

## ЭКОНОМИКА

УДК 338.012

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСА  
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ЭКОНОМИКЕ

Макиева И.В.

Комитет Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по экономической политике, г. Москва

Увеличение доли креативных индустрий в ВВП Российской Федерации до 6% за последний год свидетельствует о необходимости определения методологических рамок исследования данных индустрий. Превалирующий на данный момент отраслевой подход не позволяет описать внутренние связи креативных индустрий и соответственно не позволяет однозначно обозначить объект и предмет исследования. Формулировка научной задачи исследования. Отраслевой анализ и расчет комплекса общеэкономических показателей не позволяет учесть характер отношений между участниками креативных индустрий и комплексность формирования креативного продукта. Общеизвестные метрики, включающие количественный и структурный анализ организаций по кодам ОКВЭД, расчет добавленной стоимости, маржинальности не позволяют получить сопоставимые результаты по всем видам деятельности, относимым к креативным индустриям. В этой связи была сформулирована научная задача исследования, заключающаяся в определении подходов к пониманию функционирования креативных индустрий с позиции экономической деятельности, позволяющих преодолеть обозначенные ограничения. Полученные результаты. Комплекс креативных индустрий, функционирующий в постоянно модифицирующейся структуре коллабораций, творческих проектов, актах кратковременного сотрудничества между организациями и индивидуальными участниками методологически представляет собой сетевую структуру и наиболее полно может быть изучен в рамках существующей сетевой методологии. Развитие методологии сетевого анализа позволяет исследовать функционирование креативных индустрий как совокупности субъектов, деятельность которых дополняется комплементарно. Выводы. Понимание комплекса креативных индустрий как сетевой конструкции позволяет последовательно решить задачи определения состава и структуры креативной сети, определить параметры участников исходя из возможностей доминирования, координации участников сети, а также определить характер связей между участниками креативной сети и рассчитать параметры, определяющие особенности формирования потребительской стоимости, и соотнести с определенными участками креативной сети, что в результате позволит определить наиболее действенные инструменты стимулирования развития сетевых структур креативных индустрий и увеличить получение эффектов от их формирования в рамках региональных и национальных экономик.

*Ключевые слова:* Сетевой подход, методология, креативные индустрии, состав, структура, потребительская стоимость, эффект.

DOI 10.22281/2542-1697-2024-03-02-09-16

Введение. Креативная деятельность основана на возможности формирования новых идей, знания, навыков в результате творческого процесса. Определение креативной индустрии как направления деятельности, связанного с производством, продвижением, распределением и реализацией креативного продукта позволяет представить общие границы области исследования. Согласно данным, содержащимся в «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»<sup>1</sup>, в состав креативных индустрий входит достаточно неоднородный перечень видов деятельности: «индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия, индустрии, основанные на искусстве, современные медиа и производство цифрового контента и прикладные творческие (креативные) индустрии».

<sup>1</sup> Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»

По мнению составителей Атласа креативных индустрий в Российской Федерации<sup>2</sup> к креативным индустриям относятся виды деятельности, характеризующиеся творческим подходом к работе, инновационностью, клиент ориентированностью, нетворкингом и сотрудничеством, гибкостью, интенсивным обменом и обновлением знаниями. Таким образом, к креативным индустриям относятся виды деятельности, формирующие интеллектуальный продукт в ходе творческого процесса. Во многих других вопросах отрасли, включенные в состав креативных индустрий, обладают достаточно различными характеристиками. Например, креативные виды деятельности, приведенные в списке «Концепции развития творческих (креативных) индустрий...», ориентированы как на конечного потребителя – «индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия, индустрии, основанные на искусстве», так и на оказание услуг организациям промежуточного потребления – «современные медиа и производство цифрового контента, прикладные творческие (креативные) индустрии». Причем деятельность медиа и производства цифрового контента способна существенно усилить распространение продуктов сферы искусства, использования историко-культурного наследия и прикладного творчества.

Общепринятые метрики, касающиеся добавленной стоимости, доли оплаты труда в расходах, маржинальности не дадут сопоставимых результатов оценки всего комплекса креативных индустрий, поскольку для каждого вида деятельности характерны собственные стоимостные элементы экономической модели производства креативного продукта, зависящие от таких факторов как отраслевые состояния равновесия спроса и предложения, редкость используемых навыков и компетенций, присутствия нематериальных аспектов, возможности самореализации, осуществления творческого процесса. Вместе с тем, в научных исследованиях и деятельности институтов развития присутствуют вопросы, связанные с оценкой совокупного вклада креативных индустрий в экономику страны, региона, муниципалитета [1, 2], определения оптимальных инструментов стимулирования развития креативных индустрий как с точки зрения увеличения показателей экономического роста [3, с. 141], так и с точки зрения реализации социальных функций – совершенствования пространств городов, улучшения качества жизни, формирования центров культуры и искусства [4, 5]. Рассмотрение указанных вопросов невозможно без понимания экономической и организационной природы креативных индустрий как специфического объекта исследования в рамках научных дисциплин, так и субъекта экономической деятельности.

