

Методологические подходы к измерению креативных индустрий Methodological Approaches to Measuring Creative Industries

**И. ТУРГЕЛЬ, И. БАСКАКОВА,
К. ЧУКАВИНА, В. ДЕРБЕНЕВА**

Тургель Ирина Дмитриевна, д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой теории, методологии и правового обеспечения государственного и муниципального управления Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (УрФУ). E-mail: i.d.turgel@urfu.ru

Баскакова Ирина Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой экономической теории и экономической политики УрФУ. E-mail: i.v.baskakova@urfu.ru

Чукавина Кристина Владимировна, директор Центра региональных экономических исследований, старший преподаватель кафедры экономики УрФУ. E-mail: k.v.chukavina@urfu.ru

Дербенева Валентина Валерьевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры теории, методологии и правового обеспечения государственного и муниципального управления УрФУ. E-mail: v.v.derbeneva@urfu.ru

В статье представлен обзор существующих, начиная с 1998 г. (DMCS), классификаций, разработанных для креативных индустрий международными и национальными экспертными и консалтинговыми организациями. Внимание авторов сосредоточивается на методологических подходах к классификации креативных индустрий, их эволюции, а также их связи с национальными классификаторами отраслей и профессий. Обосновано, что креативная экономика является уникальной, постоянно развивающейся, а это препятствует появлению универсальной классификации креативных индустрий в разных странах. Авторами сформирована классификация, которая предлагает согласованный набор творческих отраслей и профессий на основе ОКВЭД.

Ключевые слова: методология, креативные индустрии, классификация креативных индустрий, международные и национальные классификаторы отраслей и профессий, ОКВЭД.

The article presents an overview of the classifications that have existed since 1998 (DMCS), developed for the creative industries by international and national expert and consulting organizations. The attention of the authors is focused on methodological approaches to the classification of creative industries, their evolution, as well as their relationship with national classifiers of industries and professions. It is substantiated that the creative economy is unique in its organization and models, respectively, the definitions of creative industries in different countries will vary. The authors have formed a classification that offers a consistent set of creative industries and professions based on the all-Russian classifier of types of economic activity, in which all types of activity are indicated by numerical codes.

Key words: methodology, creative industries, classification of creative industries, international and national classifiers of industries and professions, OKVED.

Основные положения

1. Креативная экономика – это развивающаяся концепция, поэтому теоретические и методологические подходы к оценке креативного сектора будут по-прежнему находиться в центре внимания, несмотря на значительный прогресс в ее исследовании с начала нынешнего столетия.
2. Основные методологические принципы выделения креативных индустрий, заложенные в базовую классификацию, разработанную в 1998 г. (DCMS), до сих пор остаются неизменными. Модифицированная концепция креативной экономики, созданная благодаря вкладу экспертных и консалтинговых организаций, всего лишь расширяет рамки стандартного подхода.
3. «Модернизация» теоретико-методологических рамок для измерения креативной экономики осуществлялась преимущественно по двум направлениям. Первое из них – формирование многоуровневого

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00679 «Креативная реиндустриализация городов “второго эшелона” в условиях цифровой трансформации».

определения путем включения в креативные индустрии не только широкого спектра творческих, но и взаимозависимых и взаимопроникающих отраслей. Второе направление – выявление критериев творческих профессий, основу которых составило понятие креативной интенсивности.

4. Уникальность креативных индустрий и их быстрое развитие не позволяют сформировать общепринятое определение, что препятствует достижению согласованной позиции относительно того, какие секторы и подсекторы следует считать неотъемлемой частью креативного сектора экономики.

5. Условием дальнейшего прогресса на пути выработки универсальных методов определения креативных индустрий является постоянный диалог, в котором должны принимать участие как бизнесмены, политики, так и академические исследователи. Это позволит встраивать результаты эмпирических исследований в концепцию креативной экономики, закладывая основы для эффективной экономической политики.

