

Научная статья

<https://doi.org/10.21202/2782-2923.2024.3.593-618>

УДК 330.1:330.3(470+571)

JEL: O1, O14, O15

С. И. Насырова¹

¹ Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа, Россия

Новый подход к исследованию уровня развития креатосферы человеко-ориентированной экономики в России

Насырова Светлана Ирековна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ
ВО «Уфимский университет науки и технологий»

E-mail: svitland1@rambler.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4101-755X>

eLIBRARY ID: SPIN-код: 3126-3127, AuthorID: 728324

Аннотация

Цель: развитие концептуальных положений человеко-ориентированной экономики посредством формирования нового подхода к исследованию креатосферы как составного элемента рассматриваемой экономической системы для разработки направлений по управлению ею.

Методы: анализ, синтез, контент-анализ, схема противоречия, метод линейного масштабирования, минимаксная нормализация.

Результаты: раскрыта характеристика креатосферы человеко-ориентированной экономики с точки зрения удовлетворения потребностей индивида в творчестве; проанализировано понимание структуры креатосферы как элемента, охватывающего все сферы рассматриваемой экономической системы; разработана модель гомеостаза человеко-ориентированной экономики на основе идентификации ее элементов-противоположностей (с одной стороны – природная и материальная сферы, сфера услуг, социальная сфера, инфосфера, цифровая и когнитивная сферы, с другой – креатосфера), базового ресурса (поток идей) и регулятора (потребности человека); обозначена предопределяющая роль креатосферы в развитии исследуемой экономической системы; выявлены противоречия на уровне человеко-ориентированной экономики, разрешение которых способствует развитию индивида и экономической системы в целом.

Научная новизна: разработка методики оценки креатосферы и ее апробация на субъектах Российской Федерации, позволяющая, в отличие от имеющихся в литературе, комплексно оценить развитие креатосферы как элемента, оказывающего влияние на человеко-ориентированную экономику в целом; определение вектора в управлении креатосферой на основе сформированного подхода к ее исследованию через масштабирование лучших региональных практик.

Практическая значимость: результаты осмысления креатосферы человеко-ориентированной экономики посредством схемы противоречий служат основой для дальнейших изысканий с целью построения научно обоснованной теории рассматриваемой экономической системы, а также формирования направлений разрешения выявленных противоречий. Результаты исследования являются основой для дальнейшего определения уровня развития российской человекоцентричной экономики с целью разработки мер по ее эффективному управлению.

Ключевые слова:

экономическая теория, человекоцентричная экономика, креатосфера, схема противоречия, идеи, развитие экономики

Статья находится в открытом доступе в соответствии с Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), предусматривающем некоммерческое использование, распространение и воспроизводство на любом носителе при условии упоминания оригинала статьи.

Как цитировать статью: Насырова, С. И. (2024). Новый подход к исследованию уровня развития креатосферы человеко-ориентированной экономики в России. *Russian Journal of Economics and Law*, 18(3), 593–618. <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2024.3.593-618>

Scientific article

S. I. Nasyrova¹

¹ Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia

New approach to researching the development level of the creatosphere in human-centered economy in Russia

Svetlana I. Nasyrova, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Ufa University of Science and Technology

E-mail: svitland1@rambler.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4101-755X>

eLIBRARY ID: SPIN-code: 3126-3127, AuthorID: 728324

Abstract

Objective: to develop conceptual provisions of human-centered economy by forming a new approach to the study of the creatosphere as a constituent element of the said economic system in order to develop its management.

Methods: analysis, synthesis, content analysis, scheme of contradiction, linear scaling method, minimax normalization.

Results: the characteristic of the creatosphere of the human-centered economy is revealed from the viewpoint of satisfying the individual's needs in creativity; the creatosphere structure is analyzed as an element covering all spheres of the economic system under consideration; the model of homeostasis of the human-centered economy is developed through identifying its elements-opposites (on the one hand – natural and material spheres, services, social sphere, infosphere, digital and cognitive spheres, on the other hand – creatosphere), as well as the model of the basic resource (flow of ideas) and regulator (human needs); the predetermining role of the creatosphere in the development of the said economic system is outlined; the contradictions are revealed at the level of human-centered economy, the resolution of which contributes to the development of an individual and the economic system as a whole.

Scientific novelty: it consists in the development of a methodology for assessing the creatosphere and testing it on the Russian subjects. Unlike those available in the literature, the methodology allows comprehensively assessing the creatosphere development as an element that affects the human-centered economy as a whole. The novelty consists also in defining a vector in the creatosphere management based on the formed approach to its research through the upscaling of best regional practices.

Practical significance: the results of comprehension of the human-centered economy creatosphere through the scheme of contradictions may serve as a basis for further research in order to build a scientifically sound theory of the said economic system and to form directions for resolving the identified contradictions. The study results are the basis to further define the development level of the Russian human-centered economy in order to develop measures for its effective management.

Keywords:

economic theory, human-centered economy, creatosphere, scheme of contradictions, ideas, economic development

The article is in Open Access in compliance with Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), stipulating non-commercial use, distribution and reproduction on any media, on condition of mentioning the article original.

For citation: Nasyrova, S. I. (2024). New approach to researching the development level of the creatosphere in human-centered economy in Russia. *Russian Journal of Economics and Law*, 18(3), 593–618. (In Russ.). <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2024.3.593-618>

Введение

«Творчество становится движущей силой экономического роста и инноваций» (Florida & Tinagli, 2004) – известное выражение, которое современным научным сообществом воспринимается как своеобразный стимул положительных изменений в экономике. В результате поиска новых приоритетов развития креативная сфера выходит на передовые позиции в данном вопросе (Каменских, 2014; Błaszczuk & Krysiński, 2023; Oakley, 2004). Выстраивается тесная взаимосвязь между креативностью и экономическим процветанием (De Beukelaer, 2014; Rozentale, 2014): производство идей (Florida, 2004) становится приоритетнее производства товаров и услуг, поскольку именно идеи как результат деятельности креатосферы (Schlesinger, 2007) оказываются источником инноваций (Hailey et al., 2010; Dubina et al., 2011), а те в свою очередь являются залогом успеха в конкурентной борьбе. Подобный акцент на креатосфере свидетельствует о том, что именно творческий подход человека (Freeman, 2020) способствует нелинейному экономическому развитию (Potts & Cunningham, 2010; Boccella & Salerno, 2016; Пилясов, Колесникова, 2008). При этом отметим, что само понимание экономического развития в настоящее время связано именно с человеком (Holford, 2019), с его определяющей ролью в экономических системах, поскольку происходит изменение фокуса от «человека для экономики» к «экономике для человека». Подобная ориентация актуализируется в свете смещения игры на экономической арене в сторону несырьевых аспектов, создания человекоцентричной экономики (Samans & Davis, 2017; Samans, 2023; Masullo, 2014), направленной на своеобразный симбиоз формирования и развития главных ценностей человека – прогрессивное развитие качеств человека на основе гармоничного развития личности – и обеспечения на их основе прогресса экономической системы. Переориентация на человекоцентричный курс экономики предполагает создание новых критериев успешности экономики, нежели ВВП, формируется установка на нужды и потребности человека, на «хозяина» мира, без которого невозможно существование никакой сферы. В свете высказанного актуализируется вопрос устойчивого развития человеко-ориентированной экономики¹ (Насырова, 2022).

В предыдущих исследованиях автором было выявлено, что базовой характеристикой человекоцентричной экономики выступают объективно необходимые потребности человека, сформированные исходя из его тройственной природы (потребности организма как биологического существа, потребности в материальных товарах, услугах, социальном взаимодействии, информации, цифровых продуктах, творчестве, новых знаниях) (Насырова, 2021). Это позволило идентифицировать структуру данной экономической системы² (природная

¹ В контексте работы «человеко-ориентированная экономика», «человекоцентричная экономика» будут приниматься как синонимы. В авторском понимании краткое определение рассматриваемого феномена сводится к следующему: «человеко-ориентированная экономика – разновидность экономических систем, отличающаяся удовлетворением потребностей и их объективной необходимостью, исходя из природы человека»; при этом определение человекоцентричной экономики через отражение фундаментальных качественных характеристик предполагает, что это экономическая система взаимодействия хозяйствующих субъектов, направленная на удовлетворение потребностей человека, сформировавшихся на основе гармоничного соотношения аспектов его природы (биологической, мыслительной, социальной), благами (товарами, услугами, идеями), созданными на базе ресурсов (человеческих, материальных, информационных)».

² Структура человеко-ориентированной экономики:

- природная сфера направлена на удовлетворение потребностей человека как биологического существа, при этом данный вид потребностей в настоящее время формирует требование не просто пищи, воды, сна и т. п., а необходимость потребления разнообразного, качественного питания, условий для комфортного отдыха, наличие чистого воздуха, свежей воды и т. п.;
- материальная сфера ориентирована на потребности в материальных товарах, а именно на потребность в жилье, автомобиле, предметах длительного пользования и т. п.;
- сфера услуг формирует возможность удовлетворения сервисных потребностей человека и основана на деятельности, которая характеризуется отсутствием материальной осязаемости и непосредственного обладания благом;
- социальная сфера направлена на удовлетворение потребностей в социальном взаимодействии преимущественно посредством получения образования, поддержания здоровья человека, занятий спортом, осуществления трудовой деятельности и т. п.;
- инфосфера отвечает за удовлетворение потребностей в информации благодаря работе библиотек, средств массовой информации, Интернета;
- цифровая сфера ориентирована на удовлетворение потребностей в цифровых продуктах, а также на удовлетворение прочих потребностей с помощью цифровых технологий;
- креатосфера основана на удовлетворении потребностей человека в творчестве через проявление креатива в культурных и инновационных сферах жизнедеятельности человека;
- когнитивная сфера направлена на удовлетворение потребностей в новых знаниях через познавательную деятельность; когнитивная деятельность является ведущей характеристикой человека, связанной с получением высшего образования, ученых степеней и осуществлением научно-исследовательской работы.

сфера, материальная сфера, сфера услуг, социальная сфера, инфосфера, цифровая сфера, креатосфера, когнитивная сфера) (Насырова, 2022), одной из ключевых сфер которой является креатосфера.

Первое упоминание о необходимости развития креативной индустрии было затронуто в рамках девятнадцатой Генеральной конференции ЮНЕСКО в Найроби в 1976 г. В последующем данный вопрос нашел отражение на конференциях в Осло в 1976 г. и в Мехико в 1982 г. (Темербулатова и др., 2020). Однако лишь в 1995 г. в результате работы Всемирной комиссии по культуре и развитию в виде *Our Creative Diversity*³ вопросы креативной экономики были подняты до мирового уровня. Акцентируя актуальность креатосферы, на 74-й сессии Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций 2021 г. был провозглашен Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития.

Россия тоже поддерживает данный курс. Так, в 2021 г. была основана Федерация креативных индустрий в РФ, а также принята Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.

Базовыми направлениями для исследований и дискуссий в рамках креатосферы являются следующие: понятия креатосферы (так, А. А. Степанов и М. В. Савина (2013) раскрывают креатосферу через формирование нестандартных идей для решения социально-экономических проблем, О. Н. Мельников (2012) – через творческую составляющую экономического развития, а Е. Д. Щетинина (2019) – через удовлетворение потребностей человека посредством творчества, интеллекта, воображения), креативного класса (так, О. К. Трубицын (2019) определяет креаторов как работников, способных к осуществлению инноваций, В. Н. Махалин (2015) – как людей, готовых принимать и осваивать новации и перемены в соответствии с веяниями эпохи, а К. Zhao с соавторами (2020) – как творческих работников, способствующих экономическому росту), актуальность (так, А. Михайлова и У. Винокурова (Mikhailova & Vinokurova, 2018) определяют важность исследования креатосферы как ответ на угрозы целостности, устойчивости и драйвер развития Арктики, Н. А. Каверина (2017) рассматривает креатосферу как основу совершенствования всех сторон общественного устройства и противостояния угрозам, формируемым за счет высоких технологий и глобализации, R. Levickaitė (2011) раскрывает креатосферу как новое явление в глобальной среде, актуальность которой заключается во взаимодействии креативности и экономики и сферы ее применения), факторы развития креатосферы (так, исследование А. С. Жупаровой с соавторами (2023) акцентирует внимание на взаимосвязи образования и креатосферы) и взаимосвязь с другими видами экономики (так, Т. В. Рудая (2008) прослеживает взаимосвязь креативной экономики, экономики знаний, информационной экономики в поле постиндустриальной экономики, а А. В. Михайлова (2018), Т. Jordan и А. Richterich (2023) акцентируют внимание на взаимосвязи цифровой и креативной экономики и выявлении точек их соприкосновения), кризис креатосферы (так, В. Ш. Сургуладзе (2022) рассматривает влияние кризисных обстоятельств, связанных с ускоренной цифровизацией, на креатосферу, а R. Comunian и L. England (2020) в своем исследовании отражают ненадежный характер творческой деятельности и неизбежность кризиса креатосферы) и др.

