городских кластеров креативных и культурных индустрий // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2011. №3. С. 26-43.
17. Недосвитий Н.В. Творческие индустрии как инструмент наращивания конкурентного потенциала территории // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. №1. С. 87-89.
18. Никитина И. Что такое креативные индустрии? // РБК. 2019. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5dd54dbf9a79471180f57ce7> (Дата обращения 25.08.2023).
19. Новикова К. Что такое креативные индустрии и почему о них сейчас так много говорят // Synergy Times. 2022. URL: <https://synergytimes.ru/evolve/chto-takoe-kreativnye-industrii-i-pochemu-o-nikh-seychas-tak-mnogo-govoryat> (Дата обращения: 25.08.2023).
20. Погоревич А.В. Подходы к определению сущности понятия креативных индустрий // Северные Архивы и Экспедиции. 2022. Т.6. №3. С. 226-240.
21. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы (научный дайджест) / Бредихин С.В., Власова В.В., Гаврилова Н.В. и др. М.: НИУ ВШЭ. 2021. 20 с.
22. Словарь русского языка / Под ред. А.П. Евгеньевой. 4-е изд. М.: РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.
23. Творческие (креативные) индустрии: Справочник / Сост. Е. Зеленцова. М.: 2022. 220 с.
24. Устинова Е. Термины и определения в сфере интеллектуальной собственности // Гарант.ру, 2022. URL: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/ustinova/1538520/?ysclid=lp9utdt0ej852219852> (Дата обращения: 25.08.2023).
25. Chapain C., Clifton N., Comunian R. Understanding Creative Regions: Bridging the Gap Between Global Discourses and Regional and National Contexts // Regional Studies. 2013. Vol.47. Iss.2. Pp. 131-134. DOI: 10.1080/00343404.2013.746441.
26. Chapain C., Clifton N., Comunian R. Creative Industries & Creative Policies: A European Perspective? // City, Culture and Society 2014. №5(2). P. 51–53. DOI: 10.1016/j.ccs.2014.05.009.
27. Fadian Nur Aziz, Ali Roziqin, Jafar Loilatu M., Tri Sulistyarningsih, Hijri, Y.S., Kismartini. Research Trends of Creative Industries in Indonesia: A Bibliometric Analysis // Journal of the Knowledge Economy. 2023. DOI: 10.1080/17510694.2022.2077557.
28. Fahmi, FikriZul, SierdjanKoster, Jouke van Dijk. The Location of Creative Industries in a Developing Country: The Case of Indonesia // Cities. 2016. №59. Pp. 66–79. DOI: 10.1016/j.cities.2.
29. Nugroho, Prihadi. A Socio-Spatial Dimension of Local Creative Industry Development in Semarang and Kudus Batik Clusters // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science 2018. 123:012040.

References

1. Abankina, T. V., Mackevich, A. V., & Romanova, V. V. (2022). Kreativnye industrii v usloviyah pandemii COVID-19 [Creative industry during the COVID-19 pandemic]. *Ekonomika. Nalogi. Pravo [Economy. Taxes. Right]*, 15(2), 38-51. doi: 10.26794/1999-849x-2022-15-2-38-51. (In Russ.).
2. Abankina, T. V., Nikolaenko, E. A., Romanova, V., & Shcherbakova, I. (2021). *Kreativnye industrii v Rossii: tendencii i perspektivy razvitiya [Creative industries in Russia: trends and development prospects]*. Moscow: Grey matter. (In Russ.).
3. Bokova, A. V. (2014). Kreativnye industrii: administrativnyj i nauchnyj podhody k opredeleniyu ponyatiya [Creative industries: administrative and scientific approaches to defining the concept]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Tomsk State University]*, 389, 98-101. (In Russ.).