Введение

Термин «креативные индустрии» начал использоваться около двадцати лет назад для описания целого ряда видов деятельности, одна часть которых относится к традиционным, а появление других обусловлено использованием цифровых технологий.

Двадцать лет спустя в исследовании креативных индустрий просматриваются два главных результата.

Первый результат заключается в том, на сегодняшний день в академическом и экспертном сообществе трудно найти скептика, который бы усомнился в значимости креативных индустрий для успешного развития национальных экономик, а реализация стратегий, направленных на развитие креативного сектора, присуща в той или иной степени абсолютному большинству стран [21]. Отчет Independent Review of the Creative Industries, подготовленный Организацией Объединенных Наций (ООН), описывает креативную экономику как сектор, генерирующий доходы, способный обеспечивать интенсивный тип роста и новые рабочие места [10]. Один из «гуру» в сфере креативных индустрий, Джон Ньюбигин, назвал творчество «топливом XXI века», а политику стимулирования и защиты творчества – важнейшим фактором геополитики и экономического процветания в XXI веке [19].

Второй результат в изучении креативного сектора свидетельствует о том, что, достигнув своего «совершеннолетия», креативная экономика остается источником новых вызовов как для ученых и политиков, так и для бизнес-сообщества [20]. Концепция креативной экономики, с одной стороны, играет объединяющую роль, а с другой – сохраняет за собой статус «ящика Пандоры» [20], как источника постоянно возникающих проблем, требующих решения.

Главная их них заключается в том, что теория креативных индустрий не имеет системного подхода к их описанию, отсутствует и «консолидированная методология» оценки воздействия креативных индустрий на экономику [11]. Ключевым фактором, который существенно усложняет ее создание, является терминологическая множественность и многообразие подходов к рассмотрению креативных индустрий. В значительной степени обозначенные проблемы обусловлены отсутствием теоретического консенсуса в определениях креативных индустрий [15].

В международной практике к креативным индустриям относят свыше двух тысяч видов деятельности, при этом перечень креативных отраслей существенно различается по странам. Выделяя наиболее востребованные и перспективные отрасли креативной экономики в национальной экономике, с методологической точки зрения, проблема разграничения и отнесения видов деятельности к креативным, творческим и культурным индустриям в до сих пор остается нерешенной. Как первая система классификации, используемая с 1998 года (создана Министерством культуры, СМИ и спорта Великобритании), так и все последующие классификации не могут рассматриваться как универсальные.

Любая базовая классификация имеет ограничения, которые обычно выявляются в процессе их практического применения. Результатом становится появление модифицированной классификации, в основу которой кладутся фактические данные.

Для измерения креативных индустрий принципиальным является понимание роли стандартной отраслевой и профессиональной классификаций, которые используются при определении сектора. Однако они изменяются примерно каждые десять лет, что не позволяет отражать происходящие в реальной экономике изменения, особенно в отношении творческих индустрий, к тому же профессия может быть связана с одной или несколькими креативными индустриями [15].

Перечисленные выше проблемы теоретического и методологического осмысления креативных технологий лишь на первый взгляд выглядят значимыми исключительно для академического дискурса. На самом деле, их решение имеет практическое значение, поскольку от него зависит оценка размера креативной экономики страны и выработка экономической политики, направленной на стимулирование креативного сектора и экономики в целом.

Цель исследования – обзор методологических подходов к выделению креативных индустрий и их классификаций международными и отечественными экспертными и консалтинговыми организациями.

Задачи исследования:

- систематизировать сложившиеся в международном и отечественном академическом и экспертно-политическом сообществе практики выделения креативных индустрий;
- проанализировать методологические подходы к существующим классификациям креативных индустрий;
- сформировать классификацию, включающую согласованный набор творческих отраслей и профессий на основе ОКВЭД, которая может быть полезной директивным органам, ученому и бизнес-сообществу при принятии управленческих решений.

