

14. Gegel, G.V.F. (2024) *Vera i znanie. Raboty rannikh let* [Faith and knowledge. Works of the early years]. Moscow: Speculation.
15. Levi-Strauss, K. (1994) *Pervobytnoe myshlenie* [Primitive thinking]. Moscow: Republic.
16. Laing, R.D. (2017) *Raskolotoe “Ya”: ekzistentsialnoe issledovanie “normalnosti” i bezumiya. Fenomenologiya perezhivaniya i Rayskaya ptichka* [The Fractured Self: An Existential Study of “Normal” and Madness. Phenomenology of experience and the Bird of Paradise.]. Moscow: IOI.
17. Berger, P. (1995) *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti: Traktat po sotsiol. znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise on the Sociology of Knowledge]. Moscow: Moscow Philosophical Foundation Publishing House.
18. Khuzina, E. M. (2020) *Filosofskaya antropologiya po zamyslu A. Gelena* [Philosophical anthropology as conceived by A. Gehlen] *Molodoy uchenyy – Young scientist*. 25 (315). pp. 494–496.
19. Bourdieu, P. (2001) *Prakticheskiy smysl* [Practical meaning]. Saint Petersburg: Aletheia; Moscow: Institute of Experimental Sociology.
20. Andrianova, T.V. (2001) *Geopolitika i kultura: Analiticheskiy obzor* [Geopolitics and culture: analytical review]. Moscow: Direct media.
21. Furmanova, V.P. (1993) *Mezhkulturnaya kommunikatsiya i lingvokulturovedenie v teorii i praktike obucheniya inostrannym yazykam* [Intercultural communication and cultural linguistics in the theory and practice of teaching foreign languages]. Saransk: Publishing House of Mordovva University.

УДК 008:338.24

DOI: 10.24412/2070-075X-2026-2-18-28

Г.В. Иванов, А.А. Токарева

ИНТЕГРАТИВНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОСИСТЕМЫ: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА МОДЕЛЕЙ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Предметом исследования являются креативные индустрии как динамическая экосистема, интегрирующая культуру, право и экономику. Проанализировав зарубежные и российскую модели креативных индустрий, авторы статьи представили интегративный подход к оценке эффективности креативной экосистемы. Предложенный подход позволяет преодолеть разрыв между культурологическим и экономическим анализом, выявить скрытые механизмы конвертации культурного капитала и может служить инструментом для сравнительных исследований и проектирования эффективной культурной политики.

Ключевые слова: креативные индустрии, интеллектуальная собственность, методология, экономика, творчество, культура, анализ, право.

Актуальность темы исследования. Креативные индустрии представляют собой уникальное пространство, в котором культура, творчество и экономика не просто сосуществуют, но находятся в состоянии постоянного взаимовлияния и синтеза. Это область, где культурный капитал трансформируется в экономический, а рыночные механизмы, в свою очередь, формируют новые культурные и творческие форматы. На данный момент значимость креативных индустрий подтверждается растущей капитализацией, что превращает их в реальный сектор экономики. По данным Росстата,

вклад креативных индустрий в ВВП с 2021 по 2024 год поднялся с 3,2 до 4,1% [1], а инвестиции в основной капитал увеличились в 2,6 раза, достигнув 855,3 млрд. рублей, демонстрируя среднегодовой темп прироста выше среднего по экономике. Однако основополагающим аспектом креативных индустрий является культура во всем ее разнообразном проявлении. Из-за требований экономического сектора творчество все чаще трансформируется в воспроизводимый продукт, изменяя понимание авторства, ценностей и эстетического восприятия. Именно поэтому в условиях, когда культура становится ключевым ресурсом динамики современного общества, поиск баланса между художественным высказыванием и коммерческим активом еще острее требует культурологической рефлексии.

Степень научной разработанности проблемы. В научных работах понятие «креативные индустрии», отражающее процессы реиндустриализации экономики, приравнивается к «творческим индустриям» и нередко заменяется термином «культурные индустрии» [2]. Данная терминологическая избыточность выражает то, что творческая деятельность в значительной степени индивидуализирована и проявляется в обновлении традиционных культурных форм в новых социокультурных условиях. При этом креативность является существенной частью творчества, но отнюдь не его синонимом [3]. Основные различия между креативными, творческими и культурными индустриями лежат в их целеполагании, которое имеет различные направления [4]: в креативных индустриях – это создание коммерческого продукта, в культурных индустриях – создание продукта, имеющего символическую ценность и просветительский потенциал, в творческих индустриях – создание мелкосерийного уникального творческого продукта. Это различие обуславливает приоритетность экономического подхода в научных исследованиях креативных индустрий. Однако, на наш взгляд, данный подход отражает непонимание сущности креативных индустрий, которая базируется на творчестве и культуре.