Как видно, в настоящее время креатосфера нашла широкое отражение в многочисленных исследованиях (Dharmani et al., 2021; Rodríguez-Insuasti et al., 2022) в силу того, что представители науки видят в данном секторе источник устойчивого развития и экономического роста. Однако, несмотря на столь значительный интерес к данному вопросу, общепризнанной методологии по оценке развития креативных индустрий нет.

Объект исследования – креатосфера человеко-ориентированной экономики; предмет исследования – оценка уровня развития креатосферы человекоцентричной экономики.

Соответственно, цель данной статьи представляется в исследовании креатосферы как составного элемента человеко-ориентированной экономики для разработки направлений по эффективному управлению ею.

Исходя из поставленной цели, предполагается решить следующие задачи:

- проанализировать имеющиеся представления о сущности креатосферы в работах зарубежных и отечественных представителей научного сообщества;
- идентифицировать креатосферу как источник устойчивого развития человеко-ориентированной экономики;

³ UNESCO. (1995). *Our Creative Diversity: Report of the World Commission on Culture and Development*. By World Commission on Culture and Development. Paris.

– разработать методику оценки креатосферы и оценить уровень ее развития в рамках субъектов Российской Федерации.

Дальнейшее изложение представлено в параграфах: 1. Методы; 2. Анализ сущности креатосферы; 3. Креатосфера как источник устойчивого развития человеко-ориентированной экономики; 4. Оценка развития креатосферы в Российской Федерации; 5. Обсуждение; 6. Заключение.

Методы

Автором применены общенаучные (анализ, синтез) и специальные методы исследования, предполагающие системное изучение креатосферы и достижение поставленной цели.

Так, на первоначальном этапе для анализа сущности исследуемого феномена предполагается применение контент-анализа, позволяющего изучить различные точки зрения на структуру креатосферы и сформировать оценочное суждение относительно объема упоминания определенных смысловых единиц в тексте (Богомолова, 1992).

Для идентификации креатосферы как источника устойчивого развития человеко-ориентированной экономики нами предполагается применение схемы противоречия⁴, разработанной профессором В. И. Разумовым (2004), высокая продуктивность которой доказана в различных областях научных знаний (образование, дизайн, сельское хозяйство, менеджмент и др.). Универсальность данного метода на базе применения противоречий, существующих в сложных системах, послужила основанием для осмысления механизмов устойчивости и поддержания последних. В итоге применение данного метода в отношении креатосферы человеко-ориентированной экономики, с одной стороны, дает возможность управления ею через идентификацию механизмов противоречия и воздействия на них в актуальном направлении; с другой – выявляемые противоречия в сложной системе – это своеобразный конфликт интересов, при соответствующем управлении которыми креатосфера способна перейти на более высокий уровень развития. Кроме того, качественное познание через категории противоречий изучаемого феномена открывает возможность перехода к количественным методам оценки исследуемого объекта.

Данный метод предполагает введение следующих базовых категорий: элементы-противоположности (элементы, между которыми имеется противоречие, вызванное борьбой за базовый ресурс), противоречие (отношение между противоположными элементами в результате циклического перераспределения ресурса между ними), базовый ресурс (ресурс, необходимый для функционирования элементов-противоположностей), крайний элемент (неустойчивый элемент, отдельно стоящий в схеме противоречия), центральный (средний) элемент (автономный элемент, имеющий возможность регулировать перераспределение ресурса между противоположными элементами), фазовый сдвиг (противофазные изменения состояний элементов-противоположностей, предполагающие достижение максимума одного антагониста при минимуме другого, связанное с циклическим переток ресурса между элементами), переток базового ресурса (перераспределение ресурса между элементами-противоположностями), минимальное (максимальное) значение жизненного параметра (самое низкое (высокое) значение в рамках элемента при сохранении его жизнеспособности; достижение показателя ниже минимального (выше максимального) значения способствует потере устойчивости данного элемента).

Технология применения метода следующая: выявление пары элементов-противоположностей, имеющих между собой противоречие; определение базового ресурса, перераспределяемого между антагонистами; фиксация максимума и минимума каждого элемента; выявление фазового сдвига, связанного с получением базового ресурса; определение центрального элемента в объекте как регулятора процесса циклического перераспределения ресурса между крайними элементами; выявление противоречий между центральным и крайними элементами.

На заключительной стадии исследования для количественной оценки развития креатосферы в Российской Федерации автором сформулирована методика, предполагающая ступенчатую схему ее формирования: част-

⁴ Схема противоречия – метод познания определенного явления или феномена, основанный на выявлении противоречий в рамках сложных систем с множеством элементов.

ные показатели – интегральный индекс. Подобная структура нашла широкое применение в многочисленных методиках, и ее эффективность не вызывает сомнения (Гриценко, Шубина, 2015).

Дальнейшая оценка предполагает применение метода линейного масштабирования (Айвазян, 2003; Ахмадиева, 2010; Спиридонов, 2010), основанного на минимаксной нормализации, – приведение различных показателей к сопоставимым величинам, переход от абсолютных величин к взвешенным (нормированным) значениям. Если связь частного показателя с интегральным индексом положительная, то применяется следующая формула:

$$X_n = \frac{X_N - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}.$$

В случае с отрицательной связью используется формула:

$$X_n = 1 - \frac{X_N - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}},$$

где X_n – относительная величина частного показателя в определенный период времени; X_N – абсолютная величина частного показателя в определенный период времени; $X_{\min}$ и $X_{\max}$ – минимальное и максимальное значения рассматриваемого показателя по всем субъектам Российской Федерации в определенный период времени, соответственно.

На завершающем этапе в рамках авторской методики осуществляется расчет интегрального индекса развития креатосферы (К):

$$K = \frac{\sum X_n}{q},$$

где q – количество оцениваемых показателей.

Результаты исследования

Анализ сущности креатосферы

Ключевым вопросом в рамках креатосферы становится неоднозначное понимание отраслей (Tremblay, 2008), включаемых в данный сектор, отечественными и зарубежными авторами. Однако отметим, что в научной литературе и нормативно-правовой документации либо не встречается идентификация структуры рассматриваемого феномена, либо в качестве структуры определены креативные индустрии или составные элементы креативной экономики, близкие к понятию креатосферы (табл. 1). Отметим, что креативные индустрии представляют собой сферы деятельности, в которых работают творческие профессионалы и которые связаны с культурой и творчеством в прямом понимании. Креативная экономика – это тип экономики, ядром которой являются непосредственно креативные индустрии⁵ (Ferreiro-Seoane et al., 2022; Veselá & Klimová, 2014). С нашей точки зрения, креатосфера объединяет не только сферы культурного назначения, но и прочие сферы деятельности⁶, где задействованы креативные профессионалы с их творческими идеями.

⁵ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р (в ред. Распоряжения Правительства Российской Федерации от 26.01.2024 № 145-р). <http://static.government.ru/media/acts/files/1202109270012.pdf>

⁶ Существует точка зрения, что креатосфера представляет собой среду, в которой развивается креативная экономика, является составляющей последней. Причем креатосфера объединяет в себе различные институты, организации, сообщества и людей, которые способствуют развитию и реализации творческого потенциала (Михайлова, Попова, 2023). Либо же креатосфера представляет собой лишь творческую среду для реализации творческого потенциала (Шульженко и др., 2023). Однако данное понимание креатосферы является скорее исключением, чем устоявшейся позицией в современных источниках.

Таблица 1

Структура креатосферы
Table 1. Structure of creatosphere

Автор/источник / Author/source	Год / Year	Отрасли/направления, относимые к креатосфере / Sectors/directions referring to creatosphere
NESTA ⁷	2006	Четыре сквозные, но отдельные группы: поставщики креативных услуг (рекламные, архитектурные, дизайнерские консалтинговые и новые медиаагентства), производители креативного контента (кино, телевидение, модельеры, издатели), поставщики творческого опыта (организаторы театров, опер, танцев, живой музыки), креативные оригинальные продюсеры (ремесленники, дизайнеры и художники-визуалисты) / Four cross-cutting but distinct groups: creative service providers (advertising, architecture, design consulting and new media agencies), creative content producers (cinema, television, fashion designers, publishers), creative experience providers (organizers of theaters, operas, dances, live music), creative original producers (craftspeople, designers and visual artists)
KEA ⁸	2006	Основная область (изобразительное (например, ремесла, картины, скульптуры, фотография)) и исполнительское искусство, в том числе наследие (например, музеи, библиотеки, археологические памятники, архивы)), культурные (ТВ и радио, кино и видео, книгоиздание, издание журналов и прессы, видеоигры, музыка), креативные (дизайн, архитектура и реклама) и смежные отрасли (например, производство MP3 и мобильных устройств) / Major arts (visual (e.g., crafts, paintings, sculptures, photography)) and performing arts, including heritage (e.g., museums, libraries, archaeological sites, archives)), cultural (TV and radio, cinema and video, book publishing, magazine and press publishing, video games, music), creative (design, architecture and advertising) and related industries (e.g., MP3 and mobile device manufacturing)
D. Throsby (2008)	2008	Основные отрасли, связанные с творчеством (например, литературное творчество, исполнительское искусство, музыка, изобразительное искусство), прочие основные отрасли культуры (музеи, кино, галерейная деятельность, библиотеки и т. п.), более широкие отрасли, имеющие отношение к культуре (сохранение культурного наследия, издательское дело и печатные СМИ, звукозапись, ТВ и радио, игры), смежные области (рекламная деятельность, мода, дизайн, архитектура) / Major creative industries (e.g., literary arts, performing arts, music, visual arts), other basic cultural industries (museums, cinema, gallery activities, libraries, etc.), broader cultural industries (preservation of cultural heritage, publishing and print media, sound recording, TV and radio, games), related fields (advertising, fashion, design, architecture)
J. Potts, S. Cunningham, J. Hartley, P. Ormerod (2008)	2008	Понимание креативных индустрий через социальные сети: сектор для их создания и поддержания (например, рекламная деятельность, медиа, архитектура, ПО для ИКТ и т. д.) и сектор для создания ценностей в них через контент (ТВ, кино, музыка, дизайн, мода и т. д.) / Understanding the creative industries through social media: the sector for creating and sustaining them (e.g., advertising, media, architecture, ICT software, etc.) and the sector for creating value in them through content (TV, cinema, music, design, fashion, etc.).
UNCTAD ⁹	2010	Наследие (традиционное – художественные ремесла, фестивали и праздники; культурное – археологические памятники, выставки, музеи, библиотеки), искусство (изобразительное – живопись, скульптура и т. п.; исполнительское – театр, музыка, танцы и т. п.), средства массовой информации (издательское дело и печатные СМИ, а также аудиовизуальные материалы в виде кино, ТВ, радио и т. п.), функциональные творения (дизайн – интерьер, игрушки, мода и т. п.; новые медиа; креативные услуги в виде рекламных, культурных, творческих исследований и разработок и т. п.) / Heritage (traditional – arts and crafts, festivals and holidays; cultural – archaeological sites, exhibitions, museums, libraries), art (visual – painting, sculpture, etc.; performing – theater, music, dance, etc.), media (publishing and print media, audiovisual materials in the form of film, TV, radio, etc.), functional creations (design – interiors, toys, fashion, etc.); new media; creative services in the form of advertising, cultural, creative research and development, etc.).