4. Butova, T. G., Danilina, E. P., Egoshina, O. L., Klimovich, N. V., & Popod'ko, G. I. (2022). Terminologicheskoe issledovanie v oblasti kul'turnyh i kreativnyh industrij [Terminological study in the field of cultural and creative industries]. *Nauchnyj vestnik: finansy, banki, investicii [Scientific Bulletin: finance, banks, investments]*, 1, 102-109. (In Russ.).
5. Vejnmejster, A. V., & Ivanova, Yu. V. (2017). «Kul'turnye industrii» i «kreativnye industrii»: granicy ponyatij [“Cultural Industries” and “Creative Industries”: boundaries of concepts]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury [International Journal of Cultural Research]*, 1(26), 38-48. (In Russ.).
6. Gambeeva, Yu. N., & Smey, V. M. (2021). Rol' kreativnyh industrij v social'no-ekonomicheskom razvitii territorii [The role of creative industries in the socio-economic development of the territory]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University]*, 6(452/73), 89-96. (In Russ.).
7. Gretchenko, A. I., Kaverina, N. A., & Gretchenko, A. A. (2019). Sovremennoe razvitie kreativnyh industrij v Rossii (opyt stolicy i regionov) [Modern development of creative industries in Russia (experience of the capital and regions)]. *Vestnik SGSEU [Bulletin of the SGSEU]*, 1(75), 58-65. (In Russ.).
8. Gumerova, G. I., & Shaymieva, E. Sh. (2023). Podhody k issledovaniyu kreativnyh industrij dlya upravleniya v cifrovoj ekonomike [Approaches to researching creative industries for management indigital economy]. *Russian Journal of Economics and Law*, 17(1), 63-89. doi: 10.21202/2782-2923.2023.1.63-89. (In Russ.).
9. Zhuravleva, T., & Tokarev, I. (2021). *Atlas kreativnyh industrij Rossijskoj Federacii [Atlas of creative industries of the Russian Federation]*. Moscow: Agency for Strategic Initiatives. (In Russ.).
10. Zelentsova, E. V. (2010). *Tvorcheskie industrii: teorii i praktiki [Creative industries: theories and practices]*. Moscow: Classika-XXI. (In Russ.).
11. Kazakova, M. V. (2020). Kul'turnye i kreativnye industrii: granicy ponyatij [Cultural and creative industries: concepts limits]. *Kreativnaya ekonomika [Creative Economy]*, 14(11), 2875-2898. doi: 10.18334/ce.14.11.111156. (In Russ.).
12. Kamenskikh, M. A. (2014). Issledovanie ponyatiya kreativnyh industrij i ocenka ih vliyaniya na ekonomicheskoe razvitie Rossii [Research of concept of creative industries and assessment of their influence on economic development of Russia]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: theory and practice]*, 8, 62-68. (In Russ.).
13. Korolyova, I. B., & Sokolova, I. L. (2022). Kreativnye industrii v Rossii i mire: sostoyanie, tendencii i problemy upravleniya razvitiem [Creative Industries in Russia and the World: State, Trends and Problems of Development Management]. *Baikal Research Journal*, 13(3). doi: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).14. (In Russ.).
14. Vlasova, V. V., Gershman, M. A., Gohberg, L. M., & at. al. (2021). *Kreativnaya ekonomika Moskvy v cifrah [Creative economy of Moscow in figures]*. Moscow: HSE University. (In Russ.).
15. Laz'ko, E. at al. (2022). *Kreativnye industrii. Praktiki zarubezhnyh stran po razvitiyu. Mery podderzhki v RF na period dejstviya sankcij. Tendencii razvitiya kreativnyh industrij v regionah Rossii 2019-2021 gg. [Creative industries. Development practices of foreign countries. Support*

- measures in the Russian Federation during the period of sanctions. Trends in the development of creative industries in Russian regions 2019-2021*]. Moscow: Kept. (In Russ.).