Креативные индустрии превратились в одну из наиболее динамично развивающихся сфер мировой экономики, однако их значение не исчерпывается показателями занятости или вклада в ВВП. В последние несколько лет мы наблюдаем «культурный поворот в социально-экономическом развитии», где конструктивное применение потенциала и глубины культурных активов открывает новую стратегию экономики, связанную с личностью потребителя [5], а также формирует организационную культуру предприятий [6].

В связи с тем, что в самой сущности креативного сектора взаимосвязаны творчество, культура и экономический фактор, в зарубежной науке сформировался комплексный подход к исследованию креативных индустрий [7]. В рамках данного подхода анализируются не только отдельные отрасли креативной экономики – от культурного наследия до медиа, но и их динамика и взаимодействие [8]. В 2022 году, на основе систематизации данных из более чем 600 работ, были выявлены основные области западных прикладных исследований креативной экономики: культурные индустрии, креативные кластеры и креативные города, а также были обозначены комплексные взаимодействия бизнеса, менеджмента, экономики, культурологии и социологии [9]. Значимость междисциплинарного подхода, объединившего в себе экономику, социологию, культурологию и менеджмент, в анализе креативных индустрий подчеркивают и отечественные ученые [10], при этом феномен интеллектуальной собственности представлен в качестве нового подхода к оценке потенциала креативных индустрий в РФ [11]. В российском контексте данная проблема приобретает особую значимость. Принятие в 2024 году Федерального закона №/330 ФЗ «О развитии креативных индустрий» легализовало креативный сектор, однако вопросы управления интеллектуальной собственностью, оценки нематериальных активов и правовой капитализации творчества остаются фрагментарно разработанными.

Цель, задачи и предмет исследования. Цель данной работы состоит в разработке комплексной интегративной методологии анализа креативных индустрий как сферы

синтеза культуры, права и экономики. В соответствии с целью поставлены задачи: выявить особенности зарубежных подходов к креативным индустриям; охарактеризовать специфику российской модели институционализации креативных индустрий; на основе сравнительного анализа зарубежных и отечественной моделей предложить авторскую методологию оценки сектора креативных индустрий. Предмет исследования – креативные индустрии как динамическая экосистема, интегрирующая культуру, право и экономику, а также механизмы взаимной конвертации культурного капитала, экономической стоимости и институциональных факторов в рамках синтеза этих сфер.

Научная новизна исследования. Научная новизна работы заключается в разработке интегративной методологии, которая позволяет всесторонне анализировать креативные индустрии как динамическую экосистему. Данная методология обеспечивает новый подход к оценке креативных индустрий, акцентируя внимание на взаимосвязи между культурным капиталом, экономической ценностью креативного продукта и институциональной средой. Кроме того, в работе представлен сравнительный анализ зарубежных моделей креативных индустрий, в результате которого выявлены различия в понимании природы творца, статусе культурного продукта и допустимых границах коммерциализации символического опыта. Данный анализ позволяет найти новые подходы к оценке отечественной экосистемы креативных индустрий.

Методология и методы исследования. Методология исследования основана на сравнительном анализе зарубежных и российских моделей креативных индустрий. В качестве методов исследования использован контент-анализ научной литературы и нормативно-правовых документов. Анализ осуществляется через три взаимосвязанные оси: культурный капитал, экономический капитал и институциональная среда, что позволяет получить комплексное представление о состоянии и динамике креативных индустрий.

Источниковая / эмпирическая база исследования. Источниковой базой послужили научные публикации зарубежных и отечественных исследователей в области культуры, экономики и права, нормативно-правовые документы России и зарубежных стран, регламентирующие сферу креативных индустрий, что позволяет наиболее полно рассмотреть проблему исследования, провести системный анализ и сделать обоснованные выводы.

Основная часть. Креативные индустрии становятся активно развивающимся сектором «экономики впечатлений» (Д.Б. Пайн, Д.Х. Гилмор) во многих странах мира. Их особенностью и преимуществом можно назвать преобладание нематериальных активов, так как для производства креативного продукта не требуется больших финансовых и промышленных ресурсов. Однако экономические и правовые факторы, культурные и социальные идеалы, представленные в национальном менталитете, оказали влияние на формирование различных подходов к креативным индустриям.

