Научная статья

https://doi.org/10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.89.1.007
УДК 332.1

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

***Митина Д. Е.*[1]*, *Филлипов Я. А.*[1]**
[1] *Югорский государственный университет, Ханты-Мансийск, Россия*
** dinabekber@mail.ru*

Аннотация. *Введение.* В статье рассмотрены вопросы конвергенции процесса цифровизации и развития креативных индустрий. Уточнены роли и влияние развития цифровых решений и их значимость для развития. Классифицированы позиции и перспективы дальнейшего развития для групп креативных индустрий. *Материалы и методы.* В основу анализа были положены данные научных работ российских и зарубежных ученых, статистические отчеты общественных организаций и научных институтов, занимающихся вопросами развития креативных индустрий. Использованы нормальные документы Российской Федерации о работе креативных индустрий. *Результаты исследования.* Дискуссия о вопросе понятия креативных индустрий порождает различия в классификационных признаках и объединениях индустрий по кластерам. Статистика показывает рост показателя доли вклада в ВВП креативных индустрий как в России, таки за рубежом. Однако и там и там отмечены различия в определении самого понятия и их систематизации. Проведен сравнительный анализ подходов и классификаций, предложено приведение к общей системе. Рассматривая роли цифровых технологий для креативных индустрий, выявлен парадокс различных подходов. Систематизированы роли влияния цифровизации по отношению к креативным индустриям. *Обсуждение и заключение.* Проведенный анализ показал важность цифровых решений и как инструмента развития креативных индустрий, и как инфраструктурной основы, и как инструмента доступа, и как компетенций специалистов для креативной индустрии. Более того, цифровые решения выступают также в роли конечного продукта для ряда групп. В связи с этим определены дальнейшие перспективы развития, которые опираются на возможности дальнейшей интеграции цифровых решений и конвергенции цифровизации процессов и развития креативных индустрий.

Ключевые слова: цифровизация, креативные индустрии, векторы развития.

Для цитирования: Митина Д. Е., Филлипов Я. А. Роль цифровизации в развитии креативных индустрий. *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).* 2025;1(32):70-80. doi: 10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.89.1.007.

Research article

JEL R10, R19, R50

THE IMPORTANCE OF DIGITALIZATION IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES

***Mitina D.*[1]*, *Phillipov Ya.*[1]**
[1] *Ugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia*
** dinabekber@mail.ru*

Abstract. *Introduction.* В статье рассмотрены вопрос конвергенции процесса цифровизации и развитие креативных индустрий. Уточнены роли и влияние развития цифровых решений и их значимость для развития. Классифицированы позиции и перспективы дальнейшего развития для групп креативных индустрий. *Materials and methods.* The analysis was based on data from scientific works of Russian and foreign scientists, statistical reports of public organizations and scientific institutes dealing with issues of development of creative industries. Standard documents of the Russian Federation on the work of creative industries were used. *Research results.* The discussion on the issue of concept of creative industries gives rise to differences in classification features and associations of industries by clusters. Statistics show an increase in the share of contribution to GDP of creative industries both in Russia and abroad. However, in both cases, differences in the definition of the concept itself and their systematization are noted. A comparative analysis of approaches and classifications is carried out, and their reduction to a common system is proposed. Considering the roles of digital technologies for creative industries, a paradox of different approaches is revealed. The roles of the influence of digitalization in relation to creative industries are systematized. *Discussion and conclusion.* The conducted analysis showed the importance of digital solutions both as a tool for the development of creative industries, and as an infrastructure basis, and as an access tool, and as the competencies of specialists for the creative industry. Moreover, digital solutions also act as a final product for a number of groups. In this regard, further development prospects have been identified, which are based on the possibilities of further integration of digital solutions and convergence of digitalization of processes and development of creative industries.

Keywords: digitalization, creative industries, development vectors.

For citation: Mitina D., Phillipov Ya. The importance of digitalization in the development of creative industries. *Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH).* 2025;1(32):70-80. doi: 10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.89.1.007.

