

УДК 338.47:004(008)

ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Горда О. С.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: alx2777@mail.ru

В статье исследованы тренды развития креативных индустрий в условиях цифровизации с применением экосистемного подхода, который рассматривается как более эффективный, чем традиционные, за счет учёта специфики сектора, основанного на инновациях, творчестве и межотраслевой интеграции. Предложено авторское определение экосистемы креативных индустрий, учитывающее локальные и глобальные процессы, экономические, социальные и культурные аспекты, а также взаимодействие различных участников. Анализ локального (государственное регулирование, образование, инфраструктура) и глобального (международные организации, корпорации, платформы) уровней показал, что эффективное развитие требует сочетания государственных инициатив, образовательных реформ, международного сотрудничества и технологических инноваций, позволяя адаптировать креативные индустрии к современным экономическим вызовам, повышая их устойчивость и конкурентоспособность в эпоху цифровизации.

Ключевые слова: креативные индустрии, экосистемный подход, инновации, экосистема креативных индустрий, занятость, цифровая трансформация, стейкхолдеры.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире креативность является одним из ключевых факторов развития международных экономических отношений. Традиционно экономический прогресс определялся, прежде всего, такими факторами, как природные ресурсы, рабочая сила и капитал. В современную цифровую эпоху, когда технологический прогресс создал равные условия для всех, творчество стало жизненно важным компонентом для развития инноваций, повышения конкурентоспособности и стимулирования экономического роста. Экспоненциальный рост технологий в сочетании с глобализацией открыл эру, когда адаптивность, оригинальность и воображение стали важными факторами развития и процветания бизнеса. В этом контексте креативность является катализатором, который открывает новые перспективы для международного бизнеса, генерирует прорывные идеи и ориентирует бизнес к реализации новых возможностей.

Поэтому современная глобальная экономика характеризуется ростом роли креативных отраслей, которые становятся ключевыми драйверами экономического развития, конкурентоспособности и инноваций. Согласно отчету UNCTAD «Creative Economy Outlook 2024», ежегодный доход креативных отраслей экономики достигает около 2,3 трлн долл. США, что составляет 3,1 % мирового ВВП [1]. Однако в условиях глобализации и цифровой трансформации креативные индустрии все больше зависят от эффективности взаимодействия между государством, бизнесом, гражданским обществом и образовательными учреждениями, что формирует целостные экосистемы развития. Традиционные экономические подходы не учитывают специфику развития креативного сектора экономики, в частности,

зависимость от инноваций, цифровых технологий и межсекторальной интеграции. Существует потребность в разработке эффективных моделей развития, обеспечивающих устойчивый рост и конкурентоспособность этого сектора.

Экосистемный подход позволяет рассмотреть креативные индустрии как систему взаимодействия государства, бизнеса, образовательных учреждений, международных организаций, инвесторов и потребителей, что способствует созданию устойчивой среды для инноваций, развитию креативного потенциала и эффективной интеграции в глобальную экономику. Он обеспечивает согласованность стратегий развития, способствует привлечению инвестиций, расширению международных партнерств и адаптации к современным технологическим и рыночным изменениям. Благодаря этому подходу креативные индустрии могут не только расширять собственные экономические возможности, но и формировать благоприятный инновационный климат, что повышает их конкурентоспособность и долгосрочную устойчивость.

Анализ современных исследований свидетельствует о растущем интересе к креативным индустриям как движущей силе экономического развития. В то же время исследования UNCTAD и UNESCO акцентируют внимание на возрастании роли креативных индустрий и необходимости адаптации политик для развития креативных индустрий как глобального общественного блага. Отмечается, что рост этого сектора в значительной степени зависит от взаимодействия государства, бизнеса, образовательных учреждений и гражданского общества, что является основой экосистемного подхода [1, 2].

Исследование разнообразных аспектов, связанных со становлением креативных индустрий, в том числе их теоретических и методологических принципов, остается предметом научного поиска среди широкого круга экспертов, таких как В. Г. Антонова, Ю. А. Елисеева [3], М. Н. Беда [4], М. Г. Никитина [5, 8], В. В. Побирченко [5, 8], Е. А. Шутаева [5, 8], Н. В. Грицких, О. Н. Кононова, Н. С. Рыбак [6], М. М. Кузнецов [7], В. В. Соколов [9], А. Д. Евменов, Л. А. Еникеева, Т. А. Сорвина, П. А. Булочников [10], Э. Ш. Шаймиева, Г. И. Гумерова, Р. Н. Хакимова [11], А. А. Шурус, М. В. Дорошенко [12]. Проведенный анализ исследований подтверждает важность экосистемного подхода как инструмента для исследования развития креативных отраслей экономики. Он позволяет лучше понять факторы, влияющие на конкурентоспособность и устойчивость творческих индустрий, а также определить пути их дальнейшего развития в условиях цифровизации.