⁷ NESTA. (2006). Creating Growth-How the UK can develop world class creative business. London: NESTA Research Report. https://media.nesta.org.uk/documents/creating_growth.pdf

⁸ KEA. (2006). The economy of culture in Europe. Brussels: KEA European Affairs. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

⁹ UNCTAD. (2010). The creative economy report. Creative economy, a feasible development option. Geneva/New York: UNCTAD/UNDP. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf

Автор/источник / Author/source	Год / Year	Отрасли/направления, относимые к креатосфере / Sectors/directions referring to creatosphere
Дж. Хокинс (2011) / J. Howkins (2011)	2011	Рекламная деятельность, кино, ТВ и радио, изобразительное и исполнительское искусство, музыка, издательское дело, архитектура, различные ремесла, ПО, игры, игрушки, дизайн, мода, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки / Advertising, cinema, TV and radio, visual and performing arts, music, publishing, architecture, various crafts, software, games, toys, design, fashion, research and development
И. Я. Мацевич (2012) / I. Ya. Maczevich (2012)	2012	Сфера, сформированная в результате взаимодействия и интеграции науки, искусства, бизнеса и промышленности / The sphere formed by the interaction and integration of science, art, business and industry
Д. Хезмондалш (2014) / D. Hesmondhalgh (2014)	2014	Основные отрасли культуры, имеющие непосредственное отношение к производству и передаче текстовых материалов; периферийные отрасли культуры, которые предполагают производство текстовых материалов в основном полупромышленными или даже непромышленными методами; пограничные отрасли культуры – прочие сектора, включающие в себя спорт, ПО, моду и т. п. / Main cultural industries directly related to the production and transmission of textual materials; peripheral cultural industries that involve the production of textual materials using mainly semi-industrial or even non-industrial methods; borderline cultural industries – other sectors including sports, software, fashion, etc.
DCMS ¹⁰	2015	Рекламная деятельность и маркетинг, различные виды дизайна, кино, ТВ, видео, радио, фотография, архитектура, ремесла, IT, ПО, компьютерные услуги, музейная и галерейная деятельность, библиотеки, музыка, изобразительное и исполнительское искусство, издательское дело / Advertising and marketing, various types of design, cinema, TV, video, radio, photography, architecture, crafts, IT, software, computer services, museum and gallery activities, libraries, music, visual and performing arts, publishing
S. S. Cruz, A. A. C. Teixeira (2015)	2015	Рекламная деятельность и маркетинг, ремесла, кино, видео, фотография, ТВ, радио, музыка, исполнительское искусство, архитектура, инженерное дело, дизайн, издательское дело, публикация, ПО, компьютерные консультации, исследования и разработки / Advertising and marketing, crafts, cinema, video, photography, TV, radio, music, performing arts, architecture, engineering, design, printing, publishing, software, computer consultancy, research and development
M. Lhermitte, B. Perrin, S. Blanc ¹¹	2015	Изобразительное и исполнительское искусство, музыка, кино, книги, издательское дело и печатные СМИ, ТВ, радио, архитектура, игры, рекламная деятельность / Visual and performing arts, music, cinema, books, publishing and print media, TV, radio, architecture, games, advertising
И. В. Устинович (2019) / I. V. Ustinovich (2019)	2019	Образование, здравоохранение и прочие социальные услуги населению, творческая деятельность, спорт, развлечения и отдых, профессиональная, научная и техническая деятельность / Education, health care and other social services, creative activities, sports, entertainment and recreation, professional, scientific and technical activities
Коллектив Института статистических исследований и экономики знаний НИУ «Высшая школа экономики» (Бредихин и др., 2021) / Team of the Institute of Statistical Research and Knowledge Economy of the National Research University “Higher School of Economics” (Bredikhin et al., 2021)	2021	Арт-индустрия (художественное творчество, антиквариат и т. п.), народные художественные промыслы, музыка (производство и торговля музыкальными инструментами, звукозапись, музыкальные произведения), исполнительское искусство, деятельность учреждений искусства и культуры, кино и анимация (например, кино, видео, телевизионные программы и т. п.), фотография, издательская деятельность в виде полиграфии, издания книг, газет и т. п., телерадиовещание, IT и видеоигры, рекламная деятельность, архитектура, дизайн, мода, ювелирное дело, библиотеки, архивы, музеи, культурное наследие, образование в области культуры / Art industry (artistic creativity, antiques, etc.), folk arts and crafts, music (production and trade of musical instruments, sound recording, musical works), performing arts, activities of art and cultural institutions, cinema and animation (e.g. film, video, television programs, etc.), photography, publishing activities in the form of printing, publishing of books, newspapers, etc., broadcasting, IT and video games, advertising, architecture, design, fashion, jewelry, libraries, archives, museums, cultural heritage, cultural education
И. А. Крюков (2023) / I. A. Kryukov (2023)	2023	Кинематография, архитектура, изобразительное искусство, мода, дизайн и реклама / Cinematography, architecture, fine arts, fashion, design and advertising

¹⁰ Department of Culture Media and Sport. (2015). Creative industries: Focus on employment. London: DCMS. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/439714/Annex_C_-_Creative_Industries_Focus_on_Employment_2015.pdf

¹¹ Lhermitte, M., Perrin, B., & Blanc, S. (2015). Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries. Cultural times, EY. <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2016/04/ey-cultural-times-2015.pdf>

Окончание табл. 1 / End of Table 1

Автор/источник / Author/source	Год / Year	Отрасли/направления, относимые к креатосфере / Sectors/directions referring to creatosphere
Е. Р. Счисляева, И. В. Макиева (2024) / E. R. Schislyaeva, I. V. Makieva (2024)	2024	Полиграфическая деятельность, копирование носителей информации; издательская деятельность; производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот, деятельность в области телевизионного и радиовещания; разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги, деятельность в области информационных технологий; деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования, технических испытаний, исследований и анализа; рекламная деятельность и исследование конъюнктуры рынка; творческая деятельность, в области искусства и организации развлечений, библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры; деятельность в области спорта, отдыха и развлечений / Polygraphy, copying of data carriers; publishing; production of films, video films and television programs, publishing of sound recordings and sheet music, television and radio broadcasting; development of computer software, consulting services in this field and other related services, activity in the field of information technologies; activity in the field of architecture and engineering design, technical testing, research and analysis; advertising activity and market research; creative activities in the field of art and entertainment, libraries, archives, museums, and other cultural objects; activities in the field of sports, recreation and entertainment
Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р (в ред. от 26.01.2024 № 145-р) / Order of the Government of the Russian Federation of 20.09.2021 No. 2613-r (as amended of 26.01.2024 No. 145-r) ¹²	2024	Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность); индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.); современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блоггерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.); прикладные креативные (творческие) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т. п.) / Industries based on the use of historical and cultural heritage (folk arts and crafts, museum activities); art-based industries (theater, music, cinema, animation, painting, gallery activities, etc.); modern media and digital content production (film, video, audio, animation production, data processing and software development, virtual and augmented reality, computer and video games, blogging, print industry, mass media, advertising, etc.); applied creative industries (architecture, industrial design, fashion industry, gastronomy industry, etc.)

Исходя из табл. 1, можно сделать вывод, что, несмотря на различия в структурной наполняемости креатосферы, базовой характеристикой для исследуемого феномена отечественных и зарубежных авторов является культурный аспект, соединяющий в себе культуру и творчество человека в его прямом понимании через выделение секторов, направленных на создание результатов творческого труда. Указанные выше представители современной экономической науки ориентируются, прежде всего, на понимание креатосферы как сектора, основанного на культурной, творческой составляющей человеческой деятельности. Несмотря на то, что основная часть исследователей солидарна с данной точкой зрения, подобная интерпретация креатосферы не позволяет выполнять ей своего истинного предназначения в рамках экономики (формирование базы для привлечения инвестиций, новых источников дохода, удовлетворения разнообразных потребностей человека). Подобное понимание креатосферы в настоящее время не дает серьезного вклада в уровень жизни населения. Так, рекламщик с творческими способностями, несомненно, имеет возможность обеспечить себе нормальную жизнь, в то время как «деревенская художница или провинциальный поэт – вряд ли» (Щетинина, 2019). Наблюдается архаичность взглядов на структуру креатосферы.

Иная точка зрения, предполагающая более широкую интерпретацию творческой деятельности человека, с чем солидарен автор, также встречается в библиографических источниках, но, скорее, как исключение из правил, нежели устоявшаяся позиция.

Идея «широкого» понимания креатосферы предполагает, помимо непосредственно отраслей, индустрий, связанных с творческим процессом, включение прочих сфер деятельности, поскольку внесение нотки креатива даст возможность более полноценного удовлетворения человеческих потребностей (Бузгалин, Колга-

¹² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р (в ред. от 26.01.2024 № 145-р). <http://static.government.ru/media/acts/files/1202109270012.pdf>

нов, 2011). Так, А. Фриман (Freeman, 2012), А. В. Бузгалин и А. И. Колганов (2019), Т. Д. Степанова (2022), И. И. Левченко (2014) отмечают, что в любой профессии имеет место творческий труд, будь то педагогический или медицинский работник, инженер, библиотекарь, финансист или юрист, только роль этого труда разнится от одного сектора к другому. В итоге креатосфера представляет собой сферу, формирующую постоянный источник инновационных идей для развития экономики в целом (Müller et al., 2008. Pp. 28–29); креатосфера понимается как сфера коллективных идей, имеющих междисциплинарный и широкий спектр областей применения и нацеленных на полноценное удовлетворение потребностей человека, сформированных исходя из его тройственной природы.

В целом можно отметить, что, исходя из подобного понимания креатосферы, четко прослеживаются два блока, которые в ней объединяются: с одной стороны, это непосредственно отрасли, имеющие в своем основании культурные аспекты, деятельность которых напрямую связана с творческим процессом; с другой – это сферы деятельности, не имеющие прямого отношения к творческому труду, креативный процесс в которых способен вывести данные отрасли на новый уровень развития и обеспечить наиболее полное удовлетворение человеческих потребностей.

Отметим, что сами культурные сферы также относятся к креатосфере человеко-ориентированной экономики. Основное назначение данной экономической системы – удовлетворение объективно необходимых потребностей человека. Соответственно, как уже упоминалось ранее, один из уровней развития человека – это удовлетворение креативных потребностей, что обеспечивается в первую очередь за счет культурных аспектов экономики. Однако данный аспект не выделяется нами в отдельную составляющую, поскольку креативность в виде потока идей, в каком бы направлении их применения она ни проявлялась, является результатом мыслительной природы человека.

Таким образом, авторское понимание креатосферы соотносится не только с культурным аспектом в рамках удовлетворения творческих (креативных) потребностей человека, но и опирается на креативный труд через его применение в различных сферах человеко-ориентированной экономики как возможность удовлетворения разнообразных человеческих потребностей. В конечном счете именно точки соприкосновения (пересечения) креатосферы с прочими сферами человекоцентричной экономической системы дают многие инновационные разработки и практики, которые лежат в основе стремительного развития соответствующего сектора экономики.

Несомненно, данное утверждение дает основания полагать, что креатосферу невозможно вычлени из экономической системы. Однако, с нашей точки зрения, идентифицировать данный сектор возможно по результатам его деятельности (Насырова, 2022), в качестве которых выступают идеи, изобретения, инновации и непосредственно результаты деятельности культурных индустрий. При этом отличительной особенностью благ креатосферы является возможность повторного потребления (Хестанов, 2018. С. 175), когда результат мыслительной творческой деятельности человека может использоваться многократно без «разрушения» блага. Соответственно, распознавание креатосферы обеспечивается за счет креативности человеческой деятельности, наличия результатов креативного труда в производственном процессе.

Креатосфера как источник устойчивого развития человеко-ориентированной экономики

В результате применения схемы противоречия автором была сформирована следующая модель (рис. 1).

Поясним логику формирования данной модели.

Базисом для описания схемы противоречия являются объекты-антагонисты и закон единства и борьбы противоположностей (Разумов, 2004).

Схема противоречия иллюстрирует противоречивую взаимосвязь между двумя элементами-противоположностями. В качестве двух элементов, заданных категориальной парой, выступают, с одной стороны, сферы (элемент 1), удовлетворяющие большинство потребностей человека (природная, материальная сферы, сфера услуг, социальная сфера, инфосфера, цифровая и когнитивная сферы), с другой – креатосфера (элемент 2). Противоположные элементы представляют собой диалектическое единство человекоцентричной экономики, неделимое целое.

Данная схема противоречия наглядно демонстрирует взаимодействие двух элементов по обмену ресурсом, в качестве которого выступает поток идей.