Введение

Развитие информационного обеспечения креативных индустрий стало важным элементом их устойчивого роста и прогрессивного развития в условиях глобализации и цифровизации. В современном мире креативные индустрии, включая такие области, как музыка, кино, мода, дизайн, визуальные искусства и другие, занимают все более значимое место в экономике, оказывая влияние на культурные и социальные процессы общества. Однако для того, чтобы эти индустрии могли эффективно функционировать и оставаться конкурентоспособными, необходимы инновационные информационные решения, которые обеспечат не только оптимизацию бизнес-процессов, но и усиление взаимодействия между творческими специалистами, производственными предприятиями и конечными потребителями.

С каждым годом растет значимость информационных технологий в креативных индустриях, где цифровые решения оказывают влияние на весь спектр творческих процессов – от разработки и создания контента до его распространения и последующей монетизации. Актуальность вопроса разработки информационного обеспечения для креативных индустрий заключается в потребности создания интегрированных технологических платформ, которые будут способствовать повышению производительности, а также обеспечению доступности культурных продуктов для более широкой аудитории.

В условиях быстрого технологического прогресса и постоянных изменений в информационной среде развитие креативных индустрий невозможно без внедрения современных технологических решений. Эти решения не только помогают повысить эффективность работы и создать новые формы взаимодействия, но и становятся основой для коммерциализации творчества. Важность данного направления заключается в необходимости разработки и внедрения технологических решений, которые соответствуют нуждам и вызовам креативной отрасли, обеспечивая тем самым ее устойчивость и дальнейшее развитие.

Материалы и методы

В работе на основе агрегирования данных о понятии креативных индустрий и их классификации рассмотрены и проанализированы подходы к формированию кластеров. Проведен анализ общероссийских и мировых показателей долей вклада креативных индустрий в ВВП. Использован метод сравнительного анализа, графической интерпретации информации. На основе анализа нормативных и научных статей выявлены ключевые направления развития.

Результаты исследования

Развитие креативной индустрии имеет огромный потенциал. На текущий момент в рамках производства товаров и услуг в этих секторах экономики отмечается положительная динамика. По оценкам специалистов, рост в данном секторе во всем мире составляет 3,1% в мире, в то время как в Российской Федерации данный показатель в 2023 г. достиг 3,5% в ВВП, что стало сопоставимым с вкладом сельского хозяйства или лесного хозяйства. В то же время, учитывая серьезную динамику прироста данного направления, стоит уделять большее внимание ускорению раскрытия его потенциала для экономики страны.

Разбор основных драйверов развития и дальнейших направлений станет предметом данной работы на основе рассмотрения различных аспектов функционирования креативных секторов экономики, таких как: культурные [5, 8, 13], концептуальные [1, 2, 4, 7, 10, 11, 15, 16], экономические [3, 6, 9, 10, 12, 14] и другие. Важным аспектом, на наш взгляд, является применение цифровых технологий в данных индустриях (Антонова В. Г., Бекбергенева Д. Е. и др.). Именно выявление механизмов взаимосвязи и дальнейших концепций развития вызывает особый интерес.

Практически все авторы сходятся во мнении, что креативные индустрии играют важную и возрастающую роль в современной экономике. Это подчеркивается и на качественном уровне (как важный социокультурный феномен постиндустриальной эпохи, приоритет государственной политики), и на количественном (вклад нескольких процентов в ВВП, миллионы рабочих мест). Таким образом, консенсус состоит в том, что творческий сектор – не второстепенный, а стратегически значимый сегмент, способный стимулировать инновации и развитие регионов. Ни одна из рассматриваемых работ не ставит под сомнение ценность креативных индустрий – дискуссии ведутся лишь о том, как лучше раскрыть их потенциал.