Цель статьи состоит в исследовании концептуальных основ применения экосистемного подхода к обеспечению эффективного развития креативных индустрий в условиях цифровой трансформации глобальной экономики.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Креативные индустрии, как правило, рассматриваются как социокультурное явление, присущее обществам поздней индустриальной и ранней постиндустриальной эпохи. Появление технологического прогресса в методах

производства и последующий переход к постиндустриальной экономике привели к заметным изменениям в характере занятости. Высвобождение времени работников способствовало модернизации социально-трудовых отношений, а следовательно, дало толчок развитию новых моделей занятости.

В условиях постиндустриального общества сочетание творчества и бизнеса, экономики и культуры, культурных достижений и коммерческого успеха воспринимается органично и целесообразно, поскольку главную роль играет интеллект, креативность, и появляется спрос на новый продукт на основе инновационных и цифровых технологий. Это, в свою очередь, приводит к появлению инновационного сектора, известного как креативная экономика. В 2004 году Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) было определено, что креативная экономика – это экономическая деятельность, основанная на знаниях и базирующаяся на креативных индустриях. Основными базовыми ценностями креативной экономики являются:

- экономическая ценность – по различным оценкам, вклад креативной экономики в глобальный ВВП составляет от 2 % до 7 %, или от 2 до 7 трлн долл. США (глобальный ВВП в 2023 г. составил 105 трлн долл.) [1, 2];

- инновационная ценность – учитывая, что инновации связаны с творчеством, те государства и компании, которым удастся не только накопить и продемонстрировать свой творческий потенциал, но также и монетизировать его, получают эффективный источник развития, роста и повышения конкурентоспособности как в традиционной деятельности, так и в новых цифровых технологиях;

- социальная ценность – креативная экономика основана на знаниях и таланте, поэтому её внедрение возглавляет так называемый «креативный класс» – ученые, художники, актеры, писатели, деятели культуры, дизайнеры, архитекторы и интеллектуальные лидеры;

- ценность устойчивого развития – креативные индустрии условно имеют неограниченное количество ресурсов, поскольку используют креативность и интеллектуальный капитал как «основные ресурсы» и производят товары и услуги с эстетической и функциональной ценностью. Именно поэтому в отраслях креативной экономики гораздо проще применять экологические и устойчивые бизнес-модели.

Креативные индустрии можно определить как экономическую деятельность, опирающуюся на знания, таланты и идеи, которые воплощаются в бизнес-моделях и технологиях с целью получения дохода и содействия реализации творческого потенциала. Они функционируют во всех сферах человеческой деятельности – индустрия развлечений, кино, мода, музыка, дизайн, архитектура, реклама, издательская и полиграфическая деятельность, зеленый туризм, ландшафтный дизайн, программное обеспечение, цифровые интерактивные товары и услуги и многое другое. Одной из ключевых причин растущего значения креативности является ее способность способствовать инновациям. С одной стороны, креативные индустрии могут разрабатывать и внедрять инновации как часть своей хозяйственной деятельности. Такие инновации включают в себя новые продукты и услуги, предлагаемые клиентам, а также новые технологии, повышающие эффективность процесса создания и качество продукции. С другой стороны, креативные индустрии

поддерживают инновации в других отраслях, то есть креативность, произведенная в творческих отраслях, используется потребителями других отраслей. Как создатели интеллектуальной собственности, творческие индустрии предлагают разнообразный набор творческих продуктов и услуг, которые можно интегрировать в инновационные процессы других компаний. Эти продукты, поддерживающие или сопровождающие инновации, могут варьироваться от идей для инноваций до поддержки научно-исследовательских разработок и дизайна.

В условиях глобализации и стремительных технологических изменений креативные отрасли экономики приобретают все большее значение как драйверы социально-экономического развития. В странах G20 вклад креативного сектора в добавленную стоимость колеблется от 0,7 % (в Мексике) до 3 % (в США) [1, 2]. Креативные индустрии обеспечивают 6,2 % глобальной занятости, хотя этот показатель существенно отличается в зависимости от страны. Например, в Турции доля креативных профессий составляет 1 %, в Австралии – 2,1 %. В странах, по которым доступны данные за последние десять лет, вклад креативной экономики в ВВП колеблется от 0,5 % до 7,3 %, а занятость – от 0,5 % до 12,5 % [2].