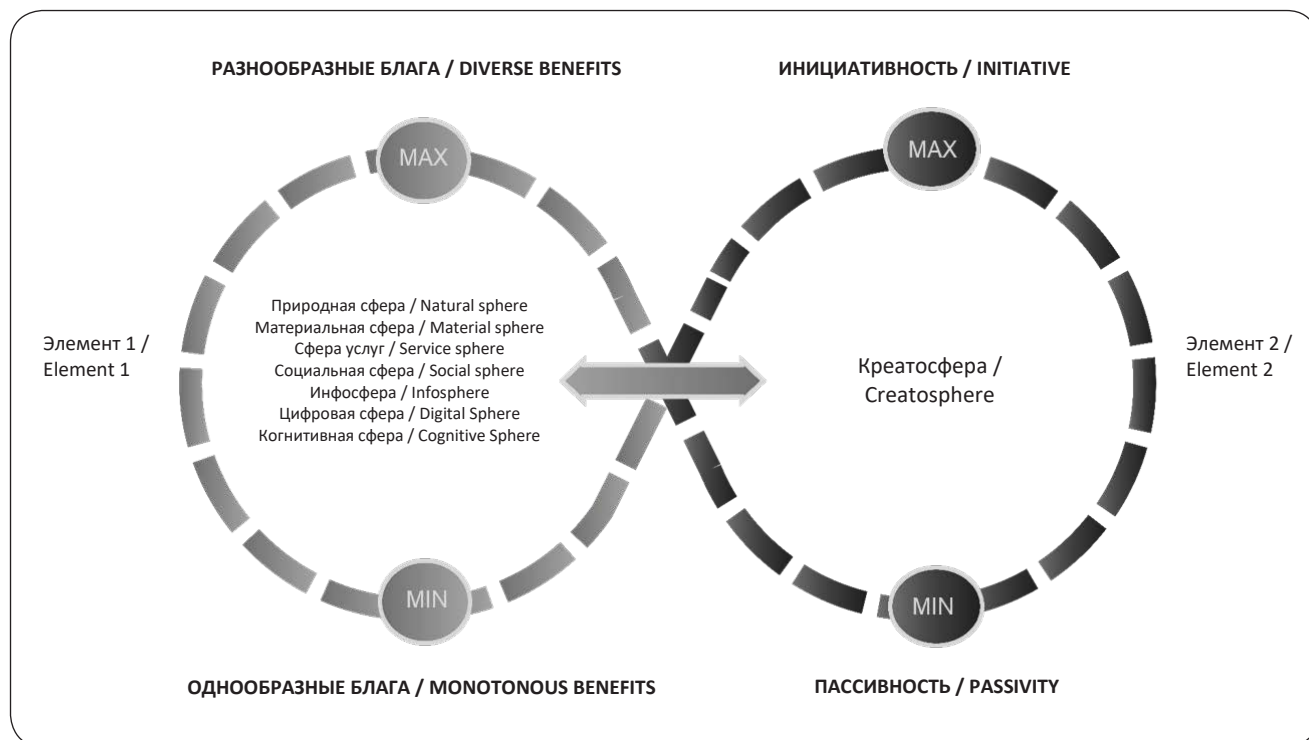


Рис. 1. Схема противоречия в человеко-ориентированной экономике
Fig. 1. Contradiction in human-centered economy

Базовое противоречие между указанными элементами заключается в полярности направлений использования благ, формируемых соответствующим элементом. Так, со стороны сфер, удовлетворяющих большинство потребностей человека (элемент 1), четко определено понятие «благо» – как правило, это товары и услуги, которые направлены на удовлетворение потребностей в рамках одной из сфер экономики, а в отношении креатосферы (элемент 2) продуктом ее жизнедеятельности выступают идеи, которые, помимо своего прямого назначения (удовлетворение креативных потребностей), в большинстве случаев способствуют развитию остальных сфер человеко-ориентированной экономики через производство и потребление модернизированных или новых товаров и услуг.

Фазовый сдвиг в функционировании элементов-противоположностей в рамках человеко-ориентированной экономики предполагает изменения внутри данных элементов с разностью фаз, т. е. максимум одного элемента обязательно сопровождается минимумом другого, и наоборот.

Отметим, что максимальные значения в рамках элемента 1 достигаются за счет разнообразных благ, а минимальные – за счет однообразных товаров и услуг; при этом максимальный предел в креатосфере проявляется в инициативности, а минимальный – в пассивности креаторов.

В итоге в результате фазового сдвига формируется следующая закономерность: достижение максимального разнообразия благ для удовлетворения человеческих потребностей отрицательно сказывается на результативности креатосферы, выражающейся в наивысшей пассивности креаторов. Полярная закономерность тоже имеет силу: однообразные блага, не позволяющие полноценно удовлетворять человеческие потребности, стимулируют инициативность креаторов в разработке новых идей до максимального уровня.

Оба варианта фазового сдвига связаны с циклическим перетоком идей как базового ресурса между крайними антагонистами. Базовый ресурс в виде потока идей в данной закономерности иллюстрируется следующим образом: наличие разнообразных благ ведет к снижению потока идей и пассивности в креатосфере, и наоборот; наличие однообразных благ способствует новому потоку идей и развитию инициативности креаторов, и наоборот.

При этом полученные пары можно охарактеризовать как неустойчивые состояния экономической системы, поскольку обе ситуации демонстрируют «крайние точки» в развитии человека, обеспечивая разбалансировку человеко-ориентированной экономики. Формирование устойчивого равновесия человекоцентричной экономики как системного объекта предполагается за счет неэлементарного противоречия, представленного в виде центрального элемента, уравнивающего взаимодействие двух антагонистов и обладающего большей автономностью по сравнению с последними (рис. 2). Таким образом, представленная модель отображает связь элемента 1 и элемента 2 человекоцентричной экономики через объективно необходимые потребности человека, т. е. средним элементом выступают последовательно формируемые потребности человека, исходя из его тройственной природы. Эволюционная составляющая человеческих потребностей обеспечивает устойчивый характер данной системы. Центральный элемент в виде потребностей человека уравнивает два крайних сектора, позволяя системе развиваться, т. е. элемент «Потребности человека» рассматривается как своеобразный механизм компенсации.

Введение в модель среднего элемента способствует формированию дополнительных противоречий: противоречия 2 (между элементом 1 и центральным элементом) и противоречия 3 (между элементом 2 и центральным элементом).

При этом у среднего элемента также имеются максимальное и минимальное значения: перенасыщение и недопотребление соответственно.

Рассмотрим противоречие между средним элементом и креатосферой. Его можно описать в виде двух пар: «недопотребление – инициативность» – ситуация, когда сильная креатосфера в ответ на имеющиеся проблемы, связанные с недопотреблением определенных товаров и услуг, формирует пул идей для полноценного удовлетворения потребностей человека посредством инициативности креаторов; «перенасыщение – пассивность» – ситуация, которая иллюстрируется тем, что перенасыщение в потреблении благ притупляет инициативность креаторов в формировании новых идей с целью сдерживания неблагоприятного процесса – излишнего консюмеризма.

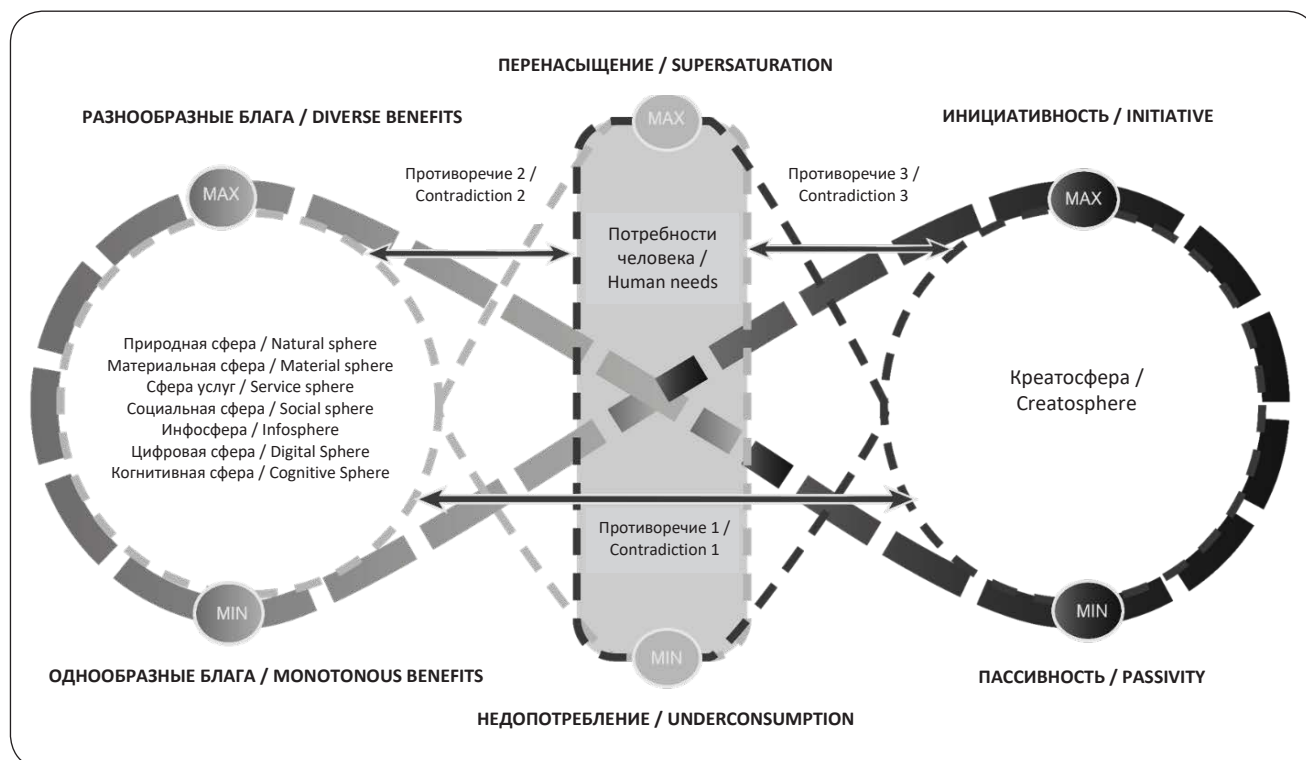


Рис. 2. Схема регулируемого противоречия в человеко-ориентированной экономике

Fig. 2. Regulated contradiction in human-centered economy

Между средним элементом и сектором, объединяющим в себе природную, материальную сферы, сферу услуг, социальную сферу, инфосферу, цифровую и когнитивную сферы, также существуют противоречивые пары: «недопотребление – разнообразные блага» – ситуация, когда разнообразные блага, имеющиеся в доступе потребителя, могут отвлекать от объективно необходимого уровня потребностей, на котором находится человек, отказываясь от полноценного насыщения данного уровня потребностей, тем самым препятствуя переходу на следующий качественный уровень; «перенасыщение – однообразные блага» – ситуация, когда наличие только однообразных благ ведет к перенасыщению данными товарами и услугами и невозможности дальнейшего развития человека, поскольку не соблюдается полноценное удовлетворение потребностей человека.

Как уже было сказано ранее, при достижении максимального значения одного элемента, происходит снижение другого до его минимального порога, и наоборот. Следовательно, одновременное достижение максимальных/минимальных значений в элементах невозможно. При этом борьба данных противоречивых элементов является основой для развития человека и человекоцентричной экономики; посредством противоречия между элементами происходит движение, развитие, а не стагнация системы. В итоге схема противоречия подразумевает устойчивое развитие всей системы при достижении положения «нулевой уровень», обеспечивающего равномерное развитие различных сфер человеко-ориентированной экономики, тем самым способствуя комплексному развитию человека.

Данная схема предполагает гомеостаз человеко-ориентированной экономики в совокупности взаимодействия элементов-противоположностей, поскольку если рассматривать только крайние элементы в отдельности, не пытаясь уравновесить экономическую систему в целом, основанную на объективно необходимых потребностях человека, то о полноценном развитии человека не может быть речи.

Подобное понимание креатосферы позволяет констатировать определяющую роль последней в человеко-ориентированной экономике. Данный научный результат отличается от большинства имеющихся в научной литературе (табл. 1) и в сравнении с аналогами позволяет рассматривать результат функционирования креатосферы в виде идей как беспрецедентный источник развития как отдельных сфер, так и человекоцентричной экономики в целом.

Сформулированные противоречия в разработанной модели служат основанием для дальнейшего изучения с целью эффективного управления креатосферой¹³ и рассматриваемой экономической системой.

В итоге креатосфера становится своеобразным творческим рычагом развития экономики (Клоудова, 2010. С. 110), поскольку представляет собой комплексное явление, которое тесно взаимосвязано со всеми сферами, удовлетворяющими объективно необходимые потребности человека.

Оценка развития креатосферы в Российской Федерации

Все вышесказанное позволяет перейти к следующему этапу исследования – количественной оценке развития креатосферы в России.

Авторское понимание креатосферы позволило сформировать перечень частных показателей, необходимых для расчета интегрального индекса развития креатосферы человеко-ориентированной экономики (табл. 2). При этом отбор показателей производился при соблюдении следующих базовых критериев: соответствие показателя характеристикам креатосферы человекоцентричной экономики (статистические показатели должны иметь культурный или инновационный аспект применительно к человеку и его потребностям); выбранный показатель должен отражать взгляды человека относительно настоящих или будущих потребностей: факт (результат) удовлетворения человеческих потребностей либо условия для их удовлетворения в перспективе; наличие устойчивых статистических рядов выбранных показателей; наличие статистических данных по выбранному показателю по субъектам Российской Федерации.