Методы

Обзор направлен на обобщение существующих классификаций креативных индустрий, ключевых характеристик и факторов, обуславливающих их эволюцию, а также выявление особенностей методологии их определения. Процедура проведения обзора строилась на выявлении методологии выделения креативных индустрий на основе следующих групп источников.

Во-первых, это аналитические отчеты международных и отечественных консалтинговых организаций, и институтов развития: Инновационный фонд Великобритании (NESTA), Аудиторско-консалтинговая компания Deloitte, Европейский инвестиционный фонд, Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ), Агентство стратегических инициатив (АСИ).

Во-вторых, использовались отчеты международных правительственных и экспертных организаций: Министерство культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS), UNCTAD, Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO), UNESCO, KEA European Affairs, а также подходы Евросоюза.

В-третьих, публикации иностранных и российских исследователей.

Статья организована следующим образом. В первой части рассмотрены методы выделения креативных индустрий экспертными и консалтинговыми организациями. Затем наше внимание будет сосредоточено на анализе подходов к классификации креативных индустрий, утвердившихся в международных организациях. В завершение мы сконцентрируемся на формировании авторской классификации, включающей согласованный набор творческих отраслей и профессий на основе ОКВЭД.

Результаты

В статье проведен обзор и обобщены методологические подходы к определению креативных индустрий, проанализированы существующие классификации креативных индустрий. Систематизированы подходы к выделению креативных индустрий экспертными, консалтинговыми и международными организациями. На основе обзора методологических подходов сформирована классификация, включающая согласованный набор творческих отраслей и профессий на основе ОКВЭД.

Обзор целесообразно начать с классификации, которая представляет собой самую раннюю попытку определить термин «культурные и креативные индустрии». В 1998 году был опубликован документ под названием «*Креативные индустрии – картографирование*». Он был подготовлен правительственным департаментом культуры, СМИ и спорта Великобритании (DCMS) и включал в себя 13 видов деятельности, которые объединяло их содержание (индивидуальное творчество, определенные навыки, талант), а также источник дохода – интеллектуальная собственность [13]. Концепция интеллектуальной собственности рассматривалась как центральная для понимания креативных индустрий.

Предложенная классификация быстро приобрела положительную репутацию и была воспроизведена во многих странах, однако подверглась критике из-за «несоответствий» в методологии DCMS и ее «бессистемного» характера, часть из которых носила концептуальный характер. Отсутствие «прозрачного» метода выделения творческих отраслей и занятий сдерживало разработку международного стандарта, в результате чего в разных странах использовались другие классификации.

В ответ на эти вызовы в 2016 году DCMS была дополнена понятием креативной интенсивности, которая рассчитывается по следующему алгоритму: составляется список творческих профессий в ходе консультаций со стейкхолдерами; рассчитывается доля креативных рабочих мест для каждой отрасли (креативная интенсивность); отрасли с креативной интенсивностью, превышающей определенный порог, считаются креативными отраслями [12].

Методология выделения креативных индустрий экспертными и консалтинговыми организациями

Основополагающими подходами к определению креативных индустрий (КИ), наиболее часто применяемыми в разных странах для формирования политики в сфере креативной экономики, являются методы аналитических и консалтинговых агентств, а также международных организаций (табл. 1).

Модифицированная концепция креативной экономики NESTA расширяет рамки стандартного подхода, применяемого ранее в подходе DCMS. В основе предложенного подхода, как и в подходе DCMS, применяется оценка «креативной интенсивности, но с расширением отраслей и более строгими критериями выбора креативных профессий» [11].

В данном подходе творческая профессия определяется как роль в творческом процессе, которая задействует когнитивные навыки, чтобы добиться дифференциации для получения либо новых, либо значительно улучшенных продуктов, окончательная форма которых не полностью определена заранее. NESTA предложила пять критериев, отметив, что, если рассматривать каждый из них изолированно, то будет затруднительно определить, является профессия творческой или нет. Кроме того, было отмечено, что существуют также связи между критериями: вполне вероятно, что виды деятельности, которые удовлетворяют одному из этих критериев, будут также удовлетворять другим. Проблемой также является пороговый уровень, позволяющий определить долю людей, занятых в творческих профессиях. Для определения оптимального порогового уровня был введен критерий творческой интенсивности, который обосновал выбор 30-процентного порога.