В менталитете США преобладает экономический утилитаризм, что нашло отражение в теории творческих городов. В соответствии с экономико-утилитарным подходом креативность рассматривается как ресурс для экономического роста и повышения конкурентоспособности. Р. Флорида, создатель теории «креативного класса», утверждает, что экономический успех городов и регионов зависит от их способности привлекать и удерживать творческих профессионалов (дизайнеров, ученых, артистов) [12]. Креативность представлена как утилитарный фактор производства. Законодательство США (например, обширная система защиты авторского права в рамках Title 17 U.S. Code) создает правовую среду, ориентированную на коммерциализацию интеллектуальной собственности как основного актива [13].

В Великобритании культурные индустрии рассматриваются через призму взаимодействия политического прагматизма и социологической критики. Государственная политика Англии видит в креативных индустриях двигатель экономики и средство регенерации

городов: в 1998 году Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании (DCMS) опубликовал документ *Creative Industries Mapping Document*, провозглашающий креативность как движущую силу развития экономики в XXI веке. Креативные индустрии в данном документе определены как отрасли, «берущие начало в индивидуальном творчестве, навыках и таланте и имеющие потенциал для создания богатства и рабочих мест через генерацию и эксплуатацию интеллектуальной собственности» [14]. Таким образом, подчеркивается экономическая значимость культуры, которая трансформируется из субсидируемого искусства в мощный драйвер развития страны и национального ВВП.

Особенности французского подхода к креативным индустриям основаны на концепции эстетической значимости культуры и исключительности личности творца, в которой подчеркивается сущность культуры как общественного блага, а не товара. Креативные индустрии при таком подходе трактуются через призму борьбы между автономией искусства и гетерономией экономического поля. Государство во Франции в вопросах искусства и творчества играет активную регулирующую роль через Министерство культуры, а законодательство – «Кодекс о наследии» [15] и «Кодекс об образовании» [16], система авторского права с сильными моральными акцентами – призвано защищать творца и национальное культурное наследие от воздействия сугубо рыночных отношений.

Китайская модель креативных индустрий представляет собой уникальный синтез рыночного прагматизма, новых технологий и государственного идеологического контроля. В сущности, это гибридная модель государственно-рыночного культурного производства. Теория «культурной индустриализации», продвигаемая государством, рассматривает креативный сектор как инструмент для «мягкой силы», экономической модернизации страны и ее социальной стабильности [17], где активная государственная поддержка закладывает прочную основу для культурных инноваций и создает более благоприятную среду для творцов. Стратегия наращивания потенциала для развития оригинального культурного творчества заложена в XV пятилетнем плане (2026–2030) развития КНР [18]. Соответственно, анализ китайской модели креативных индустрий требует учета партийных директив, механизмов цензуры и – одновременно – государственной поддержки экспортно-ориентированных цифровых креативных секторов и продуктов, создаваемых в КНР.

Российский подход к креативным индустриям формируется на пересечении нескольких векторов, таких как богатое культурное наследие, поиск новой идентичности и современная экономическая реальность. Российскую модель креативных индустрий характеризует ценностно-ориентированный подход, где креативность – это не только источник прибыли, но и инструмент сохранения традиционных духовно-нравственных ценностей и укрепления национального суверенитета [19]. Российские исследователи анализируют креативные индустрии как процесс индустриализации культуры [20]. В их работах подчеркивается, что современные проекты часто сознательно оперируют национальными культурными кодами, переводя их на язык современных медиа и дизайна. Об этом свидетельствуют современные использования народных мотивов в музыкальной сфере или в новых брендах, работающих с национальной символикой. Это указывает на формирование модели нового русского академизма и ценностно-ориентированной экономики, где инновации проектируются с опорой на традиции.

В России долгое время определение креативных индустрий находилось вне правового поля, но 5 февраля 2025 года вступил в силу Федеральный закон № 330-ФЗ «О развитии креативных индустрий». Закон создает реестр субъектов креативных индустрий и институт творческого предпринимательства. Это знаменует вхождение креативных индустрий в отечественную правовую реальность и ставит перед исследователями в области права новые задачи по выстраиванию стратегий и

оформлению правоотношений в этой сфере. Сегодня креативные индустрии в России демонстрируют мультипликативный эффект, стимулируя смежные производства и повышая стоимость других товаров и услуг. Региональное развитие РФ через создание креативных кластеров рассматривается как инструмент оживления территорий и формирования новых экономик участия.