Традиционные подходы к развитию экономики, в частности кейнсианский, классический, неоклассический, не всегда способны адекватно учитывать специфику и потенциал креативных индустрий, основанных на инновациях, культурной ценности, творчестве и интеграции различных секторов. Поэтому, по нашему мнению, в данном контексте именно экосистемный подход становится ключевым инструментом для эффективного развития креативных индустрий, поскольку он позволяет объединить усилия различных стейкхолдеров и способствовать инновациям и предпринимательской деятельности в рамках более широкой сети взаимодействий.

Традиционный системный подход к инновационным системам воспринимает компоненты и связи как стабильную, статическую модель, сосредотачивая внимание на детальном анализе динамики потоков знаний только внутри системы. Экосистемный подход, напротив, фокусируется не столько на отдельных компонентах и функционировании системы, сколько на ее эволюции со временем и взаимодействии с внешней средой. Этот подход акцентирует внимание на динамике изменений, адаптации и взаимосвязях, что позволяет лучше понять, как система развивается и адаптируется в условиях изменяющейся внешней среды.

По нашему мнению, глобальная экосистема развития креативных отраслей экономики включает локальный и глобальный уровень. Экосистема креативных индустрий на локальном уровне представляет собой сложную взаимосвязанную систему, в центре которой находятся креативные предприятия (рис. 1).

Основными составляющими экосистемы креативных индустрий на локальном уровне являются:

1. Государство, которое играет центральную роль в развитии креативной экосистемы, выполняя функции регулирования, финансирования и инфраструктурной поддержки. Оно обеспечивает правовое регулирование, в частности, разработку законов и нормативных актов, способствующих развитию креативных индустрий, включая защиту интеллектуальной собственности,

налоговые льготы и стандартизацию отрасли. Финансовая поддержка государства проявляется через предоставление грантов, субсидий, льготных кредитов и других стимулов для развития креативного бизнеса. Кроме того, государство принимает участие в развитии инфраструктуры, создавая технопарки, культурные кластеры, креативные хабы, акселераторы и бизнес-инкубаторы.



Рисунок 1. Экосистема креативных индустрий (локальный уровень).
Составлено автором

2. Образовательные учреждения, среди которых высшие учебные заведения, колледжи, художественные школы и исследовательские центры. Они обеспечивают подготовку кадров, разрабатывая образовательные программы в области дизайна, аудиовизуального искусства, медиатехнологий, культурного менеджмента и т. п. Важным направлением деятельности таких учреждений является проведение научных исследований, направленных на анализ тенденций в креативных индустриях, исследование влияния технологий, культурных и экономических факторов на отрасль.

3. Развитие креативных индустрий зависит от доступа к финансированию, которое обеспечивают инвесторы и финансовые учреждения. К ним относятся банки и кредитные учреждения, предоставляющие финансовые продукты малому и среднему бизнесу в креативных секторах. Венчурные фонды поддерживают стартапы в области цифровых технологий, геймдева, киноиндустрии и других инновационных направлений.

4. Культурные организации, в том числе музеи, галереи, театры и концертные залы, выполняют функцию сохранения и популяризации культурного продукта. Они предоставляют платформы для демонстрации произведений искусства, выставок, театральных постановок, концертов. Организуют культурные события, фестивали, премии и другие мероприятия, способствующие развитию креативного сектора.

5. Медиа – ключевой канал продвижения и популяризации креативных индустрий. К медиасектору относятся печатные и онлайн–СМИ, телевидение, радио, освещающие культурные и креативные инициативы. Социальные сети становятся основным средством коммуникации между авторами и аудиторией, что способствует распространению творческих продуктов.

6. Потребители являются конечными пользователями креативного контента, продуктов и услуг. Они влияют на экосистему из-за спроса на креативные товары, такие как мода, дизайн, музыка, книги, кинематограф и т. д. Кроме того, они обеспечивают финансовую поддержку креативного сектора через участие в мероприятиях, подписки на платформы, приобретение цифрового контента.

7. Посредники и дистрибьюторы выполняют важную функцию продвижения и коммерциализации креативных продуктов. К ним относятся агенты и продюсерские компании, представляющие интересы художников, музыкантов, дизайнеров, а также дистрибьюторские компании, обеспечивающие распространение такого контента, как музыка, фильмы, книги, игры через различные каналы.

Глобальная экосистема креативных индустрий включает широкий спектр участников, взаимодействующих между собой на международном уровне, обеспечивая развитие, финансирование, распространение и популяризацию креативных продуктов и услуг (рис. 2). Она формируется за счет синергии государственных и частных инициатив, технологических возможностей и культурных обменов, способствующих экономическому росту и инновациям в сфере креативной экономики.



Рисунок 2. Экосистема креативных индустрий (глобальный уровень)

Составлено автором

Основными элементами экосистемы креативных индустрий на глобальном уровне выступают:

ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ...