В отчете *Аудиторско-консалтинговой компании Deloitte* в исследовании “The future of the creative economy” (2021) [12] за основу берется классификация DCMS, учитывающая дифференциацию работников креативных профессий: 1) занятых в креативных индустриях; 2) занятых не в креативных индустриях, но имеющих творческую специализацию. Креативные профессии были определены, как и в подходе DCMS, через креативную интенсивность.

В маркетинговом исследовании *Европейского инвестиционного фонда* совместно с Invest EU, Deloitte, KEA European Affairs деятельность креативных индустрий включает в себя все этапы создания и распространения товаров и услуг, а кроме того, учитывает связанные с ними управленческие и образовательные функции, включая развитие, создание, производство,

**Подход экспертных и консалтинговых организаций
к определению креативной экономики**

Организация	Определение	Особенности подхода
Инновационный фонд Великобритании (NESTA) [9]	Аналогично DCMS	Выделено 5 критериев творческой профессии.
Аудиторско-консалтинговая компания Deloitte [25]	Креативная экономика – экосистема, включающая широкий спектр профессий, отличающихся созданием материальных благ и рабочих мест посредством индивидуального творчества, стимулирующего создание и использование интеллектуальной собственности.	На базе классификации DCMS выделяет: • Занятых в креативных индустриях; • Занятых не в креативных индустриях, но имеющих творческую специализацию.
Европейский инвестиционный фонд совместно с Invest EU, Deloitte [17]	Креативные и творческие индустрии (КТИ) – все отрасли, чья деятельность основана на культурных и/или художественных ценностях и других видах творческого самовыражения, независимо от того, является ли эта деятельность ориентированной на рынок.	Художественный контент выделен как основной критерий для отнесения отрасли к креативной индустрии.
Аудиторско-консалтинговая компания EY [19]	Определение ЮНЕСКО. Культурные и творческие индустрии – деятельность, основной целью которой является производство или воспроизведение, продвижение, распространение или коммерциализация товаров, услуг и деятельности культурного, художественного или связанного с культурным наследием характера.	Включение деятельности, связанной только с художественным или культурным наследием.
Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ) [8]	КИ – секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости в которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность.	Разработка теоретико-методологической рамки для измерения креативной экономики и КИ, определяющая показатели по 4 направлениям: отраслевой анализ (КИ), занятость (креативные профессии), внешняя торговля (креативные товары и услуги), пространственный анализ (креативные кластеры).
Агентство стратегических инициатив (АСИ) [2]	КИ – это 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 счет создания и использования интеллектуальной собственности.	Предложена методика выделения 4-х групп видов деятельности для отнесения к креативным индустриям

распространение и сохранение товаров и услуг, которые находят культурное, художественное или иное творческое самовыражение, а также связанные с ними функции, такие как образование или управление. К культурным и творческим секторам в отчете относятся 8 отраслей с разделением на виды деятельности. В соответствии с данным подходом художественный контент служит исходным материалом как для культурного, так и для творческого подсекторов рассматриваемого рынка. Помимо классических подсекторов КИ, создаваемый творческий контент оказывает влияние на широкий спектр отраслей, которые зависят от продукции, получаемой в результате КТИ:

- Разработка программного обеспечения (ПО) и цифровых услуг;
- Телекоммуникационные услуги и аппаратное обеспечение, например, смартфоны, компьютеры, где доступ к контенту является ключевым моментом продаж;
- Туризм, где кластеры творческих индустрий (культурное наследие, исторические туризм) составляют важную долю туризма;
- Другие сектора, тесно связанные с кластером творческих индустрий (бытовая электроника: телевизоры, тюнеры, планшеты; промышленный дизайн; образование).