Вместе с тем, взгляды на креативные индустрии как нового демократичного и общедоступного сектора экономики носят неоднозначный характер. Например, Д. Хезмондалш подвергает критике условия труда в этом секторе («прекариат»), коммодификацию культуры, неравенство и балансировку законодательства между стимулированием индустрий и защитой создателей. Д. Хезмондалш отмечает, что креативный труд характеризуется нестабильностью, когда отсутствие социальных гарантий, краткосрочные контракты и постоянный риск безработицы перекрывают эфемерную свободу творчества. Так называемый «свободный график» и удаленная работа на деле оборачиваются самоэксплуатацией, в рамках которой работа длится по 12–14 часов, стирая грань между личной жизнью и трудом. В секторе доминирует практика стажировок и работы «на портфолио» или «ради идеи», что делает индустрию закрытой для тех, у кого нет финансовой поддержки, усиливая социальное неравенство. Также ученый критикует подмену понятия «культура» понятием «индустрия», где художественная ценность полностью подчиняется логике прибыли и рыночным метрикам [21]. Теория П. Бурдьё объясняет критику Д. Хезмондалша: доступ в креативные индустрии де факто открыт только тем, кто уже обладает высоким стартовым культурным капиталом. Это превращает «креативный класс» в закрытую элиту, воспроизводящую неравенство [22].

Сравнительный анализ моделей креативных индустрий выявляет их концептуальные ограничения, связанные с особенностями национальных подходов.

Американская модель подвергается критике за гиперболизацию экономического детерминизма и индивидуализм. Теория «креативного класса» (Р. Флорида) игнорирует системное неравенство, коллективные формы творчества и роль общественных институтов, сводя сложный культурный процесс к «формуле» привлечения талантов.

Британская модель, несмотря на статус пионера отрасли, часто замыкается в рамках западноевропейского социального контекста, мало пригодного для анализа обществ с иной ролью государства. Ее критика прекариата может не учитывать специфику неформальных творческих практик и сетевой занятости в других регионах.

Французская модель критикуется за элитаризм и статичность. Защита «высокой культуры» и фигуры гения-творца может создавать барьеры для признания новых, цифровых и коммерчески успешных форм креативности как полноценных культурных практик.

Китайская модель представляет собой парадокс управляемой креативности. Жесткий идеологический контроль вступает в противоречие с самой природой творческого процесса, что ставит вопрос об устойчивости такой модели и ее способности к фундаментальным инновациям.

Российская модель находится в стадии активного формирования. Ее потенциальная сила – в попытке синтеза экономической целесообразности и ценностного культурного измерения. Однако научная критика должна отслеживать риски: инструментализацию культуры в политических целях, формализацию «традиционных ценностей» до набора клише, а также возможную бюрократизацию творческого процесса под влиянием новой регуляторной системы.

Уникальность креативного сектора приводит к некоторым барьерам применения стандартных экономических показателей и моделей для оценки креативного сектора. В этой связи возникают такие проблемы, как проблема измерения стоимости креативного продукта, выбор модели финансирования креативных индустрий, терри-

ториальная диспропорция в их развитии и кадровый прекариат. Остановимся на их рассмотрении.

Проблема измерения стоимости креативного продукта обусловлена тем, что ключевой актив креативных индустрий – интеллектуальная собственность – является нематериальным и волатильным. Его стоимость зависит от субъективных факторов (мода, уникальность, юридическая защита), что затрудняет оценку для инвестиций и кредитования. Ни одна из рассмотренных нами моделей не предложила универсального механизма оценки «креативного капитала».

Западные модели финансирования креативных индустрий (особенно американская) делают ставку на венчурный капитал и рынок. Это создает перекося в пользу коммерчески предсказуемых проектов в ущерб проектам экспериментальным и социально значимым. Французская модель с ее государственными дотациями может порождать иждивенчество и отрыв от запросов аудитории. Российская модель, сочетающая гранты и задачу привлечения частных инвестиций, должна найти баланс, чтобы избежать обеих крайностей.

Региональные диспропорции в развитии креативных индустрий проявляются в том, что для всех стран характерна гиперконцентрация креативных индустрий в столицах и крупных городах. В России 80% выручки компаний креативного сектора сосредоточено в 10 регионах страны [23]. Существующие модели слабо предлагают эффективные экономические механизмы деконцентрации, ограничиваясь политическими мерами поддержки.