16. Meteleva, E. R. (2011). Ocenka social'no-ekonomicheskogo effekta ot razvitiya gorodskih klasterov kreativnyh i kul'turnykh industriy [Assessment of the socio-economic effect from the development of urban clusters of creative and cultural industries]. *ETAP: ekonomicheskaya teoriya, analiz, praktika* [STAGE: economic theory, analysis, practice], 3, 26-43. (In Russ.).
 17. Nedosvitiy, N. V. (2014). Tvorcheskije industrii kak instrument narashchivaniya konkurentnogo potentsiala territorii [Creative industries as a tool to enhance competitive potential areas]. *Azimut nauchnykh issledovanij: ekonomika i upravlenie* [Azimuth of scientific research: economics and management], 1, 87-89. (In Russ.).
 18. Nikitina, I. (2019). Chto takoe kreativnye industrii? [What are creative industries?]. *RBK*. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5dd54dbf9a79471180f57ce7> (Accessed on August 25, 2023). (In Russ.).
 19. Novikova, K. (2022). Chto takoe kreativnye industrii i pochemu o nih sejchas tak mnogo govoryat [What are creative industries and why are they being talked about so much now?]. *Synergy Times*. URL: <https://synergytimes.ru/evolve/chto-takoe-kreativnye-industrii-i-pochemu-o-nikh-seychas-tak-mnogo-govoryat?ysclid=lpshb6ciq944197160> (Accessed on August 25, 2023). (In Russ.).
 20. Pogorevich, A. V. (2022). Podhody k opredeleniyu sushchnosti ponyatiya kreativnykh industriy [Approaches to defining the essence of the concept of creative industries]. *Severnye Arhivy i Ekspedicii* [Northern Archives and Expeditions], 6(3), 226-240. (In Russ.).
 21. Bredikhin, S. V., Vlasova, V. V., Gavrilova, N. V. & at. al. (2022). *Razvitie kreativnykh industriy v Rossii: klyuchevye indikatory* [Development of creative industries in Russia: key indicators]: Scientific digest. Moscow: HSE University. (In Russ.).
 22. Evgenieva, A. P. (Ed.). (1999). *Slovar russkogo yazyka* [Russian language dictionary]. Moscow: RAS, In-t lingvistich. issledovanij; Poligrafresursy. (In Russ.).
 23. Zelentsova, E. (2022). *Tvorcheskije (kreativnye) industrii* [Creative industries]: Reference book. Moscow. (In Russ.).
 24. Ustinova, E. (2022). Terminy i opredeleniya v sfere intellektual'noj sobstvennosti [Terms and definitions in the field of intellectual property]. *Garant.ru*. URL: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/ustinova/1538520/?ysclid=lp9utdt0ej852219852> (Accessed on August 25, 2023). (In Russ.).
 25. Chapain, C., Clifton, N., & Comunian, R. (2013). Understanding Creative Regions: Bridging the Gap Between Global Discourses and Regional and National Contexts. *Regional Studies*, 47(2), 1–4. doi: 10.1080/00343404.2013.746441.
 26. Chapain, C., Clifton, N., & Comunian, R. (2014). Creative Industries & Creative Policies: A European Perspective? *City, Culture and Society*, 5(2), 51–53. doi: 10.1016/j.ccs.2014.05.009.
 27. Fadian Nur Aziz, Ali Roziqin, Jafar Loilatu, M., Tri Sulistyaningsih, Hijri, Y. S., & Kismartini. (2023). Research Trends of Creative Industries in Indonesia: A Bibliometric Analysis. *Journal of the Knowledge Economy*. doi: 10.1080/17510694.2022.2077557.
 28. Fahmi, FikriZul, Sierdjan Koster, & Jouke van Dijk. (2016). The Location of Creative Industries in a Developing Country: The Case of Indonesia. *Cities*, 59, 66–79. doi: 10.1016/j.cities.2.
 29. Nugroho, & Prihadi. (2018). A Socio-Spatial Dimension of Local Creative Industry Development in Semarang and Kudus Batik Clusters. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 123:012040.