Понятие креативной индустрии появилось относительно недавно, в конце XX века. Как отмечается в работе Васильева Н. А., первое упоминание данного понятия приходится на 1994 г., где при-

менительно к различным областям экономики в дальнейшем использовалось понятие «креативный» [5]. На текущий момент данные индустрии получили широкое развитие и применение. Отмечается огромный потенциал данных индустрий в развитых и развивающихся экономиках. На текущий момент креативные индустрии чаще всего сопоставляются с возможностью применения индивидуального творчества, навыков и талантов, для создания прибыли и рабочих мест за счет разработки производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. Это определение, которое наиболее распространено в развитых экономически странах, дает отсылку применению результатов интеллектуальной собственности как результата деятельности в сферах креативных индустрий. В работе Мьеж Б. в рассуждениях о существовании понятия креативных индустрий и их дальнейших направлений развития делает отметку о том, что, несмотря на длительный период существования данного понятия, это определение все-таки еще сложно и многообразно для анализа [11]. Изначально отмечено, что креативные индустрии рассматривались как проекты, связанные с разработкой и инициацией компьютерных решений, направленных на развитие экономики и информационного пространства. Также отмечается, что технологические и информационные изменения являются превалирующими над социальными, культурными и коммуникативными векторами развития общества. Однако практическое развитие показало, что технологии в этом случае не были основополагающим ядром развития таких проектов. Как отмечалось в работе Васильева Н. А., так и в текущей работе, – те же первые отсылки к проектам креативных индустрий [5].

Опираясь на данные работы, можно сказать, что ключевым моментом, связанным с этими проектами, стало преобразование структуры индустриального сектора в условиях глобальных экономических ограничений. Таким образом, на концептуальном уровне проблема заключается в размытости и неопределенности границ сектора: разные страны и эксперты по-разному трактуют, какие виды деятельности считать креативными, что затрудняет сравнение и выработку согласованной политики. Гумерова Г. И. и Шаймиева Э. Ш. фактически прорабатывают эту проблему, предлагая четыре подхода и тем самым систематизируя представления об отрасли [7]. Однако сам факт того, что существует несколько параллельных подходов к определению творческих индустрий, указывает на отсутствие единой методологии в академическом и управленческом сообществе.

На текущий момент можно отметить значительное расхождение в классификации направлений, относящихся к кластерам креативной экономики. Рассмотрим этот момент более подробно.

Дискуссионность подходов отражена в работах Васильева Н. А., Бекбергеневой Д. Е., Гузенко А. В., Мьежа Б., Vincente da Silva A. M. и др. Рассматривая данный вопрос, авторы опираются на различные источники, формируя интегрированный взгляд на единую группировку индустрий и направлений, входящих в данное понятие.

Зачастую в основе рассмотренных классификационных групп принимаются различные подходы группировки, объединяя группы то по направлениям деятельности, то по отношению к функциональным решениям.

Классификации представлены как научными институтами (ГУ ВШЭ), так и общественными организациями (ЮНИСЕФ при ООН).

Вопрос о границах креативной экономики остается дискуссионным, поскольку разные страны и исследовательские школы используют собственные критерии классификации. Рассмотрим четыре основных подхода: российская классификация НИУ ВШЭ, британский реестр DCMS, модель Джона Хокинса и систематизация, предложенная ООН [5]. Первая ориентирована на культурно-

исторические особенности и включает традиционные сферы (арт-индустрию, народные промыслы, библиотеки, музеи) наряду с технологически ориентированными секторами (IT, видеоигры, анимация). Важной особенностью является присутствие образования в сфере креативных индустрий как самостоятельного элемента, что подчеркивает значимость подготовки кадров. Вторая базируется на анализе экономического вклада индустрий и их способности к генерации добавленной стоимости. В перечень входят архитектура, реклама, издательская деятельность, IT-сектор, театральное и исполнительское искусство. В отличие от российской модели, здесь отсутствуют народные промыслы и ювелирное дело, а культурное наследие не выделено отдельно. Третья является развитием модели DCMS и дополняет ее включением индустрий, связанных с исследованиями и разработками (НИОКР), а также игрушечной индустрии. Дж. Хокинс подчеркивает взаимосвязь науки и творчества, а также инновационный потенциал креативных индустрий, что делает его классификацию более гибкой. Подход ООН является наиболее широким и включает детализированную структуру, разбитую на семь крупных групп: декоративно-прикладное искусство, аудиовизуальные искусства, дизайн, новые медиа, исполнительские искусства, издательское дело и визуальные искусства. Отличительной особенностью является внимание к цифровым технологиям, включая виртуальные игры, социальные сети, подкасты. Также в отдельную группу выделены объекты культурного наследия, что делает классификацию универсальной.