1. Международные организации, которые играют ключевую роль в поддержке глобальных инициатив, направленных на стимулирование творческих индустрий. Например, Всемирный банк в сотрудничестве с ЮНЕСКО активно поддерживает развитие креативных индустрий как ключевого элемента устойчивого городского развития и инклюзивного роста.

2. Транснациональные корпорации (ТНК), такие как Google, Apple, Microsoft и др., играют ключевую роль в развитии цифровых инструментов для креативной экономики. Они предоставляют программное обеспечение, платформы создания контента и маркетинговые возможности, позволяющие художникам, дизайнерам и предпринимателям масштабировать свои проекты и выходить на глобальные рынки. Например, Microsoft предоставляет такие платформы, как Azure для облачных вычислений, и такие инструменты, как Visual Studio, которые поддерживают разработчиков в создании инновационных решений.

3. Цифровые платформы Netflix, Spotify, YouTube, Rutube, VK–video стали основными каналами распространения креативного контента, позволяющими креативным компаниям и независимым создателям добиваться признания международной аудитории. Эти платформы играют немаловажную роль в коммерциализации творческого контента, упрощая процесс его дистрибуции и монетизации.

4. Международные фонды также играют важную роль в поддержке креативных индустрий, предоставляя финансирование для развития креативных стартапов, способствуя инновациям в сфере культуры и искусства.

Таким образом, понятие «экосистема креативных индустрий» акцентирует внимание на интеграции различных секторов и участников, способствующих развитию креативных и культурных инициатив, и подчеркивает важность сотрудничества и взаимодействия в рамках этой специфической бизнес–среды. Экосистема креативных индустрий выступает сложной и динамичной структурой, включающей разнообразных участников и стейкхолдеров, которые вместе создают благоприятную среду для развития индустрии.

Учитывая вышеизложенное, с нашей точки зрения, категорию «экосистема креативных индустрий» можно охарактеризовать как специфический тип бизнес–экосистемы, формируемый на основе интеграции локальных и глобальных процессов, сочетающий экономические, социальные и культурные аспекты и функционирующий благодаря взаимодействию широкого круга участников для обеспечения устойчивого экономического роста, содействия раскрытию творческого потенциала общества и поддержанию конкурентоспособности креативного сектора в условиях цифровизации глобальной экономики.

Креативные индустрии находятся в авангарде применения новых цифровых технологий, позволяющих создавать, масштабировать и воспроизводить креативные продукты, адаптированные к массовому потреблению, но с персонифицированными предпочтениями. В эпоху цифровизации, когда новые цифровые инструменты являются источником экономического роста, бизнес должен постоянно искать новые инновационные решения для увеличения конкурентоспособности и повышения доходности. Кроме стимулирования инноваций и повышения

конкурентоспособности креативность способствует экономическому развитию, создает рабочие места и диверсифицирует структуру экономики. Пандемия изменила потребление креативных услуг – благодаря новым технологиям стали возможны трансляции событий в театрах, онлайн-экскурсии по музеям и художественным галереям. Появляется новый вид виртуального туризма, обладающий огромным потенциалом для продвижения «гибридного» туризма.

Креативные индустрии считаются одной из наиболее перспективных сфер экономической деятельности как в развитых, так и в развивающихся странах. Учитывая, что от пандемии сильно пострадали именно малые и средние предприятия, которые в большинстве своем являются движущей силой креативной экономики, тренды развития несколько замедлились. После падения в результате пандемии коронавируса на 2,3 % в 2020 г. общий глобальный доход от развлечений и медиа вырос на 10,4 % в 2021 г., а в 2024 г. достиг 2,75 трлн долл. США (рис. 3). Согласно отчету MarketWatch, к 2030 году сектор развлечений и медиа достигнет уровня доходов примерно в 6,4 трлн долл. США со среднегодовым темпом роста около 10 %. По данным Deloitte, доходы креативных секторов к 2030 г. вырастут на 40 % [13].

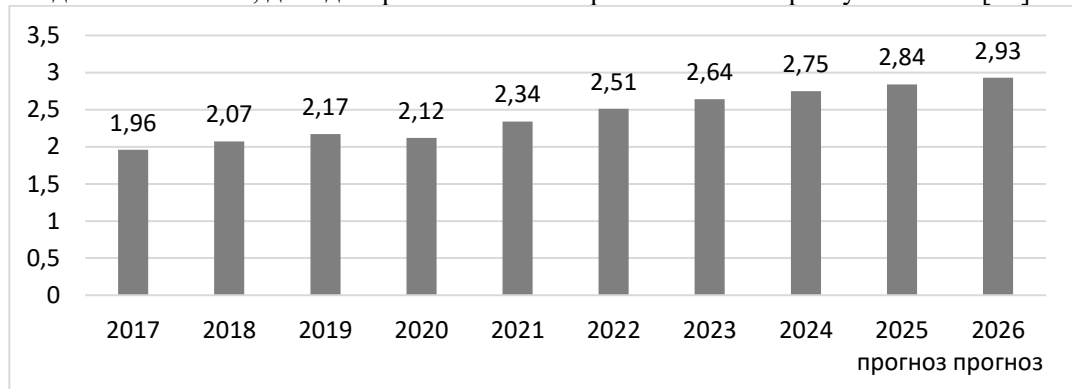


Рисунок 3. Динамика роста доходов мирового рынка развлечений и медиа, трлн долл. США