В соответствии с обозначенными вопросами необходимо сформулировать цель статьи как исследование подходов к пониманию функционирования креативных индустрий с позиции экономической деятельности.

Теория и методология исследования. Значительная часть работ, посвященных экономической природе креативных индустрий, фокусируется на особенностях производимого продукта. Авторы [6, 7] сходятся во мнении, что основной сущностной характеристикой креативных индустрий является преимущественное формирование нематериального продукта, количество и качество которого зависит не столько от объемов инвестированного капитала, а в первую очередь от возможностей человека, разрабатывающего творческую идею. Формирование уровня данных возможностей до определенного уровня зависит от развития социально-экономической системы, обеспечивающей возможности образования, информационного обмена и творческого роста. Также немаловажную роль в развитии креативных индустрий оказывает совокупный креативный капитал, формируемый в ходе интеллектуального обмена между организациями креативных индустрий.

В перечень объектов креативного капитала входят следующие, рисунок 1.

<sup>2</sup> Атлас креативных индустрий в Российской Федерации <https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/kreativnaya-ekonomika-kreativnye-industrii-i-klastery/atlas-kreativnykh-industriy-rossiyskoy-federatsii/>

Объекты авторского права	Произведения науки, литературы, искусства, программы ЭВМ, базы данных
Объекты смежных прав	Результаты исполнительской деятельности, фонограммы, сообщения передач организаций эфирного времени
Объекты патентного права	Изобретения, полезные модели, промышленные образцы
Средства индивидуализации	Товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческие обозначения
Компетенции персонала	Знания, способности, профессиональные и творческие качества
Отношенческие	Связи с потребителями, поставщиками, стейкхолдерами

Рисунок 1 – Объекты креативного капитала

Креативный капитал по внутренней структуре неоднороден, так в работе [8] объекты креативного капитала делятся на объекты «первого порядка», представляющие собой непосредственно продукт интеллектуальных усилий и сопоставимый из перечня, приведенного на рисунке 1, с произведениями науки, литературы, искусства, результатами исполнительской деятельности и объекты «второго порядка», способствующие масштабированию и распространению креативного продукта. По мнению автора, объекты креативного капитала становятся объектами экономического оборота и соответственно проявляют такую важную экономическую характеристику как стоимость, при переходе к объектам «второго порядка», то есть имплементируются в систему масштабирования и распределения. Данный вывод свидетельствует о сложной внутренней структуре креативного продукта, содержащей ядро, формируемое в результате творческого акта, и инфраструктуру, направленную на успешное распространение. Интересным является то, что отраслевое деление креативных индустрий не учитывает данную специфику. Данный факт связан с тем, что отрасли, осуществляющие деятельность «второго порядка» так же базируются преимущественно на использовании результатов творческой деятельности, однако функцию при этом играют вспомогательную, инфраструктурную для распространения результатов творчества.

Полученные выводы формируют необходимость поиска инструментов комплексного изучения креативных индустрий, включая производство интеллектуального продукта как такового и виды деятельности, направленные на масштабирование и доведение продукта до потребителя. Комплекс креативных индустрий, функционирующий в постоянно модифицирующейся структуре коллабораций, творческих проектов, актах кратковременного сотрудничества между организациями методологически представляет собой сетевую структуру и наиболее полно может быть изучен в рамках существующей сетевой методологии.

Определение «сети» [9] как формы устойчивого взаимодействия независимых субъектов, основанного на достижении общих целей экономической и социальной природы, как нельзя лучше описывает комплекс креативных индустрий. Развитие методологии сетевого анализа позволяет исследовать функционирование креативных индустрий как совокупность субъектов, деятельность которых дополняет друг друга. Использование

методологии сетевого анализа позволяет решить обозначенные задачи поиска инструментария изучения функционирования креативных индустрий с позиции экономической деятельности.