Креативные индустрии неотделимы от феномена кадрового прекариата. Экономика креативных индустрий, основанная на проектной работе и фрилансе, воспроизводит нестабильную занятость, отсутствие социальных гарантий и профессионального выгорания. Ни одна национальная модель, включая европейскую с ее сильными социальными государствами, не решила эту проблему системно.

На основе приведенных материалов и также результатов анализа различных моделей авторы статьи предлагают *методологию «Культурно-экономический синтез» (КЭС)*, ядро которой – понимание креативных индустрий как динамической экосистемы, экономический и культурный аспекты которой не противостоят друг другу, а взаимно конвертируются, усиливая друг друга. Базовым принципом становится триединство культуры, экономики и права, за счет чего выстраивается триаксиальная система координат, в которой анализ любого объекта (проекта, кластера, политики) ведется по трем взаимосвязанным осям (рис. 1).



Рис. 1. Система координат «Культурно-экономический синтез» (КЭС)

Ось «Культурный капитал / ценность» измеряет символическую, идентификационную, эстетическую значимость креативных индустрий (национальный код, инновационность формы, социокультурную значимость).

Ось «Экономический капитал / стоимость» измеряет рыночную эффективность, инвестиционную привлекательность, мультипликативный эффект, долю нематериальных активов в креативных индустриях.

Ось «Институциональная среда / закон» анализирует правовые рамки, государственную политику, инфраструктуру (кластеры, образовательные учреждения), которые задают «правила игры» для конвертации первых двух видов капитала в креативных индустриях.

Данный трехмерный график позволяет наглядно сравнивать различные явления или объекты креативных индустрий по трем ключевым измерениям: культурной значимости, экономической ценности и степени институциональной поддержки. Данная методология фокусируется на том, как именно происходит трансформация объекта в рамках креативных индустрий. Например, можно выделить такие каналы, как легализация (как культурная практика оформляется в виде объекта интеллектуальной собственности); коммодификация (как смысл «упаковывается» в продукт / услугу); ценностная легитимация (как рыночно успешный продукт получает признание в качестве культурного явления или, наоборот, как культурно значимый проект находит экономическую модель); территориальная активация (как проекты преобразуют городскую среду и повышают стоимость смежных активов).

Культурно-экономический синтез представляется универсальным инструментом оценивания креативных индустрий, так как он наполняется конкретным содержанием в зависимости от национального и регионального контекста. КЭС может выступать дополнением к традиционным экономическим показателям (ВВП, инвестиции) за счет качественно-количественных метрик, а именно: индекс конвертации культурного капитала (на основе анализа патентов, авторских прав, лицензионных соглашений), коэффициента мультипликативного воздействия на смежные рынки (по методологии, учитывающей готовность платить за эстетику), карты ценностных нарративов в успешных проектах (контент-анализ для выявления работающих моделей синтеза традиции и инновации).

Методология КЭС позволяет преодолеть разрыв между экономическим и культурологическим анализом, может выступать инструментом для сравнительных международных исследований с четкой схемой для проектирования эффективных мер поддержки, направленных не на отдельные секторы, а на усиление и прозрачность каналов конвертации между культурой и экономикой.

Таким образом, несмотря на выявленные теоретические и практические противоречия, будущее креативных индустрий как зоны синтеза видится оптимистичным. Глобальный тренд на «экономизацию» культуры и одновременную «культурализацию» экономики необратим. Страны, которые смогут выработать наиболее гибкие и адаптивные модели этого синтеза, получат ключевое конкурентное преимущество в XXI веке.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии междисциплинарного подхода к анализу креативных индустрий, что способствует более глубокому пониманию их роли в современном обществе и экономике. Практическая значимость заключается в возможности применения методологии «Культурно-экономический синтез» для разработки стратегий поддержки креативных индустрий в России, что может способствовать их устойчивому развитию и интеграции в глобальную экономику. Работа также предоставляет рекомендации для формирования эффективных мер государственной политики и институциональной среды, способствующих развитию креативного сектора.