Агрегация данных подходов нашла отражение в работе Гузенко А. В. и Лебедевой Е. Е. Указанное разделение по креативным группам и индустриям представлено на рисунке 1.

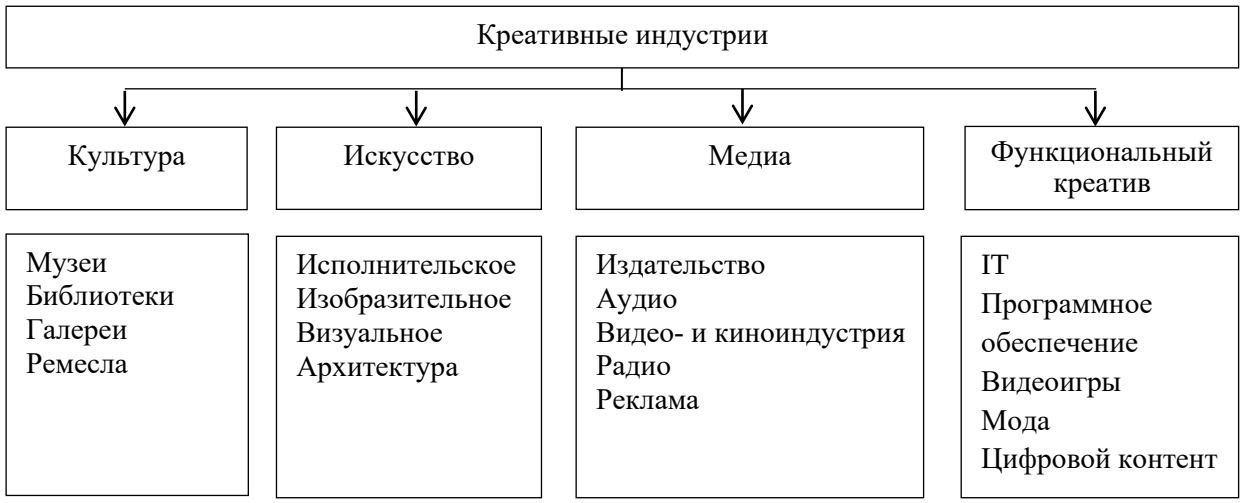


Рисунок 1 – **Креативные группы и индустрии** [6]
Figure 1 – **Creative groups and industries** [6]

Рассматривая природу креативных индустрий, стоит отметить, что существенны в этих подходах и различия в аспектах изучения. Опираясь на работу Гумеровой Г. И. и Шаймиевой Э. Ш., можно выделить четыре подхода к креативной экономике: совокупность видов экономической деятельности; совокупность высокотехнологичных отраслей и услуг; площадки по созданию объектов интеллектуальной собственности; через призму конкретного вида экономической деятельности [7]. Это подразумевает учет высокотехнологичных секторов и интеллектуальных продуктов, что отражает влияние технологий. При этом рассмот-

рение креативной экономики с таких разных фокусов позволяет говорить и о разном значении информационных решений и цифровизации для этой сферы.

Предлагаем рассмотреть потенциал такого подхода более подробно.