Считается, что родоначальником сетевой методологии был психолог Я. Морено [10], впервые использовавший сетевую модель описания отношений в группе. Перенос указанной модели на отношения экономических субъектов позволило при соответствующей адаптации решить научные задачи анализа и управления сложными системами, в частности отношения со стейкхолдерами корпорации рассмотрены в работах Т. Роули [11], вопросы управления сетями поставок в логистике рассмотрены в работах С. Лаззарини, Ф. Чаддад, М. Кук [12], вопросы управления экономическими экосистемами рассмотрены в работах Р. Баджо и М. Ю. Шерешевой [13].

В ходе научной разработки сетевой методологии были выявлены и обоснованы следующие направления исследований:

- состав и структура сетей с определением характеристик плотности, центральности и т.д.;
- определение характеристик связей между субъектами сети: экономическая или социальная природа связи, движение различных видов ресурсов между субъектами, информация, способы коммуникации и т.д.;
- получение эффектов различной природы от управляемых и неуправляемых взаимодействий субъектов в рамках одной сети;
- возможность стимулирования развития сетевых структур в рамках региональных и национальных экономик, получение эффектов формирования сетевых структур в рамках региональных и национальных экономик.

Последовательное применение указанных положений сетевой методологии к комплексу креативных индустрий позволит решить гносеологические задачи анализа и формирования инструмента стимулирования развития данного сектора экономики.

Результаты исследования. Анализ состава комплекса креативных индустрий целесообразно осуществлять с позиции функциональной роли субъекта осуществляемой в ходе выпуска креативного продукта. В данном контексте необходимо выделить следующие группы субъектов, требующие научного осмысления и последующей разработки в целях развития данного вида экономической деятельности:

- авторские коллективы, непосредственно формирующие креативный продукт в ходе творческого процесса;
- организации, занимающиеся тиражированием и распространением креативного продукта;
- организации, занимающиеся продвижением креативного продукта;
- инфраструктурные организации, оказывающие вспомогательные услуги;
- поставщики оборудования и материалов.

Указанные субъекты находятся в структурном соотношении между собой, причем связи могут принимать как односторонний, так и многосторонний характер. В рамках креативных индустрий объекты креативного капитала являются основной мотивацией для вступления в сетевое взаимодействие. Формирование структуры сетевой конструкции зависит от редкости креативного продукта, что свидетельствует о наличии экономических оснований при построении сети в рамках комплекса креативных индустрий. Причем доминирующее положение какой-либо категории субъектов относительно прочих участников сети приводит к построению жестких иерархических структур, а множественность субъектов наоборот приводит к формированию адаптивных и распределенных структур.

Укрупненно сетевую модель функционирования креативных индустрий можно представить следующим образом (рис. 2). Характеризуя связи между субъектами сети необходимо отметить, что в отличии от традиционных видов экономической деятельности сетевые отношения в рамках креативных индустрий не могут быть связаны исключительно с

экономическими мотивами. Возможность творческой самореализации, формирования нового продукта, получение нового знания может превалировать над экономическими эффектами в рамках креативной сети.



Рисунок 2 – Сетевая модель функционирования креативных индустрий

Формирование связей, основанных на совместной творческой практике, доверии, самореализации формирует особый вид ценности не характерный для традиционных сетей экономических агентов. Данный аспект необходимо подтверждать дополнительными исследованиями при изучении креативных индустрий. Как отмечено в статье А.В. Боковой [15, с. 7] «Ценность сетевого подхода в исследовании креативных индустрий заключается в том, что понимание, как работает и живет система, дает возможность прогнозировать ее поведение, что, в свою очередь, позволяет создавать наиболее эффективные механизмы для развития творческого человеческого потенциала».

Таким образом сетевой подход в исследовании креативных индустрий позволяет представить функционирование комплекса субъектов творческой деятельности как сложную сетевую структуру, выполняющие взаимодополняющие функции по аккумуляции и повышению эффективности использования креативного капитала. Функционирование сети креативных индустрий приводит не только к формированию коммерчески успешного продукта, но и играет важную роль в вопросах муниципального и регионального развития, выполняя как функции по увеличению валового продукта, созданию рабочих мест, пополнению региональных и местных бюджетов, так и функции по формированию благоприятной социальной среды за счет повышения интереса к объектам культуры, искусства.

**Заключение.** В данной статье представлено обоснование преимуществ использования методологии сетевого подхода для проведения исследований функционирования комплекса креативных индустрий. Использование сетевого подхода в отличие от преобладающего на данный момент отраслевого позволяет представить комплекс креативных индустрий как сеть разнородных субъектов, зачастую относящихся к различным отраслям, но при этом связанных общим процессом создания, продвижения, масштабирования и реализации креативного продукта. Понимание комплекса креативных индустрий как сетевой конструкции позволяет последовательно решить задачи определения состава и структуры креативной сети, определить параметры участников исходя из возможностей доминирования, координации участников сети, определить характеры связей между



участниками креативной сети, рассчитать формирование ценности и соотнести с определенными участками креативной сети, что в результате позволит определить наиболее эффективные инструменты стимулирования развития сетевых структур креативных индустрий в рамках региональных и национальных экономик, увеличить получение эффектов от их формирования.