Россия, обладая мощным культурным наследием, высоким человеческим капиталом и формирующейся, но уже активной институциональной средой, имеет потенциальную возможность предложить альтернативную, ценностно-насыщенную модель креативной экономики. Предложенная методология «Культурно-экономический синтез» призвана стать инструментом для осмысления и управления этим сложным процессом. Она позволяет увидеть в креативных индустриях не просто сектор услуг или набор арт-проектов, а

живую лабораторию по производству будущего, где рождаются новые формы экономических отношений, укорененные в культурной идентичности, и новые культурные практики, обладающие устойчивой социальной и экономической жизнеспособностью. Конечная цель – переход от экономики креативных индустрий к креативной цивилизации, где ценность человеческого творчества становится универсальным мерилем прогресса.

Литература

1. Перечень статистических показателей (индикаторов), характеризующих креативную экономику Российской Федерации. URL https://rosstat.gov.ru/statistics/Creative_Economy (дата обращения 15.02.2026)
2. Суминова Т.Н. Творческие / креативные индустрии как вариант модернизации сферы культуры и искусства // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 3 (47). С. 30–36.
3. Морозов С.А. Культурные индустрии vs креативные индустрии // Культурная жизнь Юга России. 2016. № 4 (63). С. 145–148
4. Бокова А.В. Культурные, креативные, творческие индустрии как явление современной культуры (опыт концептуализации): автореф. дис. ... канд. филос. наук. Томск, 2016. 22 с.
5. Астафьева О.Н., Малыгина И.В. Российская культура в контексте динамики экономических стратегий // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 4 (108). С. 15–26. DOI: 10.24412/1997-0803-2022-4108-15-26.
6. Пономарев В.Д., Пожарская О.Б. Творческие индустрии в формировании организационной культуры предприятия // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 39. С. 190–195.
7. Байкова Э.Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 1 (163). С. 11–17. DOI: 10.34773/EU.2022.1.2.
8. Guilherme L.L. Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted // Brazilian Journal of Science and Technology. 2017. Vol. 4. № 2. P. 2–17
9. Rodríguez-Insuasti H., Montalván-Burbano N., Suárez-Rodríguez O., Yonfá-Medranda M., Parrales-Guerrero K. Creative Economy // A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. 2022. № 14 (23). P. 1–27. <https://doi.org/10.3390/su142316010>
10. Симакова Е.Ю., Цуркан М.В. Методы исследования креативных индустрий на макроэкономическом уровне // Вестник РГГУ. Серия: Экономика и управление. 2025. № 4. С. 120–133. DOI 10.28995/3033-7216-2025-4-120-133.
11. Сокорнов И.Р., Рами Д.Н. Методология исследования креативных индустрий // Креативная экономика. 2025. Т. 19. № 2. С. 277–302. DOI: 10.18334/ce.19.2.122560.
12. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. 421 с.
13. Copyright Law of the United States and Related Laws Contained in Title 17 of the United States Code. URL: <https://clck.ru/3TTP4m> (дата обращения 25.02.2026).
14. Creative Industries Mapping Document. URL: <https://clck.ru/3TTP5K> (дата обращения 25.02.2026).
15. Кодекс охраны культурного наследия. URL: <https://clck.ru/3TTP7T> (дата обращения 25.02.2026). (На фр. яз.).
16. Кодекс об образовании. URL: <https://clck.ru/3TTP95> (дата обращения 25.02.2026). (На фр. яз.).
17. Цзя Сюдун. Культурная политика и индустрия Китая в контексте глобализации // Век глобализации. 2018. № 2 (26). С. 101–114. DOI: 10.30884/vglob/2018.02.08

18. Xinhua Explainer: Why and how China boosts capacity for original cultural creation. URL: <https://clck.ru/3TTPGS> (дата обращения 28.02.2026)
19. Креативные индустрии в культуре: содержание, управление, проекты / под общ. ред. О.А. Павловой. Краснодар: Изд-во «Новация», 2023. 154 с.
20. Зеленцова Е.В., Гладких Н.В. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Т8 RUGRAM, 2021. 209 с.
21. Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: Изд. дом «Высшей школы экономики», 2014. 456 с.
22. Бурдые П. Формы капитала. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/2601> (дата обращения: 01.03.2026).
23. Замглавы Минэкономразвития Татьяна Илюшникова: креативная экономика – мягкая сила URL: <https://tass.ru/interviews/25272311> (дата обращения 07.05.2026).