¹³ Подобная идентификация креатосферы позволяет определить видение ее развития, разработать действенные меры поддержки для ускорения роста креатосферы, решить вопросы относительно формирования кадров для исследуемого сектора экономической системы, выявить запросы представителей креативного класса и определить формат взаимодействия с органами государственной власти в рамках управления данной сферой и т. п.

Таблица 2

Показатели, формирующие индекс развития креатосферы человеко-ориентированной экономики¹⁴

Table 2. Indicators forming the index of creatosphere development in human-centered economy

Условия для удовлетворения потребностей / Conditions for meeting needs	Факт (результат) удовлетворения потребностей / Fact (result) of meeting needs
1. Количество театров Минкультуры России, ед., на 1 млн человек. 2. Численность работников в театрах Минкультуры России, чел., на 100 тыс. человек / 1. Number of theaters of the Russian Ministry of Culture, unit, per 1 million people. 2. Number of employees in theaters of the Russian Ministry of Culture, persons, per 100 thousand people	1. Численность зрителей театров, чел., на 1 тыс. человек / 1. Number of theater spectators, persons, per 1 thousand of population
1. Число музеев Минкультуры России, ед., на 1 млн чел. 2. Численность работников музеев Минкультуры России, чел., на 100 тыс. человек / 1. Number of museums of the Russian Ministry of Culture, unit, per 1 million people. 2. Number of employees in museums of the Russian Ministry of Culture, persons, per 100 thousand people	1. Число посещений музеев, чел., на 1 тыс. человек / 1. Number of visits to museums, persons, per 1,000 population
1. Уровень инновационной активности организаций, % / 1. Level of innovation activity of organizations, %	1. Подано патентных заявок на изобретения, ед., на 100 тыс. человек. 2. Подано патентных заявок на полезные модели, ед., на 100 тыс. человек. 3. Товарные знаки и знаки обслуживания: распределение поданных российскими заявителями заявок, ед., на 100 тыс. человек. 4. Промышленные образцы: распределение поданных российскими заявителями заявок, ед., на 1 млн человек / 1. Patent applications for inventions, units, per 100 thousand people. 2. Patent applications for utility models, units, per 100 thousand population. 3. Trademarks and service marks: distribution of applications by Russian applicants, units, per 100 thousand people. 4. Industrial designs: distribution of applications by Russian applicants, units, per 1 mln population

Методика оценки развития креатосферы человеко-ориентированной экономики предполагает расчет интегрального (сводного) индекса, объединяющего в себе вышеуказанные 11 частных показателей. Кроме того, последние должны быть нормализованы путем приведения к численности населения с целью обеспечить сопоставимость в рамках субъектов Российской Федерации, устраняя влияние масштабов региональных экономик.

Несмотря на имеющиеся ограничения (креатосфера не является сектором с точки зрения статистической отчетности, поскольку она затрагивает прочие сферы экономической системы и оказывает влияние на экономику в целом; отсутствует полный перечень показателей, которые могли бы использоваться для оценки креатосферы на уровне регионов; сложности статистического учета занятости в рамках креатосферы), авторская методика позволила произвести расчет интегрального индекса развития креатосферы за 2018–2021 гг. (табл. 3).

¹⁴ Источниками информации для исследования стали: АИС «Статистика» Главного информационно-вычислительного центра Минкультуры России; Отчет о деятельности Роспатента; Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. Федеральная служба государственной статистики.

Таблица 3

Значения интегрального индекса развития креатосферы человеко-ориентированной экономики

Table 3. Integral index of creatosphere development in human-centered economy

Субъекты Российской Федерации / Russian subjects	Интегральный индекс / Integral index			
	2018	2019	2020	2021
Российская Федерация / Russian Federation	0,261	0,267	0,259	0,252
Центральный федеральный округ / Central Federal District	0,384	0,377	0,365	0,337
Белгородская область / Belgorod region	0,194	0,219	0,227	0,217
Брянская область / Bryansk region	0,172	0,183	0,187	0,186
Владимирская область / Vladimir region	0,196	0,223	0,214	0,209
Воронежская область / Voronezh region	0,215	0,219	0,209	0,193
Ивановская область / Ivanovo region	0,261	0,224	0,230	0,214
Калужская область / Kaluga region	0,267	0,240	0,226	0,236
Костромская область / Kostroma region	0,243	0,290	0,318	0,318
Курская область / Kursk region	0,218	0,247	0,202	0,162
Липецкая область / Lipetsk region	0,168	0,161	0,141	0,151
Московская область / Moscow region	0,336	0,317	0,308	0,252
Орловская область / Orel region	0,197	0,221	0,205	0,195
Рязанская область / Ryazan region	0,266	0,241	0,234	0,258
Смоленская область / Smolensk region	0,148	0,166	0,200	0,156
Тамбовская область / Tambov region	0,152	0,174	0,173	0,168
Тверская область / Tver region	0,227	0,299	0,245	0,225
Тульская область / Tula region	0,242	0,259	0,282	0,259
Ярославская область / Yaroslavl region	0,271	0,314	0,315	0,306
Москва / Moscow	0,704	0,636	0,610	0,570
Северо-Западный федеральный округ / North-Western Federal District	0,390	0,414	0,398	0,378
Республика Карелия / Republic of Karelia	0,230	0,269	0,293	0,267
Республика Коми / Komi Republic	0,187	0,191	0,202	0,203
Архангельская область / Arkhangelsk region	0,192	0,191	0,195	0,185
Вологодская область / Vologda region	0,221	0,242	0,244	0,218
Калининградская область / Kaliningrad region	0,180	0,183	0,189	0,194
Ленинградская область / Leningrad region	0,154	0,153	0,160	0,145
Мурманская область / Murmansk region	0,118	0,136	0,119	0,142
Новгородская область / Novgorod region	0,222	0,232	0,218	0,201
Псковская область / Pskov region	0,229	0,238	0,274	0,251
Санкт-Петербург / St. Petersburg	0,726	0,768	0,713	0,673
Южный федеральный округ / Southern Federal District	0,167	0,173	0,167	0,179
Республика Адыгея / Republic of Adygea	0,157	0,178	0,160	0,161
Республика Калмыкия / Republic of Kalmykia	0,155	0,134	0,115	0,144
Республика Крым / Republic of Crimea	0,191	0,209	0,209	0,214
Краснодарский край / Krasnodar Territory	0,112	0,111	0,100	0,111
Астраханская область / Astrakhan region	0,180	0,193	0,178	0,176
Волгоградская область / Volgograd region	0,186	0,186	0,201	0,205
Ростовская область / Rostov region	0,196	0,217	0,199	0,231
Севастополь / Sevastopol	0,394	0,357	0,387	0,332
Северо-Кавказский федеральный округ / North-Caucasus Federal District	0,112	0,106	0,103	0,107
Республика Дагестан / Republic of Dagestan	0,092	0,081	0,080	0,081
Республика Ингушетия / Republic of Ingushetia	0,150	0,123	0,116	0,111
Кабардино-Балкарская Республика / Kabardino-Balkarian Republic	0,149	0,137	0,129	0,130
Карачаево-Черкесская Республика / Karachay-Cherkess Republic	0,147	0,139	0,162	0,123
Республика Северная Осетия – Алания / Republic of North Ossetia-Alania	0,226	0,215	0,208	0,224
Чеченская Республика / Chechen Republic	0,068	0,073	0,070	0,095
Ставропольский край / Stavropol territory	0,113	0,117	0,106	0,104
Приволжский федеральный округ / Volga Federal District	0,223	0,240	0,240	0,239
Республика Башкортостан / Republic of Bashkortostan	0,180	0,189	0,229	0,218
Республика Марий Эл / Republic of Mari El	0,300	0,353	0,309	0,314
Республика Мордовия / Republic of Mordovia	0,230	0,287	0,270	0,275

Субъекты Российской Федерации / Russian subjects	Интегральный индекс / Integral index			
	2018	2019	2020	2021
Республика Татарстан / Republic of Tatarstan	0,338	0,355	0,354	0,375
Удмуртская Республика / Udmurt Republic	0,236	0,253	0,262	0,241
Чувашская Республика / Chuvash Republic	0,239	0,221	0,203	0,216
Пермский край / Perm territory	0,218	0,233	0,231	0,251
Кировская область / Kirov region	0,172	0,203	0,191	0,181
Нижегородская область / Nizhny Novgorod region	0,233	0,237	0,215	0,213
Оренбургская область / Orenburg region	0,109	0,113	0,110	0,107
Пензенская область / Penza region	0,193	0,214	0,227	0,187
Самарская область / Samara region	0,236	0,263	0,283	0,246
Саратовская область / Saratov region	0,203	0,187	0,171	0,185
Ульяновская область / Ulyanovsk region	0,231	0,311	0,288	0,290
Уральский федеральный округ / Ural Federal District	0,205	0,206	0,202	0,210
Курганская область / Kurgan region	0,137	0,167	0,157	0,151
Свердловская область / Sverdlovsk region	0,259	0,261	0,254	0,276
Тюменская область / Tyumen region	0,150	0,149	0,163	0,160
Челябинская область / Chelyabinsk region	0,211	0,208	0,223	0,208
Сибирский федеральный округ / Siberian Federal District	0,201	0,207	0,203	0,198
Республика Алтай / Republic of Altai	0,114	0,113	0,095	0,113
Республика Тыва / Republic of Tyva	0,113	0,211	0,214	0,238
Республика Хакасия / Republic of Khakassia	0,200	0,201	0,198	0,202
Алтайский край / Altai territory	0,165	0,177	0,205	0,181
Красноярский край / Krasnoyarsk territory	0,236	0,239	0,214	0,213
Иркутская область / Irkutsk region	0,165	0,155	0,140	0,140
Кемеровская область / Kemerovo region	0,119	0,136	0,129	0,138
Новосибирская область / Novosibirsk region	0,263	0,276	0,268	0,256
Омская область / Omsk region	0,241	0,226	0,228	0,226
Томская область / Tomsk region	0,303	0,298	0,315	0,294
Дальневосточный федеральный округ / Far East Federal District	0,173	0,181	0,173	0,173
Республика Бурятия / Republic of Buryatia	0,136	0,149	0,134	0,138
Республика Саха (Якутия) / Republic of Sakha (Yakutia)	0,282	0,272	0,289	0,292
Забайкальский край / Transbaikal territory	0,133	0,134	0,117	0,121
Камчатский край / Kamchatka territory	0,184	0,215	0,212	0,185
Приморский край / Primorsky territory	0,168	0,173	0,162	0,163
Хабаровский край / Khabarovsk territory	0,169	0,182	0,165	0,168
Амурская область / Amur region	0,126	0,138	0,121	0,121
Магаданская область / Magadan region	0,317	0,340	0,318	0,294
Сахалинская область / Sakhalin region	0,170	0,181	0,172	0,186
Еврейская автономная область / Jewish autonomous region	0,163	0,189	0,161	0,144
Чукотский автономный округ / Chukotka autonomous okrug	0,210	0,216	0,209	0,218

Источник: составлено автором на основе расчетов¹⁵.

Source: compiled by the author based on calculations¹⁵.

Визуализация приведенных данных по субъектам Российской Федерации приведена на рис. 3.