#### Список использованных источников

1. Абашина, Т. Креативная экономика: переход к капитализации культурного наследия/ Т. Абашина. – Текст: непосредственный // Вопросы экономики. – 2017. – №. 4. – С. 100-116.
2. Недосвитий, Н. В. Творческие индустрии как инструмент наращивания конкурентного потенциала территории/ Н. В. Недосвитий. – Текст: непосредственный // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2014. – №. 1 (6). – С. 87-90.
3. Лавриненко, А. С. Актуальные вопросы государственного регулирования творческих индустрий/ А. С. Лавриненко. – Текст: непосредственный // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2015. – №. 4. – С. 135-159.
4. Антонова, Л. Ю. Влияние креативных составляющих на городскую культурную среду: региональный аспект/ Л. Ю. Антонова. – Текст: непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2018. – №. 6 (86). – С. 17-26.
5. Гун, Г. Е. Концептуальные основы культурной политики для городов/ Г. Е. Гун. – Текст: непосредственный // Теория и практика общественного развития. – 2014. – №. 16. – С. 265-267.
6. Сопина, Н. В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация/ Н. В. Сопина. – Текст: непосредственный // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – №. 2. – С. 277-294. doi: 10.18334/ce.15.2.111549
7. Новосельская, В. В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования / В. В. Новосельская. – Текст: непосредственный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – №. 4 (78). – С. 164-174.
8. Thelwall, S. Capitalising Creativity Developing earned income streams in Cultural Industries organisations/ S.Thelwall. – Текст: непосредственный // Cultural snapshot. – 2007. – Т. 14. – С. 1-14.
9. Jones, C. A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms / C. Jones, W. S. Hesterly, S. P. Borgatti. – Текст: непосредственный // Academy of management review. – 1997. – Т. 22. – №. 4. – С. 911-945.
10. Moreno, J. L. Who shall survive? A new approach to the problem of human interrelations / J. L. Moreno. – Текст: непосредственный. Nervous and Mental Disease Publishing Co 1934.
11. Rowley, T. J. Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences/ T. J. Rowley. – Текст: непосредственный // Academy of management Review. – 1997. – Т. 22. – №. 4. – С. 887-910.
12. Lazzarini, S. Integrating supply chain and network analyses: the study of netchains / S. G.Lazzarini, F. R.Chaddad, M. L. Cook . – Текст: непосредственный // Journal on chain and network science. – 2001. – Т. 1. – №. 1. – С. 7-22.
13. Родольфо, Б., Сетевой подход в экономике и управлении: междисциплинарный характер / Б. Родольфо, М. Ю. Шерешева. – Текст: непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2014. – №. 2. – С. 3-21.
14. Морданов, М. А. Креативные индустрии как драйвер экономического роста / М. А. Морданов. – Текст: непосредственный // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – №. 10. – С. 3725-3740.
15. Бокова, А. В. Креативные индустрии как совокупность сложных сетевых

структур/ А. В. Бокова. – Текст: непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2016. – №. 1 (21). – С. 5-12. DOI: 10.17223/22220836/21/1

### Сведения об авторах

Макиева Ирина Владимировна - эксперт совета по устойчивому развитию при Комитете Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по экономической политике, 103265, РФ, г. Москва, Георгиевский пер., д.2, e-mail: makieva.i@bk.ru

**UDC 338.012**

## APPROACHES TO THE STUDY OF THE FUNCTIONING OF THE COMPLEX OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE ECONOMY

Makieva I.V.

Committee of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation on Economic Policy, Moscow