Составлено автором на основе [13]

В отраслях креативных индустрий распространены различные бизнес-модели. На самом базовом уровне можно считать, что компании креативного сектора отличаются своим производством товаров и услуг, а также своей ориентацией на модель бизнес для бизнеса (B2B) или бизнес для потребителя (B2C). Кроме того, существуют бизнес-модели, связанные с предложением продукта или услуги:

- модели продуктов, предусматривающие продажу или лицензирование стандартизированных товаров и услуг (например, продажа книг или записанной музыки);
- модели решений, включающие предложение индивидуальных решений для нужд клиентов (дизайнерские компании или рекламные агентства);
- модели поиска партнеров, подразумевающие связь производителей и потребителей и содействие продажам (художественные аукционные дома или онлайн-рынки) [14].

Цифровизация способствовала появлению новых бизнес–моделей и новых форм сотрудничества. 3D–печать, искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность (AR/VR), облачные вычисления, Интернет вещей (IoT) создали новые модели для производства, распространения и потребления креативных товаров и услуг. Это открыло новые возможности для предпринимателей продавать и распространять контент среди большей аудитории и выходить на новые рынки. Цифровые технологии, ориентированные на потребителей – потоковая передача музыки, потоковая передача фильмов, видеохостинги и социальные сети – снизили барьеры для открытия талантов, распространения и получения прибыли от творческого контента. Электронная коммерция позволила креативным предприятиям и даже отдельным физическим лицам выйти на глобальные и национальные рынки благодаря маркетплейсам. Платформенные рынки для приложений и видеоигр позволили небольшим игровым стартапам охватить международную аудиторию.

Пандемия COVID–19 ускорила переход к электронной коммерции и цифровым платформам и трансформацию креативной экономики. По данным Международного союза электросвязи (МСЭ), количество пользователей Интернета выросло более чем вдвое с 2010 по 2019 г. А в 2022 г. примерно 5,3 млрд человек (66 % населения мира) пользовались Интернетом [15]. Цифровые технологии изменили способ потребления контента. Из-за локдауна 2020–2021 годов люди были вынуждены переходить на онлайн–решения, которые предложили Alibaba, Amazon, Netflix или Tencent, объединившие электронную коммерцию и электронные развлечения. Необходимо отметить, что цифровизация создает все более мощных посредников, представленных несколькими Интернет–платформами и социальными сетями.

Социальные сети активно используются для улучшения маркетинговых стратегий. В 2022 году во всем мире более 4,59 млрд человек пользовались социальными сетями. По прогнозам, в 2027 г. это количество вырастет почти до шести миллиардов. Лидером рынка остается Facebook с 3 млрд активных пользователей ежемесячно, далее следуют YouTube с 2,5 млрд пользователей, WhatsApp (2 млрд), WeChat (1,3 млрд), TikTok (1,2 млрд) [16]. Причинами такой популярности социальных сетей стали технологические изменения – переход от компьютеров к мобильным устройствам, изменения в поведении пользователей Интернета – сокращение концентрации внимания, заполнение свободного времени, поиск информации о брендах, доверие рекомендациям инфлюэнсеров и т. д. Понимая эти изменения, бизнес адаптирует свои маркетинговые стратегии для привлечения устойчивого внимания целевой аудитории. Для максимизации вовлечённости используются различные инструменты управления социальными сетями, в том числе основанные на искусственном интеллекте. В результате потребители Интернета тратят в среднем 151 минуту в день в социальных сетях, что на 40 минут больше, чем в 2015 г. Больше всего времени пользователи проводят в социальных сетях в Филиппинах (3 ч 53 мин в день) и Нигерии (более 4 ч в день) [16].

В последние годы стриминговые сервисы (SVOD) стали доминирующей силой в индустрии развлечений. Популярность потоковых сервисов, таких как Netflix, Amazon Prime и Disney+, Hulu, Peacock TV, HBO Max, резко возросла за последние годы, что привело к упадку традиционного кабельного телевидения и переходу к

потреблению цифрового контента. К концу 2022 года 38,1 % зрителей в США отдавали предпочтение стриминговым сервисам, 30,9 % – кабельному телевидению, 24,7 % – телевидению. Доходы стриминговых сервисов начали стремительно расти после 2020 г. и достигли в 2024 году 107,9 млрд долл. США [17].