Исследование аудиторско-консалтинговой компании EY (Rebuilding Europe – The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis, 2021), охватывает 10 культурных и творческих секторов, которые уже были основой предыдущего исследования КТИ, опубликованного в 2014 году компаниями EY и GESAC: реклама, архитектура, аудиовизуальное искусство, книги, музыка, газеты и журналы, исполнительское искусство, радио, видеоигры, изобразительное искусство. В своем исследовании EY придерживаются определения ЮНЕСКО, поэтому данные, приведенные в отчете, не включают некоторые другие часто используемые творческие виды деятельности, такие как мода, ювелирное дело или промышленный дизайн, а также секторы, где творчество играет центральную роль, такие как производство предметов роскоши или гастрономия, которые иногда включаются в статистику кластера творческих индустрий (последнее характерно, например, для подхода Евростата).

Наибольший вклад в развитие методик количественного измерения креативных индустрий среди российских организаций внесли Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ) и Агентство стратегических инициатив (АСИ). Сотрудниками ИСИЭЗ НИУ ВШЭ было дано определение креативным индустриям и разработана теоретико-методологическая рамка для измерения креативной экономики и КИ, определяющая показатели, источники и предпосылки по 4 направлениям: отраслевой анализ (КИ), занятость (оценка креативных профессий), внешняя торговля (в разрезе креативных товаров и услуг), а также пространственный анализ (в разрезе креативных кластеров профессии). В 2021 году АСИ был подготовлен Атлас КИ РФ, где при определении КИ авторы руководствуются подходами DCMS и UNESCO и выделяют 4 группы видов деятельности:

Подходы международных организаций к выделению креативных индустрий

Международные организации также дают свои определения креативным индустриям и включают различные виды деятельности, единых критериев отбора которых пока не существует. Различия в определениях, принятых на национальном уровне, зависят в значительной степени от потребностей и масштабов, определенных в рамках мер государственной политики, локальных инициатив и планов развития. Основополагающими подходами, наиболее часто используемыми в разных странах, являются подходы к определению и классификации по видам деятельности UNCTAD, UNESCO, Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO) (табл. 2).

Основополагающим моментом в принятии концепции КИ стала XI министерская Конференция UNCTAD в 2004 году, где тема креативных индустрий была включена в международную повестку экономического развития, исходя из рекомендаций Группы экспертов высокого уровня по креативным индустриям и развитию [1].

Классификация UNCTAD предлагает 4 укрупненные группы креативных видов деятельности:

- Наследие (включая культурные объекты и традиционные формы культурного самовыражения);
- Искусство (включая исполнительское и визуальное искусство);
- Средства массовой информации (включая издательскую деятельность и аудиовизуальные материалы);

• Прикладное (функциональное) творчество (включая новые медиа, дизайн и творческие услуги) [12].

Таблица 2

Подходы международных организаций к выделению КИ

Организация	Определение	Особенности подхода
UNCTAD	Креативная экономика – развивающаяся концепция, основанная на творческих активах, потенциально способных генерировать экономический рост и развитие.	Расширено понятие «творчество». Предложена классификация КИ из 4 укрупненных групп креативных видов деятельности
Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO)	Отрасли, основанные на авторском праве (copyright industries) – отрасли, прямо или косвенно вовлеченные в создание, производство, выпуск, передачу и распространение товаров и услуг, защищенных авторским правом.	Представлена модель отраслей авторского права, где интеллектуальная собственность выступает ядром.
UNESCO	Креативная экономика – деятельность, основной целью которой является производство или воспроизведение, продвижение, распространение или коммерциализация товаров, услуг и деятельности культурного, художественного или связанного с культурным наследием характера.	Подход предполагает отнесение к креативным индустриям всех видов деятельности, способствующих созданию и распространению продукции в сфере культуры и творчества.
Международный исследовательский центр КЕА European Affairs		Разделение КИ на «культурный» и «креативный» сектора с четырьмя группами в соответствии с уровнем развития КИ.
Подходы Евросоюза. Проект постановления Европейского парламента и Совета о создании программы «Креативная Европа» (2021–2027)	Культурные и креативные сектора – это те сектора, деятельность которых основана на культурных ценностях или художественном и другом индивидуальном или коллективном творческом самовыражении. Эта деятельность может включать разработку, создание, производство, распространение и сохранение товаров и услуг, воплощающих культурные, художественные или другие творческие формы самовыражения, а также связанные с ними функции, такие как образование или управление.	В основе подхода – картирование КИ.

Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO) проводит исследования в области КИ с 2002 года. Основная деятельность организации в этой сфере включает анализ данных и разработку принципов, применимых на уровне фирм. Деятельность WIPO акцентируется на интеллектуальной собственности, что также отразилось и на подходе к определению КИ. Креативные индустрии с позиции WIPO – это «отрасли, основанные на авторском праве» [18]. Модель WIPO включает четыре типа отраслей, основанных на авторском праве:

- *Основные отрасли авторского права*, полностью посвященные созданию, производству и изготовлению, исполнению, вещанию, коммуникации и представлению, или распространению и продаже произведений и других охраняемых объектов;

- *Взаимозависимые отрасли авторского права*, занимающиеся производством, изготовлением и продажей оборудования, функция которого полностью или в основном заключается в содействии созданию, производству или использованию произведений и других охраняемых объектов;

- *Частичные отрасли авторского права*, в которых часть деятельности связана с произведениями и другими охраняемыми объектами и может включать создание, производство, исполнение, передачу в эфир, сообщение и показ или распространение и продажи;

- *Вспомогательные отрасли*, не являющиеся целевыми, в которых часть деятельности связана с содействием вещанию, коммуникации, распространению или продаже произведений и

других охраняемых объектов, и деятельность которых не была включена в основные отрасли авторского права.

Согласно рамочной программе UNESCO по вопросам статистики в сфере культуры, разработанной Институтом статистики, акцент делается на товарах, услугах и деятельности культурного/художественного характера или наследия, источником которых является творчество человека. Признание подхода креативной экономики UNESCO было впоследствии взято за основу в регулирующих документах Германии, Франции, Сингапура, Китая [25].

Также интерес представляют исследования *KEA European Affairs* (международный исследовательский центр по разработке политики, специализирующийся на культуре, креативных индустриях и спорте). В одной из публикаций КЕА КИ разделены на «культурный» и «креативный» сектора с четырьмя группами – основная сфера искусств, культурные индустрии, КИ, а также смежные виды деятельности. В подходе КЕА выделено, что культурный и креативный сектор оказывает сильное влияние на другие виды деятельности, особенно в секторе информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) [16].

Согласно проекту постановления Европейского парламента и Совета о создании программы «Креативная Европа» (2021-2027) и отмене Регламента (ЕС) № 1295/2013, *культурные и креативные сектора*, учитывая фактор создания интеллектуальной собственности, генерируют инновации и потенциал создания рабочих мест. Данные сектора выделены по методике Евростата (Европейской статистической системы (ESS)-net Culture). В ее рамках также разработана система ведения статистического учета культурных и креативных секторов экономики.

Важной частью стратегии конкурентоспособности Европейской комиссии с 2008 года является кластерный анализ. Подход Европейской кластерной обсерватории строится на картировании развивающихся индустрий, в том числе креативных индустрий, к которым относят 39 видов деятельности.