Стоит отметить, что цифровизация существенно влияет на эволюцию креативных индустрий. Цифровые технологии рассматриваются как драйвер роста и необходимое условие развития творческого сектора и могут быть представлены в этом ключе с разных сторон. В ряде исследований подчеркивается, что именно в последние годы – на фоне цифровой трансформации – креативные индустрии демонстрируют бурный рост и становятся заметным трендом в предпринимательстве. В работах, специально рассматривающих цифровизацию [1, 7, 10], показано, как новые технологии трансформируют процессы создания и распространения культурного продукта. Антонова В. Г. и Алексеева Ю. А. указывают, что использование достижений цифровизации в сфере культуры (оцифровка и архивирование контента, 3D-сканирование и визуализация, применение искусственного интеллекта для создания культурных благ, онлайн-образование и др.) является необходимым условием формирования новой модели развития отрасли [2].

Таким образом, информационные и цифровые решения становятся инструментом осуществления деятельности в сфере креативной экономики, позволяя повысить качество производимой продукции, ее доступность, массовость и сохранность. В этом случае можно говорить о рассмотрении информатизации и цифровизации как прикладного инструмента, который используется наравне с другими секторами экономики.

Цифровые коммуникационные технологии позволяют существенно расширить доступ граждан к культурным ценностям независимо от места проживания, что провозглашено приоритетной задачей государственной культурной политики РФ. Формирование единого электронного информационного пространства (национальные электронные библиотеки, архивы и др.) стало стратегической целью в России, позволяя консолидировать цифровые ресурсы культуры. Это иллюстрирует, как цифровизация служит основой инфраструктуры для креативных индустрий, обеспечивая сохранение и распространение контента. В этом ключе информационные технологии являются фундаментальной базой создания, хранения и передачи продукта креативных индустрий. В то же время стоит отметить, что здесь важную роль играет развитие цифрового менталитета населения, поскольку должны быть развиты и поддержаны не только источники создания информационной среды, но и каналы передачи информации и продукта, а также и точки принятия. И если концентрация развития характерна для крупных населенных пунктов, то с удалением от них уровень цифрового менталитета является областью для развития.

Есть мнение, что период цифровой трансформации есть современное условие развития креативного сектора [10]. Они отмечают, что пандемия COVID-19 и санкционные ограничения ускорили внедрение цифровых технологий, поставив перед индустрией новые вызовы адаптации. В ответ на эти вызовы авторы предлагают уделять особое внимание развитию цифровых компетенций у кадров творческих индустрий и внедрению проектно-ориентированных методов управления, основанных на современных технологиях. Таким образом, цифровизация не только открывает новые возможности (например, онлайн-платформы для творчества, дистанционное образование в креативных сферах), но и требует активной перестройки системы подготовки специалистов и методов ведения бизнеса в индустрии. В этом случае информационные технологии выступают как часть процесса обучения, основание которых представляется необходимым для дальнейшего развития как креативной, так и традиционной экономик.

Гумерова Г. И. и Шаймиева Э. Ш. прямо вписывают анализ креативных индустрий в контекст цифровой экономики [7]. Для эффективного управления креативными индустриями необходимо формировать специальный инструментарий, учитывающий цифровую среду. Практическая ценность их работы как раз в том, что она предлагает методологию, пригодную для эпохи цифровизации – результаты исследования могут помочь масштабировать успешные цифровые решения из одной креативной индустрии на другие. В этом случае цифровизация креативных индустрий становится частью тренда по увеличению доли информационных решений в экономической жизни страны.

Даже исследования более концептуального характера признают роль цифровой среды. В обзоре Васильева Н. А., хотя основная тема – терминологические и структурные основы индустрии, упоминаются «информационные и культурные индустрии» и их трансформация с появлением креативных индустрий [5]. Это намекает на важность цифровых технологий в генезисе творческих индустрий. Кроме того, статистическое исследование НИУ ВШЭ демонстрирует, что самые быстрорастущие и весомые сегменты креативного сектора связаны с цифровым контентом – программное обеспечение, видеоигры, медиа. Высокая доля IT-сферы внутри креативной экономики (почти 30% выручки) подтверждает, что цифровые индустрии фактически являются ядром современной креативной экономики.