¹⁵ Отчет о деятельности Роспатента за 2018 г. https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet_2018_ru.pdf; Отчет о деятельности Роспатента за 2019 г. <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2019-ru.pdf>; Отчет о деятельности Роспатента за 2020 г. <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2020-ru.pdf>; Отчет о деятельности Роспатента за 2021 г. <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/otchet-2021-ru.pdf>; Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019: стат. сб. (2019). Росстат. Москва; Регионы России. Социально-экономические показатели. 2020: стат. сб. (2020). Росстат. Москва; Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: стат. сб. (2021). Росстат. Москва; Регионы России. Социально-экономические показатели. 2022: стат. сб. (2022). Росстат. Москва; Статистические данные по видам учреждений культуры, искусства и образования. <https://stat.mkrf.ru/indicators/>

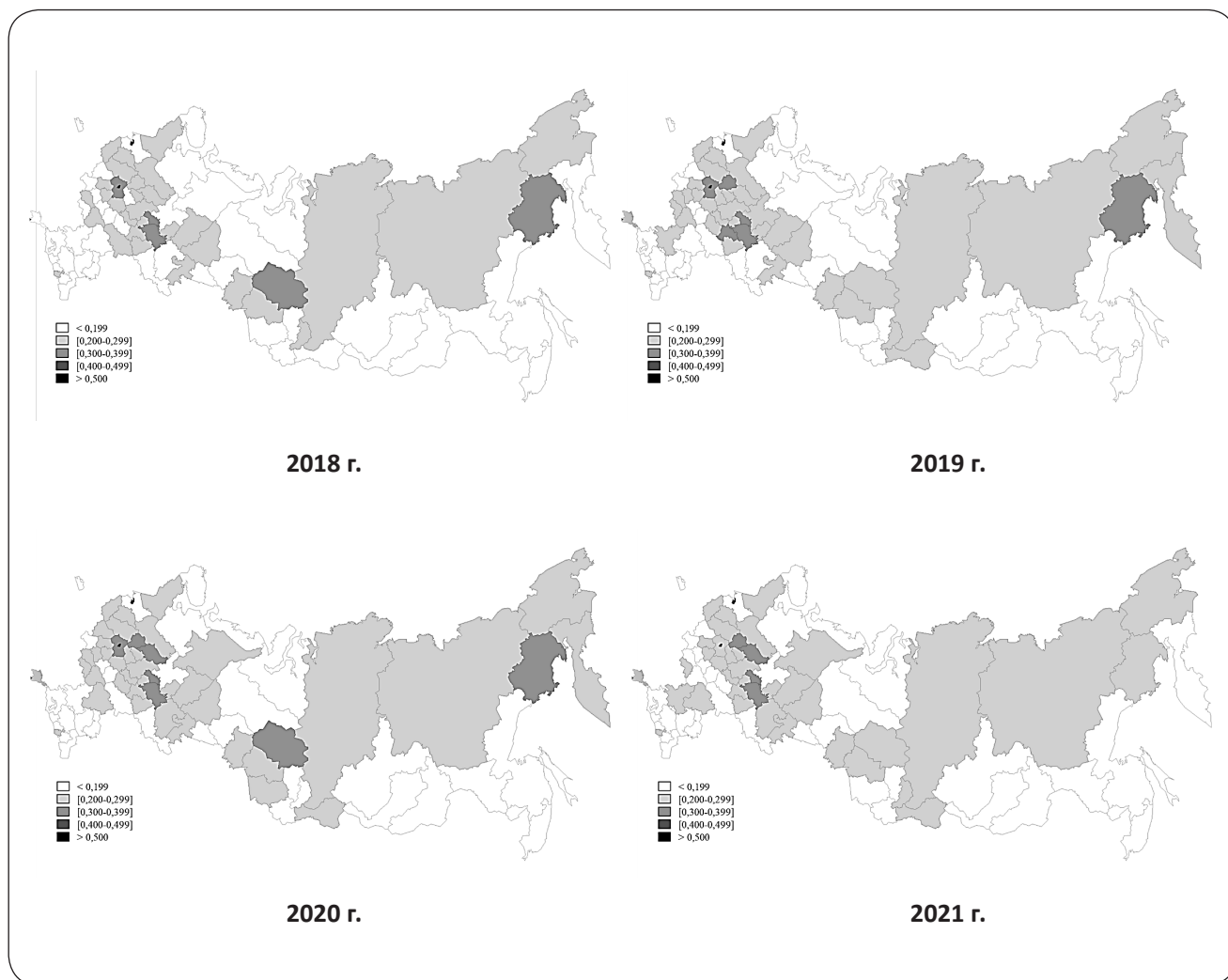


Рис. 3. Уровень развития креатосферы человеко-ориентированной экономики в субъектах РФ
Fig. 3. Level of creatosphere development in human-centered economy in the Russian Federation subjects

Интегральный индекс развития креатосферы человеко-ориентированной экономики находится в пределах от 0 (худшее значение) до 1 (лучшее значение), соответственно, проведенная оценка позволяет констатировать, что развитие данной сферы в Российской Федерации находится на зачаточном уровне, а для ее прогрессивного развития необходим масштабный комплекс управленческих мероприятий, способных в конечном итоге оказать положительное влияние в целом на человекоцентричную экономику.

Обсуждение

Полученные в ходе данного исследования результаты вносят значительный вклад в развитие теории человеко-ориентированной экономики, формируют теоретические и практические основы для изучения креатосферы и существенно отличаются от представленных в библиографических источниках ранее.

Авторская интерпретация креатосферы, в отличие от большинства имеющихся в научной литературе, позволяет идентифицировать данную сферу как источник развития всей экономики, как базу для использования креатива, творчества человека с целью формирования идей, прикладной характер которых дает возможность их применения в различных сферах жизнедеятельности человека. Подобное понимание креатосферы снимает «барьеры» только культурной составляющей данного сектора экономики. Соответственно, креатосфера становится движущей силой человеко-ориентированной экономики в целом.

Подобное понимание креатосферы позволило сформулировать прикладной аспект исследования, оценку развития данной сферы.

Несомненно, встречающиеся в литературе разнообразные отечественные и зарубежные методики оценки креатосферы имеют право на существование, и даже происходит их активное применение. При этом каждый из рейтингов по оценке креатосферы имеет свое обоснование и назначение.

Так, международный рейтинг Creative 100¹⁶ и российский рейтинг 100 Most Creative Russians¹⁷ базируются на оценке креативных индустрий в узком их понимании, предполагающей направленность только на творческую, культурную деятельность. Некоторые авторы акцентируют внимание на инновационном аспекте при оценке креатосферы (Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation?¹⁸), отдавая предпочтение формированию богатства инноваций в обществе, отражая более глобальное влияние креатосферы через инновации на общество в целом. Данный подход, несомненно, имеет право на существование, но, на наш взгляд, скорее отражает степень развития инновационной экономики.

Более обобщающим в оценке креатосферы является индекс глобальной креативности (Global Creativity Index 2015¹⁹), основанный на определении опережающего экономического роста и устойчивого процветания на базе совокупности показателей в отношении технологий, таланта и терпимости. Разработчики исследовательского проекта «Атлас креативных индустрий в Российской Федерации» (оценка в региональном разрезе) также закладывают более широкое понимание креатосферы нежели просто культурные сферы, и основываются на индивидуальном творчестве человека для обогащения и создания рабочих мест²⁰.

Несмотря на то, что более близки авторскому подходу два последних показателя при оценке креатосферы, следует отметить кардинальное отличие в структурной составляющей. Например, индекс глобальной креативности, как и показатель оценки доли креативных индустрий в муниципальных образованиях, согласно «Атласу креативных индустрий в Российской Федерации»²¹, включают в себя аспекты, связанные с научными исследованиями и разработками, в то время как предлагаемый автором интегральный индекс развития креатосферы не учитывает данное направление, ориентируясь на то, что научные исследования и разработки, прежде всего, связаны с когнитивной сферой человека. Вышеупомянутые показатели также учитывают сферу образования, в то время как в авторском понимании получение общего образования соотносится с социальной сферой, а высшего – с когнитивной. Кроме того, оценка доли креативных индустрий в муниципальных образованиях учитывает программирование и информационные технологии, которые в рамках человекоцентричной экономики структурно представлены в цифровой сфере, а радио и ТВ в рамках оценки в «Атласе креативных индустрий в Российской Федерации» соотносятся с инфосферой человеко-ориентированной экономической системы. Таким образом, авторское понимание креатосферы «очищено» от сфер, где могут удовлетворяться прочие объективно необходимые потребности человека, отличные от потребностей в творчестве. Несомненно, идеи могут формироваться в рамках НИОКР, образования, теле-, радиовещания и других, но при оценке креатосферы должны учитываться изобретения, патенты, идеи в различных областях, а результаты деятельности в области научных исследований, образования и прочего должны оцениваться в соответствующей сфере экономики (природной, материальной сферах, сфере услуг, социальной сфере, инфосфере, цифровой и когнитивной сферах). Соответственно, два последних индекса близки к авторскому пониманию назначения креатосферы как источника идей для экономической системы в целом. Однако данное исследование акцентирует внимание на креатосфере как структурной составляющей человеко-ориентированной экономики, основное назначение последней состоит в удовлетворении объектив-

¹⁶ Creative 100 2019–2020. Adweek. <https://www.adweek.com/category/the-creative-100/>

¹⁷ 100 Most Creative Russians. <https://100mcr.com/>

¹⁸ Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation? (2020). Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf

¹⁹ The Global Creativity Index 2015. (2015). Martin Prosperity Institute Rotman School of Management University of Toronto. <https://www-2.rotman.utoronto.ca/mpi/wp-content/uploads/2015/07/Global-Creativity-Index-2015.pdf>

²⁰ Атлас креативных индустрий в Российской Федерации. (2021). Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». Москва.

²¹ Там же.

но необходимых потребностей человека и формировании идей как для культурной деятельности, так и для остальных сфер человекоцентричной экономики.

Отдельно следует обратить внимание на исследования по региональной оценке развития креатосферы в рамках Российской Федерации. В основном данная оценка проводится для креативных индустрий, при этом дискуссии относительно данного вопроса касаются, как правило, показателей, включаемых в данную оценку. Так, представители Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» разработали Российский региональный индекс креативных индустрий (РРИКИ) (Боос и др., 2023), в основе которого четыре составляющие: социально-экономические условия (благополучие и экономика, образование, цифровизация и интеллектуальная собственность), культурная среда, экономика креативных индустрий (активы, кадры и продукция) и поддержка последних (нормативная правовая база, организационное обеспечение, региональные налоговые льготы и участие в федеральных программах). А. В. Васина, Ю. О. Глушкова (2022) разработали комплексную модель оценки стратегии развития креативных индустрий региона на основе похожего подхода: в методике учитываются показатели, отражающие потенциал, условия и поддержку развития креативных индустрий, а также показатели, отражающие эффективность их развития. М. А. Морданов (2022) представил методику оценки креативности применительно к субъектам Российской Федерации на основе показателей, связанных с талантом, технологиями, открытостью, бизнесом и средой. Эксперты Агентства стратегических инициатив определяют уровень развития креативной экономики регионов РФ по ряду следующих показателей: доля в ВРП, размер выручки в креативных индустриях, число занятых в креативных индустриях, число предприятий, работающих в креативных индустриях, отрасли-лидеры по выручке²². Другой взгляд, отличный от предыдущих подходов, встречается у К. Ю. Головиной и Б. С. Жихаревич (2023), включает в себя следующие показатели: разноплановость культурных учреждений, наличие пространств для реализации креативного потенциала, проведение событийных мероприятий, численность компаний в сфере «культура и спорт».

На наш взгляд, последняя указанная методика имеет наименьшую перспективность применения, поскольку отсутствуют четкие критерии понимания «много – мало» применительно к указанным показателям. Кроме того, большинство показателей не входят в состав обязательных статистических данных, вследствие чего данная методика носит ограничительный характер. При этом интересен подход первых двух упомянутых исследований с точки зрения внесения в методику оценки комплексного понимания развития креативных индустрий, начиная от условий для их развития и заканчивая поддержкой на различных уровнях.

Отметим, что лишь некоторые ученые пошли в своих исследованиях дальше и выстроили группировку субъектов РФ в зависимости от полученных значений. Так, представители НИУ «Высшая школа экономики» на основе РРИКИ разбили все субъекты РФ на четыре группы: лидеры, эволюционные, эффективные и догоняющие регионы. Подобное ранжирование позволяет структурировать субъекты РФ по различным направлениям развития креативных индустрий. На основе данных Агентства стратегических инициатив О. Е. Акимов с соавторами (2022) также разработали классификацию регионов по степени креативности для разработки мер их поддержки: наиболее креативные, среднекреативные и слабокреативные регионы.

Отличие авторской методики оценки развития креатосферы от указанных ранее заключается, прежде всего, в формировании интегрального индекса на основе человеческих потребностей в творчестве, который ориентируется на условия и факт их удовлетворения, поскольку исследуемый феномен лежит в рамках человеко-ориентированной экономики, а не только в рамках креативных индустрий. Наряду с этим авторская методика оценки развития креатосферы позволяет оценить развитие отдельных ее направлений, а именно культурного и инновационного назначения, давая возможность в перспективе субъектам управления выстраивать механизмы соответствующего регулирования, разрешая тем самым противоречие распределения ресурсов между культурным и инновационным секторами. При этом внедрение регионального аспекта в данной методике позволяет выявить лучшие практики в области развития креатосферы с целью их масштабирования в пределах Российской Федерации и оказания адресной поддержки.

²² Атлас креативных индустрий в Российской Федерации. (2021). Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». Москва.