На основе рассмотренных выше классификаций, а также Отчета о методологии и выводах для кластерного картирования смежных секторов (авторы: Центр стратегии и конкурентоспособности, Стокгольмская школа экономики) и научных статей российских авторов (Кузнецова [7], Молчанов [6], Гамбеева [3], Гущина [4], Заикин [5]) нами была сформирована классификация видов деятельности, относящихся к креативным индустриям в соответствии с ОКВЭД. В классификацию вошли 11 индустрий: 1) Дизайн, включая дизайн одежды (в т.ч. производство текстильных изделий, одежды); 2) Кино, анимация, музыка, фотография; 3) Учреждения искусства и культуры, организация развлечений, конференций, выставок; 4) Издательская и полиграфическая деятельность; 5) Информационные технологии, телекоммуникации; 6) Реклама; 7) Образование; 8) Архитектура; 9) Телерадиовещание; 10) Научная деятельность; 11) Ремесла, производство и продажа креативных товаров. Каждая из них включает в себя несколько видов деятельности в соответствии с ОКВЭД.

Предложенная классификация позволяет синтезировать методологические принципы выделения креативных индустрий международными организациями и отечественный опыт изучения исследуемого объекта. Разработанная в соответствии с ОКВЭД, она может быть использована для оценки размеров креативного сектора, в том числе на региональном и местном уровне, а также для разработки политики, направленной на развитие креативных индустрий.

Заключение

Основные методологические принципы выделения креативных индустрий, которые были заложены в базовую классификацию, разработанную в 1998 г. (DCMS), до сих пор остаются неизменными. Методологическая «корректировка» в последующие два десятилетия была направлена преимущественно на устранение неточностей и противоречий, содержащихся в ней, эволюционным путем под влиянием новых процессов, происходящих в экономике.

Модифицированная концепция креативной экономики, созданная благодаря усилиям экспертных и консалтинговых организаций, всего лишь расширяет рамки стандартного подхода. «Модернизация» теоретико-методологических рамок для измерения креативной экономики шла

преимущественно по двум направлениям. Первое из них – формирование не узкого, а многоуровневого определения путем включения в креативные индустрии не только широкого спектра творческих, но и взаимозависимых и взаимопроникающих отраслей. Второе направление – выявление критериев творческих профессий, основу которых составило понятие креативной интенсивности.

Преимуществом в определении креативных индустрий международными организациями заключается, во-первых, в отнесении к ним отраслей экономики, способствующих их развитию. Во-вторых, критериями выделения креативных индустрий, согласующимися с научными подходами, являются творческая составляющая в них, а также решающая роль интеллектуального труда.

Несмотря на значительный прогресс, достигнутый в изучении креативных индустрий, междисциплинарный характер изучаемого феномена создает различные предпосылки для классификаций креативных индустрий, что приводит к существенным расхождениям в документах стратегического планирования и нормативно-правовых актах.

Креативная экономика уникальна по своей организации и моделям работы [11], а значит, определения креативных индустрий и их классификации в разных странах будут различаться. Основное внимание поэтому должно быть сосредоточено на понимании внутренних процессов, которые формируют и трансформируют творческий процесс в каждой национальной экономике, чтобы затем разработать эффективную государственную политику. Вполне вероятно, что разработка строгой системы картирования станет одним из основных способов, с помощью которых правительства смогут поддерживать новые отрасли.

Преградой на пути создания согласованного универсального подхода к выделению креативных индустрий является скорость развития технологий. Невозможно разработать универсальную политику, которая устраивала бы все местные органы власти, желающие инвестировать в креативный сектор, поэтому местным политикам придется изучать состав креативных индустрий своего региона для принятия эффективных управленческих решений.

Дальнейший прогресс на пути определения креативных индустрий может быть достигнут только посредством диалога, в котором будут принимать участие бизнесмены, политики, профсоюзы, НПО и академические исследователи. Такой диалог позволит встраивать результаты эмпирических исследований в концепцию креативной экономики и обеспечивать ее продвижение в оценке масштабов творческого сектора, а также станет основой экономической политики, направленной на поддержку отраслей и профессий, его представляющих.