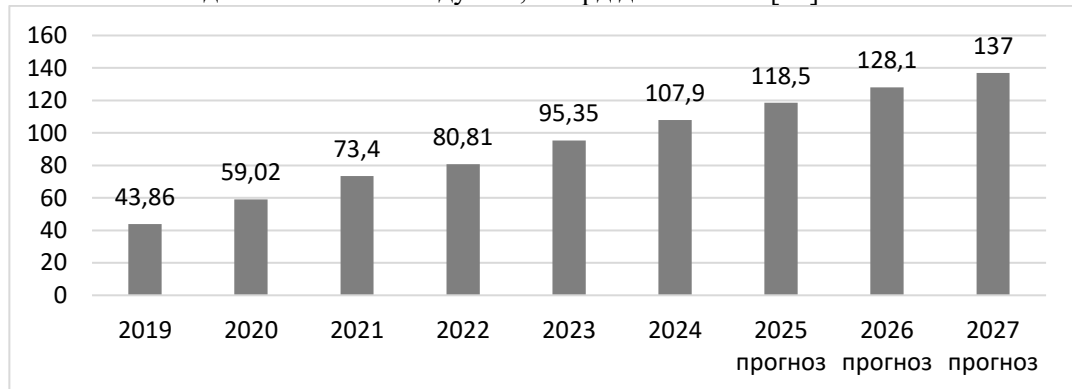


Рисунок 4. Динамика роста доходов стриминговых сервисов, млрд долл. США
Составлено автором на основе [13]

Почти 65 % от общего дохода от SVOD поступает из трех стран мира. Крупнейший рынок SVOD в США – 39,2 млрд долл. дохода в 2023 г. В последующие годы США сохраняют лидерство, в результате чего прогнозируемый объем рынка в 2027 г. составит 54,6 млрд долл. Вторым по величине является китайский рынок, где доходы от SVOD возрастут, согласно прогнозам, с 19,4 млрд долл. США в 2023 г. до 28,5 млрд долл. США. На третьем месте – Великобритания, где прогнозируется почти 5,5 млрд долл. дохода к 2027 г. [18].

Важно отметить, что развитие цифровых технологий оказывает и негативное влияние на функционирование креативных индустрий. Цифровые платформы могут использовать алгоритмы, которые несправедливо продвигают их собственные продукты или требуют более высокой платы за лучшее продвижение. Использование искусственного интеллекта беспокоит многих художников, писателей и журналистов, так как искусственный интеллект может писать тексты, создавать иллюстрации и другие визуальные решения в очень короткое время и на очень высоком уровне. 4 июля 2023 г. в США гильдия киноактеров США (SAG-AFTRA) начала крупнейшую за последнее время забастовку. Они выступали против использования искусственного интеллекта при написании сценариев и замены искусственным интеллектом актеров незначительных ролей.

Конфликтным вопросом также является защита авторских прав. Так, по существующим оценкам, цифровое пиратство видеосодержимого в США влечет за собой потерю доходов от 29,2 до 71,0 млрд долл. США в год [19]. Укрепление прав интеллектуальной собственности и обеспечение соблюдения законов об авторском праве жизненно важны для защиты креативного бизнеса. Внедрение четкой и эффективной правовой базы, а также доступные способы регистрации торговых марок, авторских прав и патентов могут защитить интересы креативных

предпринимателей. Для защиты авторских прав можно использовать невзаимозаменяемые токены (NFT), записывающие цифровые активы в цифровую книгу, что позволяет авторам получать вознаграждение за их работу. Эти технологии также позволяют генерировать данные о креативных индустриях, помогают правительствам понять актуальность креативных индустрий и разработать адекватную и эффективную регулирующую политику.

Процессы цифровизации однозначно изменят рабочие места в креативных индустриях, например, с точки зрения производимых и распространяемых культурных товаров и услуг. В этих условиях развитие надежной цифровой инфраструктуры будет иметь важное значение. Обеспечение надежного высокоскоростного доступа в Интернет, поддержка цифровых платформ для распространения контента и содействие внедрению цифровых технологий поможет креативному бизнесу охватить более широкую аудиторию и найти новые источники доходов.

Учитывая, что спрос на творческий контент на мировом рынке стабильно растет, развитие креативных индустрий может помочь в смягчении некоторых основных глобальных проблем, таких как безработица среди молодежи и рост бедности. Производить и распространять креативные товары можно с меньшими затратами по сравнению с другими отраслями промышленности (зачастую, достаточно креативной идеи и доступа в Интернет). На предприятиях креативной экономики работают миллионы работников из различных социальных слоев, с разным уровнем образования. К тому же после пандемии COVID-19 многие компании пересмотрели свои экономические и корпоративные стратегии в сторону более устойчивых и инклюзивных подходов, включающих культурные, социальные, экологические и экономические факторы. Следовательно, развитие креативных индустрий может повлиять на способность экономики быть инклюзивной, особенно в развивающихся странах.