Заключение

В результате проведенного исследования нами были получены следующие результаты. Во-первых, охарактеризовано понимание креатосферы с точки зрения удовлетворения потребностей человека в творчестве; произведено акцентирование внимания на структуре креатосферы как элемента, оказывающего влияние на все сферы человекоцентричной экономики. Во-вторых, разработана модель гомеостаза человеко-ориентированной экономики на основе выявления элементов-противоположностей (с одной стороны – природная, материальная сферы, сфера услуг, социальная сфера, инфосфера, цифровая и когнитивная сферы, с другой – креатосфера), базового ресурса (поток идей) и регулятора (потребности человека); обоснована определяющая роль креатосферы в развитии человекоцентричной экономики. В-третьих, разработана методика оценки креатосферы и произведена ее апробация на субъектах Российской Федерации.

В целом результаты исследования имеют первостепенное значение для человека, поскольку в разработанной модели идентифицируется основное противоречие в рамках человеко-ориентированной экономики: полярность направлений использования благ, формируемых природной, материальной сферами, сферой услуг, социальной, инфосферой, цифровой и когнитивной сферами (в виде товаров и услуг строго определенного назначения), с одной стороны, и креатосферой (в виде идей разнообразного назначения) – с другой. Устойчивый характер при этом всей системы обеспечивается за счет именно потребностей человека, которые выступают в виде своеобразного регулятора, обеспечивая наличие дополнительных механизмов регуляции: недопотребление ведет к инициативности, а перенасыщение – к пассивности креативного сектора, разнообразные блага «отвлекают» от объективно необходимых потребностей, формируя недопотребление благ, а однообразные блага, наоборот, перенасыщение. Соответственно, устойчивое развитие человека и человекоцентричной экономики обеспечивается в результате равномерного развития различных сфер рассматриваемой экономической системы, постоянного их взаимодействия при определяющей роли креатосферы.

Кроме того, результаты исследования имеют значение не только для России в целом, но и для отдельных ее регионов, поскольку дают основания для дальнейших изысканий для разрешения противоречия («оттягивание» ресурсов в сторону культурного или инновационного секторов) в области развития креатосферы, а именно формирования управленческих механизмов для распределения/перераспределения базовых ресурсов между инновационным и культурным секторами на основе предшествующей оценки развития креатосферы в определенном субъекте РФ или в России в целом.

Перспективы дальнейших исследований определяются необходимостью изучения возможных противоречий между отдельными сферами человекоцентричной экономики и креатосферой, идентификации режима их взаимодействия с целью выявления траектории их развития, выявления резервов пробуждения креативности в различных сферах экономики и разработки управленческих механизмов в отношении стимулирования развития креатосферы человеко-ориентированной экономики.

Список литературы

- Айвазян, С. А. (2003). К методологии измерения синтетических категорий качества жизни населения. *Экономика и математические методы*, 39(2), 33–53.
- Акимов, О. Е., Волков, С. К., Симонов, А. Б. (2022). Креативные индустрии в России: тенденции развития и потенциал роста. *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика*, 1, 96–114. <https://doi.org/10.38050/01300105202215>
- Ахмадиева, Г. Г. (2010). Социально-экономическое развитие муниципальных образований Республики Татарстан. *Региональная экономика: теория и практика*, 6, 49–54.
- Богомолова, Н. Н. (1992). *Контент-анализ*. Москва: Изд-во Моск. ун-та.
- Боос, В. О., Гершман, М. А., Гохберг, Л. М., Куценко, Е. С., Остащенко, Т. В., Абанкина, Т. В. (2023). *Рейтинг креативных регионов России: научный дайджест*. Спецвыпуск № 3. НИУ ВШЭ.
- Бредихин, С. В., Власова, В. В., Гаврилова, Н. В., Гершман, М. А., Гохберг, Л. М., Демьянова, А. В., Иванова И. А., Попова Я. А. (2021). Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. *Научный дайджест № 1. НИУ «Высшая школа экономики»*. Москва: Научный центр мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала».

- Бузгалин, А. В., Колганов, А. И. (2011). В поисках будущего России: «экономика для человека», или Десять тезисов к разработке «стратегии опережающего развития III» (неюбилейное приглашение Ю. М. Осипова к новому раунду дискуссии). *Философия хозяйства*, 4(76), 60–65.
- Бузгалин, А. В., Колганов, А. И. (2019). Трансформации социальной структуры позднего капитализма: от пролетариата и буржуазии к прекариату и креативному классу? *Социологические исследования*, 1, 18–28. <https://doi.org/10.31857/s013216250003744-1>
- Васина, А. В., Глушкова, Ю. О. (2022). Комплексная модель оценки стратегии развития креативных индустрий региона. *Актуальные проблемы экономики и менеджмента*, 2(34), 57–64.
- Головина, К. Ю., Жихаревич, Б. С. (2023). Креативные индустрии в муниципальных и региональных стратегиях Ивановской области и Краснодарского края. *Региональная экономика. Юг России*, 11(4), 190–200. <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2023.4.17>
- Гриценко, С. В., Шубина, Е. А. (2015). Статистическое изучение инновационных процессов на региональном уровне. *Вопросы статистики*, 8, 65–72.
- Жупарова, А. С., Асилова, А. С., Исатаева, Г. Б. (2023). Образование как фактор развития креативной экономики: научный синтез оценки исследований. *Central Asian Economic Review*, 2(149), 72–93. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-2-72-93>
- Каверина, Н. А. (2017). Ведущая роль культуры в развитии человеческого капитала и новой экономики. *Человеческий капитал и профессиональное образование*, 3(23), 10–16.
- Каменских, М. А. (2014). Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России. *Экономический анализ: теория и практика*, 8(359), 62–68.
- Клоудова, Й. (2010). Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы. *Журнал Новой экономической ассоциации*, 5(5), 109–124.
- Крюков, И. А. (2023). Развитие креативных индустрий в регионах Северо-Западного федерального округа. *Креативная экономика*, 17(12), 4709–4728. <https://doi.org/10.18334/ce.17.12.119800>
- Левченко, И. И. (2014). Значение «креативной экономики» в современном инновационном развитии: зарубежный опыт. *Креативная экономика*, 12(96), 44–54.
- Махалин, В. Н. (2015). Управление креативным классом: зарубежный и отечественный опыт. *Вестник университета*, 1, 146–150.
- Мацевич, И. Я. (2012). Формирование и развитие концепции креативной индустрии в современной социальной теории. *Социология*, 3, 80–93.
- Мельников, О. Н. (2012). От «материалистичности» к «человечности» экономики. *Российское предпринимательство*, 2(100), 58–63.
- Михайлова, А. В. (2018). Цифровая и креативная экономика в современном пространстве. *Креативная экономика*, 12(1), 29–42. <https://doi.org/10.18334/ce.12.1.38783>
- Михайлова, А. В., Попова, Л. Н. (2023). Креатосфера в современной креативной экономике: теоретические и методологические основы. *Экономика и предпринимательство*, 11(160), 353–360. <https://doi.org/10.34925/eip.2023.160.11.066>
- Морданов, М. А. (2022). Оценка уровня креативности регионов России: применение индекса Флориды в современных реалиях. *Креативная экономика*, 16(6), 2093–2110. <https://doi.org/10.18334/ce.16.6.114829>
- Насырова, С. И. (2021). Эволюционные аспекты экономики, ориентированной на человека, в категориально-системной методологии. *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика*, 6, 202–223. <https://doi.org/10.38050/0130010520216.10>
- Насырова, С. И. (2022). Идеи как фактор развития человеко-ориентированной экономики. *AlterEconomics*, 19(4), 602–619. <https://doi.org/10.31063/altereconomics/2022.19-4.3>
- Насырова, С. И. (2022). Человеко-ориентированная экономика: целевые установки и их противоречия. *п-Economy*, 15(2), 38–58.
- Насырова, С. И. (2022). Экономика, ориентированная на человека: разработка дефиниции. *Russian Journal of Economics and Law*, 16(2), 258–274. <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2022.2.258-274>
- Пилясов, А., Колесникова, О. (2008). Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ. *Вопросы экономики*, 9, 50–69. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2008-9-50-69>
- Разумов, В. И. (2004). *Категориально-системная методология в подготовке ученых*. Омск: Омск. гос. ун-т.
- Рудая, Т. В. (2008). Креативная экономика в системе постиндустриального общества. *Креативная экономика*, 8(20), 3–11.
- Спиридонов, С. П. (2010). Индикаторы качества жизни и методологии их формирования. *Вопросы современной науки и практики*, 10-12(31), 208–223.
- Степанов, А. А., Савина, М. В. (2013). Креативная экономика: сущность и проблемы развития. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*, 12(60), 104.
- Степанова, Т. Д. (2022). Мировой креативный класс: динамика, тенденции, развитие. *Проблемы современной экономики*, 1(81), 41–44.

Сургуладзе, В. Ш. (2022). Кризис креативной экономики в условиях урбанизации и экономического неравенства информационного общества. *США и Канада: экономика, политика, культура*, 10, 80–97. <https://doi.org/10.31857/s2686673022100066>

Счисляева, Е. Р., Макиева, И. В. (2024). Особенности функционирования сети организаций креативных индустрий. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*, 1(145), 77–82.

Темербулатова, Ж. С., Жупарова, А. С., Нусюпаева, А. А. (2020). Статистика в области креативных индустрий: обзор методологических основ. *Экономика: стратегия и практика*, 15(4), 139–146. https://doi.org/10.51176/jesp/issue_4_t12

Трубицын, О. К. (2019). Развитие креатосферы в информационном обществе. *Философия и гуманитарные науки в информационном обществе*, 2(24), 29–49.

Устинович, И. В. (2019). Развитие методологических основ оценки количественных и качественных показателей креативной индустрии в контексте новейших мировых тенденций. *Социально-экономическое управление: теория и практика*, 3(38), 36–38.

Хезмондалш, Д. (2014). *Культурные индустрии*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.

Хестанов, Р. (2018). Креативные индустрии – модели развития. *Социологическое обозрение*, 17(3), 173–196. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2018-3-173-196>

Хокинс, Дж. (2011). *Креативная экономика: как превратить идеи в деньги*. Москва: Классика-XXI.

Шульженко, Т. Г., Сущева, Н. В., Царева, Е. С. (2023). *Креатосфера университета в экономике знаний: потенциал развития, концепция, решения*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Щетинина, Е. Д. (2019). *Креативная экономика: менеджмент и маркетинг*. Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова.

Własczyk, M., & Krysiński, D. (2023). European Capital of Culture and creative industries: Real impact or unproven belief? The case of Wrocław. *City, Culture and Society*, 100552. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2023.100552>

Boccella, N., & Salerno, I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 223, 291–296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.370>

Comunian, R., & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 1–17. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>

Cruz, S. S., & Teixeira, A. A. C. (2015). The magnitude of creative industries in Portugal: what do the distinct industry-based approaches tell us? *Creative Industries Journal*, 8(1), 85–102. <https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1050298>

De Beukelaer, C. (2014). Creative industries in “developing” countries: Questioning country classifications in the UNCTAD creative economy reports. *Cultural Trends*, 23(4), 232–251. <https://doi.org/10.1080/09548963.2014.912043>

Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037>

Dubina, I. N., Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2011). Creativity Economy and a Crisis of the Economy? Coevolution of Knowledge, Innovation, and Creativity, and of the Knowledge Economy and Knowledge Society. *Journal of the Knowledge Economy*, 3(1), 1–24. <https://doi.org/10.1007/s13132-011-0042-y>

Ferreiro-Seoane, F. J., Llorca-Ponce, A., & Rius-Sorolla, G. (2022). Measuring the Sustainability of the Orange Economy. *Sustainability*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063400>

Florida, R. (2004). America’s Looming Creative Crisis. *Harvard Business Review*, 82(10), 122–136.

Florida, R., & Tinagli, I. (2004). *Europe in the creative age*. London; Pittsburgh: Software Industry Centre, Carnegie Mellon.

Freeman, A. (2012). *Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries*. L.: Metropolitan University.