Цифровизация кардинально меняет ландшафт креативных индустрий. С одной стороны, она предоставляет новые инструменты и каналы для творчества, распространения продуктов и взаимодействия с аудиторией. С другой стороны, возникновение цифровой экономики требует адаптации управленческих подходов, обновления образовательных программ и развития инфраструктуры (цифровые платформы, правовые информационные системы и пр.). Без внедрения цифровых технологий дальнейший рост креативных индустрий уже немыслим.

В то же время стоит отметить, что информационные и цифровые решения являются конечным продуктом у некоторых групп креативной экономики. В частности, такие группы, как функциональный креатив, культура и медиа в части своих видов, как индустрии сформированы на создание, разработку и развитие цифровых решений. Они являются объектом деятельности и конечным продуктом, призванным увеличивать финансовый результат данных направлений.

Соотнося с данными, представленными в работе Бекбергеневой Д. Е., можно увидеть структуру доходов мировой креативной экономики, большую часть из прибыли которой занимают как раз направления, для которых информационные решения – это основной продукт их деятельности [3].

Таким образом, можно говорить о ситуации, когда информационные решения для этих направлений выступают не только вышеперечисленными сторонами деятельности, но и являются целью и фокусом производственного цикла. Это порождает ситуацию, когда инструмент одновременно является и основным продуктом реализации.

Представленное разнообразие подходов к рассмотрению значения информационных решений для креативных индустрий говорит о многообразии и подводит к многоуровневому рассмотрению процесса конвергенции цифровизации и креативных индустрий, а также проблем и перспектив.

Обсуждение и заключение

При рассмотрении вопросов конвергенции развития цифровых решений и креативных индустрий выявлены следующие подходы. Представим данные конвергенции процессов цифровизации и развития креативных индустрий на рисунке 2.



Рисунок 2 – **Конвергенция процессов цифровизации и развития креативных индустрий**
Figure 2 – **Convergence of digitalization processes and development of creative industries**

Перспективы роста креативных индустрий в целом связаны с реализацией целенаправленных стратегий, использованием преимуществ цифровой экономики и укреплением институциональной поддержки.

Для наиболее системной реализации их возможностей необходимы усилия в нескольких направлениях. В первую очередь, необходимо укрепление национальной политики в области инфраструктуры творческих направлений. Несмотря на хорошие средние показатели по стране, по группам креативных индустрий, Россия в области функционального креатива нуждается в дополнительных мерах для достижения целей национальной Концепции развития. Для творческих индустрий требуются продуманные институциональные меры и комплексные программы поддержки отрасли. Иными словами, перспективы сектора во многом зависят от того, насколько государство создаст благоприятные условия – от законодательства до финансовых стимулов. Несмотря на существующие базовые документы, такие как Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. (2021) и «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (2024), необходима дальнейшая вертикальная проработка вопросов поддержки и развития цифровых решений для ускорения развития отрасли.

Другим важным направлением является интеграция цифровых технологий и инноваций во все процессы креативной экономики. Фактическим желаемым результатом должен стать рост конкурентоспособности российских творческих продуктов, расширение занятости в секторе и активное внедрение современных технологий для создания и распространения контента. Перспектива заключается в том, что цифровизация позволит отечественным компаниям выйти на новый уровень – увеличить аудиторию (через онлайн-платформы), монетизировать контент глобально и эффективнее охранять свои интеллектуальные права с помощью информационных систем. Если эти процессы будут продолжаться, креативные индустрии станут одним из важных драйверов инноваций в экономике. На текущий момент творческий бизнес уже превращается в значимый инновационный драйвер развития.

Будущее отрасли видится в ее синергии с технологическими инновациями – от искусственного интеллекта в производстве медиа до использования блокчейна для защиты авторских прав.