The increase in the share of creative industries in the GDP of the Russian Federation up to 6% over the last year indicates the need to determine a methodological basis for studying these industries. The currently prevailing sectoral approach does not allow to give details of the internal connections of the creative industries and, accordingly, does not contribute to the unambiguous determination of the object and subject of this research. Formulation of the scientific research problem. Sectoral analysis and calculation of a set of general economic indicators does not allow to take into account the nature of relations between participants in creative industries and the complexity of the formation of a creative product. Well-known metrics, including quantitative and structural analysis of organizations according to the codes of All-Russian Classifier of Types of Economic Activity (RCEAP), calculations of value added and marginality level do not allow to obtain comparable results for all kinds of activities classified as creative industries. In this regard, the scientific task of the study was formulated consisting of identifying approaches to understanding the functioning of creative industries from the point of economic activity, allowing to overcome the identified limitations. Results achieved. The complex of creative industries, operating in a constantly modifying structure of collaborations, creative projects, acts of short-term cooperation between organizations and individual participants, theoretically represents a network structure and can be most fully studied within the context of the existing network methodology. The development of network analysis makes it possible to study the functioning of creative industries as a set of entities acting in a complementary manner. Conclusions. Understanding the complex of creative industries as a network structure allows to consistently solve the problem of determining the composition and structure of a creative network, determine the parameters of participants based on the possibilities of dominance, coordination of networks participants, as well as define the nature of connections between participants in a creative networks and calculate the indicators that determine the features of the formation of consumer value, and correlate with certain parts of the creative network, which will ultimately make it possible to determine the most effective tools for stimulating the development of network structures of industries and increase the benefits of their formation within regional and national economies

*Keywords: Keywords: network approach, methodology, creative industries, composition, structure, consumer value, effect*

### References

1. Abashina, T. Creative economy: transition to capitalization of cultural heritage/ T. Abashina. – Text: direct //Economic issues. - 2017. – No. 4. – pp. 100-116.
2. Nedosvitiy, N. In Creative industries as a tool for increasing the competitive potential of the territory/ N. V. Nedosvitiy. – Text: direct //Azimuth of scientific research: economics and management. – 2014. – №. 1 (6). – Pp. 87-90.
3. Lavrinenko, A. S. Actual issues of state regulation of creative industries/ A. S. Lavrinenko. – Text: direct //Issues of state and municipal management. - 2015. – No. 4. – pp. 135-159.
4. Antonova, L. Yu. The influence of creative components on the urban cultural environment: a regional aspect/ L. Yu. Antonova. – Text: direct //Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2018. – №. 6 (86). – Pp. 17-26.
5. Gong, G. E. Conceptual foundations of cultural policy for cities/ G. E. Gong. – Text:

direct //Theory and practice of social development. – 2014. – №. 16. – pp. 265-267.

6. Sopina, N. V. Development of creative industries in the regions of Russia: opportunities and their implementation/ N. V. Sopina. – Text: direct //Creative economy. – 2021. – vol. 15. – No. 2. – pp. 277-294. doi: 10.18334/ce.15.2.111549

7. Novoselskaya, V. V. Creative industries in the innovative development of territories: features of functioning / V. V. Novoselskaya. – Text: direct // Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2017. – №. 4 (78). – Pp. 164-174.

8. Thelwall, S. Capitalizing Creativity Developing earned income streams in Cultural Industries organizations/ S.Thelwall. – Text: direct // Cultural snapshot. – 2007. – Vol. 14. – pp. 1-14.

9. Jones, C. A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms / C. Jones, W. S. Hesterly, S. P. Borgatti. – Text: direct //Academy of management review. – 1997. – vol. 22. – No. 4. – pp. 911-945.

10. Moreno, J. L. Who shall survive? A new approach to the problem of human interactions / J. L Moreno. – Text: direct. Nervous and Mental Disease Publishing Co 1934.

11. Rowley, T. J. Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences/ T. J. Rowley. – Text: direct //Academy of Management Review. – 1997. – Vol. 22. – No. 4. – pp. 887-910.

12. Lazzarini, S. Integrating supply chain and network analyses: the study of netchains / S. G.Lazzarini, F. R.Chaddad, M. L. Cook. – Text: direct //Journal on chain and network science. – 2001. – Vol. 1. – No. 1. – pp. 7-22.

13. Rodolfo, B., Network approach in economics and management: interdisciplinary character / B. Rodolfo, M. Y. Sheresheva. – Text: direct //Bulletin of the Moscow University. Series 6. Economics. - 2014. – No. 2. – pp. 3-21.

14. Mordanov, M. A. Creative industries as a driver of economic growth / M. A. Mordanov. – Text: direct // Creative economy. – 2021. – vol. 15. – No. 10. – pp. 3725-3740.

15. Bokova, A.V. Creative industries as a set of complex network structures/ A.V. Bokova. – Text: direct // Bulletin of Tomsk State University. Cultural studies and art history. – 2016. – №. 1 (21). – Pp. 5-12. DOI: 10.17223/22220836/21/1

#### **Author`s information**

Makieva Irina Vladimirovna - expert of the Council for Sustainable Development at the Committee of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation on Economic Policy, 103265, Russian Federation, Moscow, Georgievsky Lane, 2, e-mail: makieva.i@bk.ru