Литература

1. XI Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) / 13–18 июня 2004 г. [Электронный ресурс]. URL: https://www.un.org/ru/ga/unctad/unctad11_docs.shtml
2. Атлас креативных индустрий Российской Федерации / Т. Журавлева, И. Токарев, О. Гай. М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2021. 558 с.
3. Гамбеева Ю.Н., Смей В.М. Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии территории // Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 6. С. 89–96.
4. Гущина Е.Г., Тарабанова Е.В. Креативные индустрии: новые возможности для развития российских городов и регионов // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2022. Т. 24. № 1. С. 91–104. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9
5. Зайкин Н.Н. Анализ экспорта продукции креативных и культурных индустрий России // Творчество и современность. 2022. № 2. С. 75–82.
6. Молчанов И.Н. Творческие индустрии: механизмы развития человеческого потенциала // Экономика. Налоги. Право. 2022. Т. 15. № 2. С. 52–62. DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-52-62

7. Кузнецова Н.В. Новая парадигма современности - креативная экономика. // Азиатско-тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2022. Т. 24. № 1. С. 15–37. DOI: 10.24866/1813-3274/2022-1/15-37
8. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы / Научный дайджест № 1 [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf
9. A Dynamic Mapping of the UK'S Creative Industries (2013) [Electronic resource]. URL: https://media.nesta.org.uk/documents/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf
10. Bazalgette P. Independent Review of the Creative Industries (2017) / Department for Digital, Culture, Media & Sport [Electronic resource]. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/independent-review-of-the-creative-industries>
11. Bilan Y., Vasilyeva T., Kryklii O., Shilimbetova G. The creative industry as a factor in the development of the economy: dissemination of European experience in the countries with economies in transition // Creativity Studies. May 2019. Vol. 12. Issue 1. Pp. 75–101. DOI: 10.3846/cs.2019.7453
12. Creative Industries Economic Estimates. January 2016 / Department for Culture, Media and Sport [Electronic resource]. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf
13. Creative Industries Mapping Documents 1998 / Department for Culture, Media and Sport [Electronic resource]. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
14. Creative Economy Report 2010 / UNCTAD [Electronic resource]. URL: <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-report-2010>
15. Galloway S., Dunlop S. A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy // International Journal of Cultural Policy. 2007. Vol. 13. № 1. Pp. 17–31.
16. KEA European Affairs (2006). The Economy of Culture in Europe. Brussels: European Commission [Electronic resource]. URL: <https://keanet.eu/publications/the-economy-of-culture-in-europe/>
17. Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe / European Investment Fund [Electronic resource]. URL: <https://keanet.eu/new-market-analysis-of-the-cultural-and-creative-sectors-in-europe>
18. National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries [Electronic resource]. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/1024/wipo_pub_1024.pdf
19. Newbiggin J. What is the creative economy? [Electronic resource]. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
20. Pratt A.C. Three stages in the life of the creative economy [Electronic resource]. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/three-stages-life-creative-economy>
21. Protogerou A., Caloghirou Y., Caloghirou N., Vonortas S. Determinants of young firms' innovative performance: Empirical evidence from Europe // Research Policy. 2017. Vol. 46. Issue 7. Pp. 1312–1326. DOI: 10.1016/j.respol.2017.05.011
22. Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis [Electronic resource]. URL: <https://www.rebuilding-europe.eu>
23. Taha V. Ali, Sirkova M., Tej J. Creative Industries and Their Contribution to Regional Development // 6th International Scientific Conference on International Business and Management, Domestic Particularities and Emerging Markets in the Light of the Light of Research. Slovakia. September 2016. Pp. 1–6.
24. The 2009 UNESCO framework for Cultural statistics (FCS) [Electronic resource]. URL: <https://ifap.ru/library/book459.pdf>
25. The Future of the Creative Economy / A report by Deloitte. June 2021 [Electronic resource]. URL: <https://futurearmenian.com/wp-content/uploads/2022/01/The-Future-of-the-Creative-Economy-A-report-by-Deloitte.pdf>