Большое внимание в перспективе уделяется развитию человеческого капитала и созданию сетей сотрудничества. Новые вызовы требуют повышенного внимания к подготовке кадров: обучение специалистов цифровым навыкам, внедрение проектно-ориентированных методов обучения и управления, все это – инвестиции в будущее отрасли [10]. Они предлагают формирование образовательной сети креативных индустрий, то есть консорциума вузов, школ и индустриальных партнеров, который обеспечит постоянное обновление знаний и навыков работников в такт с цифровой экономикой. Перспектива здесь заключается в появлении целого сообщества профессионалов, способных генерировать и воплощать креативные идеи на мировом уровне. Если удастся наладить систему передачи знаний и опыта внутри страны (и с учетом международных лучших практик), российские креативные индустрии смогут значительно повысить свою конкурентоспособность. Также косвенно стоит затронуть этот момент, говоря о масштабировании положительного опыта и развитии универсальных методов в индустрии [7]. Успешные практики (в том числе связанные с управлением талантами и знаниями) можно распространять с одной отрасли на другие, создавая кумулятивный эффект роста всего сектора.

Еще одна общая перспектива – экономический рост и вклад в ВВП и занятость. При надлежащем развитии креативные индустрии способны существенно увеличить свой вес в экономике. Уже сейчас на мировой арене их вклад оценивается в несколько процентов ВВП. Перспективой на ближайшие годы является реализация потенциала роста вклада креативных индустрий в ВВП мировой экономики через поддержку экспорта творческих продуктов, развитие креативного предпринимательства в регионах и стимулирование спроса на отечественный контент.

Таким образом, перспективы развития креативных индустрий включают: институциональное укрепление и стратегическое планирование, тотальную цифровизацию и инновации, инвестиции в образование и кадры, а также увеличение экономического вклада сектора. Все эти направления взаимосвязаны и формируют образ будущего, в котором креативные индустрии становятся полноправным и влиятельным сегментом экономики знаний.

Список литературы

1. *Абанкина, Т. В.* Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – № 2 (54). – С. 221-228.

2. *Антонова, В. Г., Алексеева, Ю. А.* Реализация политики развития креативных индустрий в условиях цифровизации экономики // Петербургский экономический журнал. – 2021. – № 2. – С. 66-73.

3. *Бекбергенева, Д. Е., Лебедева, Е. Е.* К вопросу о механизмах управления креативным сектором экономики северных регионов России // Экономические науки. – 2024. – № 233. – С. 159-164.

4. *Бунеев, Т. П., Зайончковский, А. И.* Развитие национальных креативных индустрий: сравнение зарубежного и отечественного опыта // Россия: общество, политика, история. – 2023. – № 1. – С. 102-121.

5. *Васильев, Н. А.* Креативные индустрии: культурные, социальные, экономические и медиакоммуникационные основы деятельности // Социально-гуманитарные знания. – 2024. – № 3. – С. 13-24.

6. *Гузенко, А. В., Лебедева, Е. Е.* Инвестиции и развитие креативных индустрий: мировой и российский опыт // Финансовые исследования. – 2024. – Т. 25, № 3 (84). – С. 108-121.

7. *Гумерова, Г. И., Шаймиева, Э. Ш.* Подходы к исследованию креативных

индустрий для управления в условиях цифровой экономики // Russian Journal of Economics and Law. – 2023. – № 17910. – С. 63-89.

8. *Гущина, Е. Г., Тарабанова, Е. В.* Креативные индустрии: новые возможности для развития российских городов и регионов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия: Экономика. – 2022. – № 1. – С. 91-104.

9. *Морданов, М. А.* Креативные индустрии как драйвер экономического роста // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15, № 10. – С. 3725-3740.

10. Креативные индустрии: условия развития и перспективы / К. А. Мызрова, Е. В. Рожкова, О. А. Чугунова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 8. – С. 4141-4154.

11. *Мьеж, Б.* Креативные индустрии: в поисках стабильности концепта // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2018. – № 4. – С. 22-37.

12. *Новикова, С. К.* Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // Новые технологии. – 2019. – № 2. – С. 175-184.

13. *Комарова, К. С.* Роль масс-медиа в развитии креативных индустрий в России // Актуальные исследования. – 2022. – № 39. – С. 88-94, 46-48.