An integrative approach to assessing the effectiveness of the creative ecosystem: experience of comparative analysis of creative industries models

Kul'turnayazhizn' Yuga Rossii – Cultural Studies of Russian South, 2026, 2 (101), 18–28
DOI: 10.24412/2070-075X-2026-2-18-28

Gennadii V. Ivanov, Federal Institute of Industrial Property (Moscow, Russian Federation).
E-mail: ppc71@rupto.ru

Anastasia A. Tokareva, All-Russian Patent and Technical Library, Federal Institute of Industrial Property (Moscow, Russian Federation). E-mail: anastasiia.tokareva@rupto.ru

Keywords: creative industries, intellectual property, methodology, economics, creativity, culture, analysis, law

Creative industries are becoming an important component of the economic and cultural development of countries. In this context, the relevance of research dedicated to the analysis of creative industries in Russia is increasing. This work aims to develop and substantiate a new methodology called “Cultural-Economic Synthesis”, which allows for a comprehensive assessment of creative industries as a dynamic ecosystem that integrates cultural, economic, and legal aspects.

The article investigates key relationships between cultural capital and economic value, as well as the impact of the institutional environment on the development of creative industries. The subject of the study includes the mechanisms of functioning and development of creative industries in Russia, along with their characteristics compared to foreign models. The research draws on numerous scientific publications, legislative acts, including federal laws, and data from Rosstat regarding the contribution of creative industries to GDP.

The work introduces new metrics for assessing the cultural and economic potential of creative industries into scientific discourse for the first time, allowing for a more accurate evaluation of their contribution to the economy. It has been proven that the proposed methodology facilitates a deeper understanding of the specifics of Russian creative industries and identifies their limitations and opportunities for further development.

The authors argue that the developed typology of creative industries, based on cultural-economic synthesis, can serve as a foundation for forming effective public policy in this area. The article also presents the authors' recommendations for supporting creative industries, which can promote their sustainable development and integration into the global economy.

The novelty of the research lies in the integration of cultural and economic aspects, opening new horizons for future research and practical recommendations for developing support strategies for creative industries in Russia. Thus, the work makes a significant contribution to the development of the theory and practice of creative industries, emphasizing their importance for modern society and the economy.

References

1. Rosstat.gov.ru (2025) *Perechen' statisticheskikh pokazateley (indikatorov), kharakterizuyushchikh kreativnyuyu ekonomiku Rossiyskoy Federatsii* [List of statistical indicators characterizing the creative economy of the Russian Federation] [Online]. Available from: https://rosstat.gov.ru/statistics/Creative_Economy (Accessed 15.02.2026)
2. Suminova, T.N. (2012) *Tvorcheskie/kreativnye industrii kak variant modernizatsii sfery kul'tury i iskusstva* [Creative industries as an option for modernizing the cultural and artistic sphere]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv – Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. 3 (47). pp. 30–36.
3. Morozov, S.A. (2016) *Kul'turnye industrii vs kreativnye industrii* [Cultural industry vs creative industry]. *Kul'turnaya zhizn' YUga Rossii – Cultural Studies of Russian South*. 4. pp. 145–148.
4. Bokova, A.V. (2016) *Kul'turnye, kreativnye, tvorcheskie industrii kak yavlenie sovremennoj kul'tury (opyt konceptualizatsii)* [Cultural, creative, and artistic industries as a phenomenon of modern culture (an experience of conceptualization)]. Abstract Philology Cand. Diss. Tomsk.
5. Astafieva, O.N. & Malygina, I.V. (2022) *Rossiyskaya kul'tura v kontekste dinamiki ekonomicheskikh strategij* [Russian culture in the context of the dynamics of economic strategies]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv.- Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. 4 (108). pp. 15–26. DOI: 10.24412/1997-0803-2022-4108-15-26
6. Ponomarev, V.D. & Pozharskaya, O.B. (2017) *Tvorcheskie industrii v formirovanii organizatsionnoj kul'tury predpriyatiya* [Creative industries in forming the organizational culture of the enterprise]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv – Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts* 39. pp. 190–195.
7. Baykova, E.R. (2022) *Opyt razvitiya kreativnykh industriy za rubezhom* [Experience in the development of creative industries abroad]. *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskij zhurnal – Economics and management: scientific and practical journal*. 1 (163). pp. 11–17. DOI: 10.34773/EU.2022.1.2.
8. Guilherme, L.L. (2017) *Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted*. *Brazilian Journal of Science and Technology*. Vol. 4. 2. pp. 2–17
9. Rodríguez-Insuasti, H., Montalbán-Burbano, N., Suárez-Rodríguez, O., Yonfó-Medranda, M. & Parrales-Guerrero, K. (2022) *Creative Economy. A Worldwide Research in Business, Management and Accounting*. 14 (23). pp. 1–27 <https://doi.org/10.3390/su142316010>
10. Simakova, E.Yu. & Tsurkan, M.V. (2025) *Metody issledovaniya kreativnykh industriy na makroekonomicheskom urovne* [Methods of research of creative industries at the macroeconomic level]. *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie – Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Economics. Management*. 4. pp. 120–133
11. Sokornov, I.R. & Rami, D.N. (2025) *Metodologiya issledovaniya kreativnykh industriy* [Methodology of research in the creative industries]. *Kreativnaya ekonomika – Creative Economy*. Vol. 19. 2. pp. 277–302.
12. Florida, R. (2005) *The Creative Class: People Changing the Future* Translated from English. Moscow: Publishing house “Classic-XXI”.
13. USA (1976) *Copyright Law of the United States and Related Laws Contained in Title 17 of the United States Code*. [Online] Available from: <https://clck.ru/3TTP4m> (Accessed 25.02.2026)
14. England (1998) *Creative Industries Mapping Document*. [Online] Available from: <https://clck.ru/3TTP5K> (Accessed 25.02.2026)