С нашей точки зрения, в Российской Федерации для дальнейшего эффективного функционирования экосистемы креативных индустрий целесообразно сосредоточить усилия всех заинтересованных сторон на следующих стратегических направлениях ее эффективного функционирования:

1. Усиление государственной поддержки креативного сектора через разработку специальных программ финансирования, налоговых стимулов и грантовых инициатив для предприятий, работающих в сфере креативной экономики. Это будет способствовать созданию благоприятного бизнес-климата и стимулировать предпринимателей к инвестированию в творческие стартапы и проекты.

2. Расширение сотрудничества между государственными, частными и образовательными учреждениями по обеспечению подготовки высококвалифицированных специалистов в сфере креативных индустрий. Важной задачей в данном аспекте является разработка адаптивных образовательных программ, отвечающих современным вызовам цифровой экономики и технологических инноваций.

3. Содействие развитию цифровых платформ и технологических инструментов для креативных предприятий, что позволит значительно расширить их доступ к

международным рынкам. Использование искусственного интеллекта, блокчейн технологий и NFT может открыть новые возможности для монетизации творческого контента и расширения аудитории потребителей.

4. Создание условий для международного партнерства и интеграции креативных компаний в глобальные рынки. Данный аспект требует поддержки участия в международных фестивалях, ярмарках, выставках и программах обмена опытом.

5. Совершенствование регуляторной политики защиты интеллектуальной собственности, что будет способствовать повышению доверия инвесторов и стимулировать дальнейший рост креативных индустрий. Внедрение эффективных механизмов авторского права и регулирование цифровых платформ обеспечит справедливую компенсацию создателям и поддержит развитие инноваций в креативном секторе.

ВЫВОДЫ

Концепции развития и подходы к определению сущности креативной экономики разнообразны, что отражает культурное разнообразие стран, различия их экономических структур и направления социально-экономического развития. Креативная экономика, как и все остальные сектора экономики, во всех странах мира сильно пострадала от пандемии. Но, учитывая, что креативные индустрии основаны на инновациях, они выступают движущей силой инноваций для других секторов и повышают конкурентоспособность экономики в целом. Креативные индустрии создают новые эмоционально-привлекательные продукты и услуги, новые источники дохода и новый персонифицированный опыт для пользователей.

Цифровизация создала совершенно новые креативные индустрии 4.0, позволяющие создателям цифрового контента получать доход от своих творческих продуктов с помощью цифровых технологий и приложений. Главным трендом последних лет является интеграция развлекательного элемента в маркетинговые стратегии. Для этого бренды взаимодействуют с артистами, блогерами и профессионалами креативных индустрий, что генерирует еще больше развлекательного контента, что, в свою очередь, побуждает ускоренный рост новых технологий из-за жесткой конкуренции за внимание потребителей.

Цифровизация креативной экономики увеличила ее масштабы и влияние на общество. Креативная экономика стала цифровой не только на уровне услуг, но и на уровне продуктов. Искусственный интеллект, виртуальная реальность, большие данные и другие цифровые технологии облегчают производство и потребление креативных услуг и продуктов. Тенденция объединения развлечений с электронной коммерцией будет только расти. В цифровой среде социальные сети и стриминговые сервисы изменили способ потребления контента. Экспоненциальный рост глобальных доходов демонстрирует ценность этих услуг как для потребителей, так и для компаний их производящих. Поскольку технологии продолжают развиваться, а социальные сети и стриминговые платформы расширяют свои предложения, эта тенденция сохранится и укрепит их позиции в качестве важных игроков креативной индустрии.

Учитывая, что мировая экономика подошла к новому долгосрочному циклу Кондратьева (начало которого было запланировано на 2018–2020 гг., но из-за монетарного стимулирования и пандемического кризиса было существенно смещено), то мир ожидает появления нового массмаркета на основе шестого технологического уклада. Есть все основания полагать, что появление такого товара будет связано именно с развитием креативных индустрий 4.0.