14. *Романец, И. И., Данилиди, К. Г.* Развитие креативной экономики в повестке устойчивого роста // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 4-1. – С. 453-464.

15. *Guilherme, L. L.* Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted // Braz J Sci Technol. – 2017. – Vol. 4, № 2.

16. Analysing public policies for creative economy: A systematic literature review / Vincente da Silva A. M., Muzzio H., Silva sa Silveira D. // Journal of International Development. – 2024. – № 1-15.

References

1. *Abankina, T.* Creative Economy in Russia: New Trends // Journal of the New Economic Association. – 2022. – № 2 (54). – P. 221-228.

2. *Antonova, V., Alekseeva, Yu.* Implementation of policy for development of creative industries in the context of digitalization of the economy // Petersburg Economic Journal. – 2021. – № 2. – P. 66-73.

3. *Bekbergeneva, D.,* Lebedeva, E. On the mechanisms for managing the creative sector of the economy of the northern regions of Russia // Economic sciences. – 2024. – № 233. – P. 159-164.

4. *Buneev, T., Zayonchkovsky, A.* Development of national creative industries: a comparison of foreign and domestic experience // Russia: society, politics, history. – 2023. – № 1. – P. 102-121.

5. *Vasiliev, N.* Creative industries: cultural, social, economic and media communication foundations of activity // Social and humanitarian knowledge. – 2024. – № 3. – P. 13-24.

6. *Lebedeva, E., Guzenko, A.* Investments and development of creative industries: world and Russian experience // Financial research. – 2024. – Vol. 25, № 3 (84). – P. 108-121.

7. *Gumerova, G., Shaimiev, E.* Approaches to the study of creative industries for management in the digital economy // Russian Journal of Economics and Law. – 2023. – № 17910. – P. 63-89.

8. *Gushchina, E., Tarabanova, E.* Creative industries: new opportunities for the development of Russian cities and regions // Bulletin of Volgograd State University. Economics. 2022. – № 1. – P. 91-104.

9. *Mordanov, M.* Creative industries as a driver of economic growth // Creative Economy. – 2021. – Vol. 15, № 10. – P. 3725-3740.

10. Creative industries: conditions of development and prospects / K. Myzrova, E. Rozhkova, O. Chugunova // Economy, entrepreneurship and law. – 2024. – Vol. 14, № 8. – P. 4141-4154.

11. *Miege, B.* Creative industries: in search of concept stability // Communications. Media. Design. – 2018. – № 4. – P. 22-37.

12. *Novikova, S.* Creative economy as a growth driver: global and Russian experience // New technologies. – 2019. – № 2. – P. 175-184.

13. *Komarova, K.* The role of mass media in the development of creative industries in Russia // Current research. – 2022. – № 39. – P. 88-94.

14. *Romanets, I., Danilidi, K.* Development of the creative economy in the sustainable growth agenda // Economy: yesterday, today, tomorrow. – 2022. – Vol. 12, № 4-1. – P. 453-464.

15. *Guilherme, L. L.* Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted // Braz J Sci Technol. – 2017. – Vol. 4, № 2.

16. Analysing public policies for creative economy: A systematic literature review / Vincente da Silva A. M., Muzzio H., Silva sa Silveira D. // Journal of International Development. – 2024. – № 1-15.

Об авторах:

Митина Дина Евгеньевна, *доктор экономических наук, доцент, руководитель Высшей школы цифровой экономики Югорского государственного университета, Ханты-Мансийск, Россия, dinabekber@mail.ru*

Филлипов Яков Андреевич, *аспирант Югорского государственного университета, Ханты-Мансийск, Россия, filippov-yasha@mail.ru*

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

About the Authors:

Dina Mitina, *Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of the Higher School of Digital Economics of Yugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia, dinabekber@mail.ru*

Yakov Phillipov, *Postgraduate student of Ugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia, filippov-yasha@mail.ru*

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.