15. French Republic (2004) *Heritage Code. Last updated data for this code.* [Online] Available from: <https://clck.ru/3TTP7T> (Accessed 25.02.2026). (In French).
16. French Republic (2026) *Education Code. Last updated data for this code.* [Online] Available from: <https://clck.ru/3TTP95> (Accessed 25.02.2026). (In French).
17. Jia Xudong. (2018) *Kul'turnaya politika i industriya Kitaya v kontekste globalizacii* [Policy and Industry in China in the Context of Globalization]. *Vek globalizacii – Age of globalization.* 2 (26). pp. 101–114
18. English.news.cn (2025) *Why and how China boosts capacity for original cultural creation.* [Online] Available from: <https://clck.ru/3TTPGS> (Accessed 28.02.2026).
19. Pavlova, O.A. (ed.) (2023) *Kreativnye industrii v kul'ture: sodержanie, upravlenie, proekty* [Creative Industries in Culture: Content, Management, Projects]. Krasnodar: Publishing house “Novation”.
20. Zelencova, E.V. & Gladkih, N.V. (2021) *Tvorcheskie industrii: teorii i praktiki* [Creative Industries: Theories and Practices]. Moscow: T8 RUGRAM.
21. Hezmondhalgh, D. (2014) *Kul'turnye industrii* [Cultural Industries]. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics
22. Bourdieu, P. (2013) *Formy kapitala* [The Forms of Capital]. Available from: <https://gtmarket.ru/library/articles/2601> (Accessed 01.03.2026).
23. tass.ru (2026) *Zamglavy Minekonomrazvitiya Tat'yana Ilyushnikova: kreativnaya ekonomika – myagkaya sila* [Deputy Minister of Economic Development Tatyana Ilyushnikova: The creative economy is soft power]. [Online] Available from: <https://tass.ru/interviews/25272311> (Accessed 07.05.2026).

УДК 008:004(477.75)

DOI: 10.24412/2070-075X-2026-2-28-39

В.А. Горенкин, А.Ю. Маслюков

ЦИФРОВАЯ ЭКОСИСТЕМА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Актуальность исследования обусловлена трансформацией социальных практик и переходом сферы культуры к новой цифровой экосистеме. В связи с этим особое значение приобретает анализ деятельности региональных учреждений культуры как первичных элементов, формирующих единое цифровое пространство. На основе анализа цифрового присутствия подведомственных Министерству культуры Республики Крым учреждений выявлена структура региональной цифровой экосистемы, оценено ее платформенное разнообразие и определен масштаб вовлеченности аудитории.

Ключевые слова: *цифровая экосистема, цифровая трансформация, технологии, культура, Министерство культуры Республики Крым.*

Актуальность темы исследования. В последнее время при характеристике изменений, происходящих в сфере культуры, все чаще отмечается наличие существенных преобразований в социальных практиках и деятельности традиционных институтов, ведущих к расширению возможностей применения искусственного интеллекта и роботизированных систем. Возникающее многоуровневое пространство культуры представляет собой сложное образование, обладающее свойствами самоорганизации и развития. Данное образование получило название «новая цифровая экосистема». Сам термин «экосистема» имеет парадигмальную коннотацию и описывает видовое разнообразие как естественных (природных), так и сформированных людьми систем [1].