В то же время развитие креативных индустрий 4.0 рискует усилить существующее неравенство из-за цифрового разрыва в доступе к Интернету, концентрации цифровых платформ в нескольких странах и регионах, бизнес-моделей, не способствующих разнообразию контента и т. п. Поэтому правительствам государств необходимо активно содействовать разработке таксономии креативной экономики для стимулирования развития и фундаментальных изменений креативных индустрий в направлении устойчивого развития. Креативные индустрии играют решающее значение для программ устойчивого развития, поскольку они имеют огромный потенциал для поддержания инклюзивного и равномерного экономического развития в условиях цифрового будущего. Креативные индустрии с помощью цифровизации могут играть значительную роль в социальной интеграции, ответственном потреблении и инвестициях, сохранении материального и нематериального культурного наследия разных народов мира.

Сектор креативных индустрий трансформируется под влиянием цифровых технологий и является важным элементом экономического ландшафта как на национальном, так и региональном уровнях. Для обеспечения устойчивого развития творческих индустрий необходимо комплексное сочетание государственных инициатив, образовательных реформ, международного сотрудничества и использования новейших технологий. Интеграция этих направлений позволит создать эффективную экосистему, способствующую росту креативного сектора и его глобальной конкурентоспособности.

Список литературы

1. Creative Economy Outlook 2024 / UNCTAD. [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf.
2. Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good / UNESCO, Paris. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>
3. Антонова В. Г., Елисеева Ю. А. Реализация политики развития креативных индустрий в условиях цифровизации экономики // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 66–73. DOI 10.24412/2307-5368-2021-2-66-73. EDN GAFLIH.
4. Беда М. Н. Перспективы развития креативных индустрий в условиях цифровизации экономики // Социально-экономическое развитие и инновации: вызовы и перспективы: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 14 ноября 2024 года. Москва: Московский политех, 2024. С. 189–195. EDN MGPFBU.
5. Геоэкономика. Понятийно-терминологическая система: академический словарь / [М. Г. Никитина, В. В. Побирченко, Е. А. Шутаева, И. Н. Буценко]; под ред. М. Г. Никитиной. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2023. 287 с.
6. Грицких Н. В., Кононова О. Н., Рыбак Н. С. Развитие креативных индустрий в условиях цифровизации // Социология. 2022. № 6. С. 39–47. EDN BEOHVL.
7. Кузнецов М. М., Никитина М. Г. Креативные индустрии в условиях цифровой организации пространства // Социо-пространственный контекст формирования человеко-ориентированной среды жизнедеятельности. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2024. С. 21–31. EDN RHEDIM.

8. Никитина М. Г., Побирченко В. В., Шутаева Е. А. Креативная экономика в парадигме социо-пространственного развития территорий // Механизмы формирования модели креативного пространственного развития экономики Республики Крым / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации ФГАОУВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». Симферополь: ИП Корниенко, 2023. С. 9–21. EDN EOZYQF.
9. Соколов В. В. Цифровизация в поддержке и развитии творческих (креативных) индустрий // Гуманитарный трактат. 2022. № 131. С. 26–32. EDN TVLLKS.
10. Формирование инфраструктуры креативных (творческих) индустрии регионов: перспективные направления развития в условиях цифровизации / А. Д. Евменов, Л. А. Еникеева, Т. А. Сорвина, П. А. Булочников. Санкт–Петербург: Санкт–Петербургский государственный экономический университет, 2024. 160 с. EDN INPIDO.
11. Шаймиева Э. Ш., Гумерова Г. И., Хакимова Р. Н. Исследование цифровых экосистем через разработку концепции менеджмента стартапа креативных индустрий // Вопросы инновационной экономики. 2024. Т. 14. № 1. С. 37–54. DOI 10.18334/vines.14.1.119772. EDN PBJMCD.
12. Шулу А. А., Дорошенко М. В. Современный опыт использования инструментов цифровизации в платформенных экосистемах креативных индустрий // Вестник МИРБИС. 2024. № 2 (38). С. 138–145. DOI 10.25634/MIRBIS.2024.2.16. EDN FZQCJV.
13. The Future of the Creative Economy / A report by Deloitte. 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/tmt/perspectives/the-future-of-the-creative-economy.html>.
14. The Culture Fix. Creative People, Places and Industries / OECD. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oecd.org/publications/the-culture-fix-991bb520-en.htm>.
15. Committed to connecting the world / TU Statistics. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>.
16. Most popular social networks Streaming services remain most popular destination for TV viewing in December / Nielsen. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nielsen.com/insights/2023/streaming-services-remain-most-popular-destination-for-tv-viewing-in-december/>.
17. Video Streaming Services Stats. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://explodingtopics.com/blog/video-streaming-stats>.
18. Video Streaming (SVoD) – Worldwide. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/video-streaming-svod/worldwide>.
19. Digital video piracy costs movie and TV industry at least \$29 billion a year, study says / CNET. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnet.com/tech/mobile/digital-video-piracy-costs-the-movie-and-tv-industry-at-least-29-billion-study-says/>.

Статья поступила в редакцию 10.04.2025