Freeman, A. (2020). Creative Labor, Mental Objects and the Modern Theory of Production. *Science & Society*, 84(4), 458–484. <https://doi.org/10.1521/siso.2020.84.4.458>

Hailey, D., Cox, M., & Loader, E. (2010). Relationship between Innovation and Professional Communication in the “Creative” Economy. *Journal of Technical Writing and Communication*, 40(2), 125–141. <https://doi.org/10.2190/tw.40.2.b>

Holford, W. D. (2019). The future of human creative knowledge work within the digital economy. *Futures*, 105, 143–154. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.10.002>

Jordan, T., & Richterich, A. (2023). Researching the digital economy and the creative economy: Free gaming shards and commercialised making at the intersection of digitality and creativity. *European Journal of Cultural Studies*, 26(3), 354–370. <https://doi.org/10.1177/13675494221118390>

Levickaitė, R. (2011). Four approaches to the creative economy: general overview. *Business, Management and Education*, 9(1), 81–92. <https://doi.org/10.3846/bme.2011.06>

Masullo, A. (2014). Human economy and natural economy. *E3S Web of Conferences*, 2, 04002. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20140204002>

Mikhailova, A., & Vinokurova, U. (2018). The relation to calls and threats in the Arctic in the context of creatosphere (kreatosfera). In *5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and ARTS SGEM 2018: Conference proceedings, Albena, Bulgaria* (Vol. 5, № 3.3, pp. 953–958). <https://doi.org/10.5593/sgemsocial2018/3.3/s12.122>

- Müller, K., Rammer, C., & Trüb, J. (2008). The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. *ZEW Discussion Paper*, 08-109.
- Oakley, K. (2004). Not so cool Britannia: The role of the creative industries in economic development. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 67–77. <https://doi.org/10.1177/1367877904040606>
- Potts, J., & Cunningham, S. (2010). Four models of the creative industries. *Revue d'économie politique*, 120(1), 163–180. <https://doi.org/10.3917/redp.201.0163>
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., & Ormerod, P. (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 167–185. <https://doi.org/10.1007/s10824-008-9066-y>
- Rodríguez-Insuasti, H., Montalván-Burbano, N., Suárez-Rodríguez, O., Yonfá-Medrand, M., & Parrales-Guerrero, K. (2022). Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*, 14, 16010. <https://doi.org/10.3390/su142316010>
- Rozentale, I. (2014). Creative industries during economic recession: the case of Riga. *Regional Studies, Regional Science*, 1(1), 329–335. <https://doi.org/10.1080/21681376.2014.981578>
- Samans, R. (2023). *Human-centred economics: The living standards of nations*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-37435-7>
- Samans, R., & Davis, N. (2017). Advancing Human-Centred Economic Progress in the Fourth Industrial Revolution. *G20 Policy Brief*. Geneva: World Economic Forum.
- Schlesinger, P. (2007). Creativity: from discourse to doctrine? *Screen*, 48(3), 377–387. <https://doi.org/10.1093/screen/hjm037>
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147–164. <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>
- Tremblay, G. (2008). Industries culturelles économie créative et société de l'information. *Global Media Journal – Canadian Edition*, 1(1), 65–88.
- Veselá, D., & Klimová, K. (2014). Knowledge-based Economy vs. Creative Economy. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 141, 413–417. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.072>
- Zhao, K., Zhang, Y., Zhao, J., & Li, X. (2020). Understanding Contributions of the Creative Class to Sustainable Economic Growth in China. *Sustainability*, 12(4), 1304. <https://doi.org/10.3390/su12041304>

References

- Ajvazyan, S. A. (2003). On the methodology of measuring synthetic categories of the population's living standards. *Economics and Mathematical Methods*, 39(2), 33–53. (In Russ.).
- Akhmadieva, G. G. (2010). Social-economic development of municipal entities of Tatarstan Republic. *Regional Economics: Theory and Practice*, 6, 49–54. (In Russ.).
- Akimova, O. E., Volkov, S. K., & Simonov, A. B. (2022). Creative industries in Russia: trends in development and growth potential. *Moscow University Economics Bulletin*, 1, 96–114. (In Russ.). <https://doi.org/10.38050/01300105202215>
- Błaszczak, M., & Krysiński, D. (2023). European Capital of Culture and creative industries: Real impact or unproven belief? The case of Wrocław. *City, Culture and Society*, 100552. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2023.100552>
- Boccella, N., & Salerno, I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 223, 291–296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.370>
- Bogomolova, N. N. (1992). *Content analysis*. Moscow: Moscow University Press. (In Russ.).
- Boos, V. O., Gershman, M. A., Gokhberg, L. M., Kuczenko, E. S., Ostashenko, T. V., & Abankina, T. V. (2023). *Rating of the creative Russian regions: scientific digest*. Special issue No. 3. HSE. (In Russ.).
- Bredikhin, S. V., Vlasova, V. V., Gavrilova, N. V., Gershman, M. A., Gokhberg, L. M., Demyanova, A. V., Ivanova, I. A., & Popova, Ya. A. (2021). *Developing creative industries in Russia: key indicators*. *Scientific digest No. 1*. HSE. Moscow: Human Capital Multidisciplinary Research Center. (In Russ.).
- Buzgalin, A. V., & Kolganov, A. I. (2011). In search of the future for Russia: “economy for a human”, or Ten theses to elaborating “the advanced development strategy III” (a non-jubilee invitation of Yu. M. Osipov to a new round of discussion). *Filosofiya khozyajstva*, 4(76), 60–65. (In Russ.).
- Buzgalin, A. V., & Kolganov, A. I. (2019). Social Structure Transformation of Late Capitalism: from Proletariat and Bourgeoisie Towards Precariat and Creative Class? *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1, 18–28. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/s013216250003744-1>
- Comunian, R., & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 1–17. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>

- Cruz, S. S., & Teixeira, A. A. C. (2015). The magnitude of creative industries in Portugal: what do the distinct industry-based approaches tell us? *Creative Industries Journal*, 8(1), 85–102. <https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1050298>
- De Beukelaer, C. (2014). Creative industries in “developing” countries: Questioning country classifications in the UNCTAD creative economy reports. *Cultural Trends*, 23(4), 232–251. <https://doi.org/10.1080/09548963.2014.912043>
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.037>
- Dubina, I. N., Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2011). Creativity Economy and a Crisis of the Economy? Coevolution of Knowledge, Innovation, and Creativity, and of the Knowledge Economy and Knowledge Society. *Journal of the Knowledge Economy*, 3(1), 1–24. <https://doi.org/10.1007/s13132-011-0042-y>
- Ferreiro-Seoane, F. J., Llorca-Ponce, A., & Rius-Sorolla, G. (2022). Measuring the Sustainability of the Orange Economy. *Sustainability*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063400>
- Florida, R. (2004). America’s Looming Creative Crisis. *Harvard Business Review*, 82(10), 122–136.
- Florida, R., & Tinagli, I. (2004). *Europe in the creative age*. London; Pittsburgh: Software Industry Centre, Carnegie Mellon.
- Freeman, A. (2012). *Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries*. L.: Metropolitan University.
- Freeman, A. (2020). Creative Labor, Mental Objects and the Modern Theory of Production. *Science & Society*, 84(4), 458–484. <https://doi.org/10.1521/isis.2020.84.4.458>
- Golovina, K. Yu., & Zhikharevich, B. S. (2023). Creative Industries in Municipal and Regional Strategies in Ivanovo Region and Krasnodar Krai. *Regional Economy. South of Russia*, 11(4), 190–200. (In Russ.). <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2023.4.17>
- Gricsenko, S. V., & Shubina, E. A. (2015). Statistical study of innovation processes at the regional level. *Voprosy statistiki*, 8, 65–72. (In Russ.).
- Hailey, D., Cox, M., & Loader, E. (2010). Relationship between Innovation and Professional Communication in the “Creative” Economy. *Journal of Technical Writing and Communication*, 40(2), 125–141. <https://doi.org/10.2190/tw.40.2.b>
- Holford, W. D. (2019). The future of human creative knowledge work within the digital economy. *Futures*, 105, 143–154. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.10.002>
- Jordan, T., & Richterich, A. (2023). Researching the digital economy and the creative economy: Free gaming shards and commercialised making at the intersection of digitality and creativity. *European Journal of Cultural Studies*, 26(3), 354–370. <https://doi.org/10.1177/13675494221118390>
- Kamenskikh, M. A. (2014). Research of concept of creative industries and assessment of their influence on economic development of Russia. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 8(359), 62–68. (In Russ.).
- Kaverina, N. A. (2017). Leading role of culture in the development of human capital and new economy. *Chelovecheskij kapital i professionalnoe obrazovanie*, 3(23), 10–16. (In Russ.).
- Khestanov, R. (2018). Creative Industries – Models of Development. *Russian Sociological Review*, 17(3), 173–196. (In Russ.). <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2018-3-173-196>
- Hesmondhalgh, D. (2014). *The Cultural Industries*. Moscow: HSE University Publishing House. (In Russ.).
- Howkins, J. (2011). *The creative economy: how people make money from ideas*. Moscow: Classica-XXI. (In Russ.).
- Kloudova, J. (2010). Expanse creative economy and its impact on the less developed regions. *The Journal of the New Economic Association*, 5(5), 109–124. (In Russ.).
- Kryukov, I. A. (2023). Development of creative industries in the regions of the North-Western Federal District. *Kreativnaya ekonomika*, 17(12), 4709–4728. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/ce.17.12.119800>
- Levchenko, I. I. (2014). The meaning of the «creative economy» in the contemporary innovative development: foreign practices. *Kreativnaya ekonomika*, 12(96), 44–54. (In Russ.).
- Levickaitė, R. (2011). Four approaches to the creative economy: general overview. *Business, Management and Education*, 9(1), 81–92. <https://doi.org/10.3846/bme.2011.06>
- Maczevich, I. Ya. (2012). Forming and developing the concept of creative industry in the modern social theory. *Socziologiya*, 3, 80–93. (In Russ.).
- Makhalin, V. (2015). Management of the creative class: foreign and domestic experience. *Vestnik universiteta*, 1, 146–150. (In Russ.).
- Masullo, A. (2014). Human economy and natural economy. *E3S Web of Conferences*, 2, 04002. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20140204002>
- Melynikov, O. (2012). From “Materialistic” to the “Human” Economy. *Russian Journal of Entrepreneurship*, 2(100), 58–63. (In Russ.).
- Mikhailova, A., & Vinokurova, U. (2018). The relation to calls and threats in the Arctic in the context of creatosphere (kreatosfera). In *5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and ARTS SGEM 2018: Conference proceedings, Albena, Bulgaria* (Vol. 5, № 3.3, pp. 953–958). <https://doi.org/10.5593/sgemsocial2018/3.3/s12.122>

- Mikhaylova, A. V. (2018). Digital and creative economy in the modern space. *Kreativnaya ekonomika*, 12(1), 29–42. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/ce.12.1.38783>
- Mikhaylova, A. V., & Popova, L. N. (2023). Creatosphere in modern creative economics: theoretical and methodological foundations. *Ekonomika i predprinimatelstvo*, 11(160), 353–360. (In Russ.). <https://doi.org/10.34925/eip.2023.160.11.066>
- Mordanov, M. A. (2022). Assessing the level of creativity in Russian regions: application of the Florida index to current realities. *Kreativnaya ekonomika*, 16(6), 2093–2110. (In Russ.). <https://doi.org/10.18334/ce.16.6.114829>
- Müller, K., Rammer, C., & Trüb, J. (2008). The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. *ZEW Discussion Paper*, 08-109.
- Nasyrova, S. I. (2022). Human-oriented economy: goals and their contradictions. *π-Economy*, 15(2), 38–58. (In Russ.).
- Nasyrova, S. I. (2021). Evolutionary aspects of the human-oriented economy in the categorical-system methodology. *Moscow University Economics Bulletin*, 6, 202–223. (In Russ.). <https://doi.org/10.38050/0130010520216.10>
- Nasyrova, S. I. (2022). Human-oriented economy: elaborating a definition. *Russian Journal of Economics and Law*, 16(2), 258–274. (In Russ.). <https://doi.org/10.21202/2782-2923.2022.2.258-274>
- Nasyrova, S. I. (2022). Ideas as a Factor of Development in a Human-Oriented Economy. *AlterEconomics*, 19(4), 602–619. (In Russ.). <https://doi.org/10.31063/altereconomics/2022.19-4.3>
- Oakley, K. (2004). Not so cool Britannia: The role of the creative industries in economic development. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 67–77. <https://doi.org/10.1177/1367877904040606>
- Pelyasov, A., & Kolesnikova, O. (2008). Evaluation of Creativity of the Russian Regional Communities. *Voprosy Ekonomiki*, 9, 50–69. (In Russ.). <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2008-9-50-69>
- Potts, J., & Cunningham, S. (2010). Four models of the creative industries. *Revue d'économie politique*, 120(1), 163–180. <https://doi.org/10.3917/redp.201.0163>
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., & Ormerod, P. (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 167–185. <https://doi.org/10.1007/s10824-008-9066-y>
- Razumov, V. I. (2004). *Categorical-systemic methodology in teaching scientists*. Omsk: Omsk State University. (In Russ.).
- Rodríguez-Insuasti, H., Montalván-Burbano, N., Suárez-Rodríguez, O., Yonfá-Medrand, M., & Parrales-Guerrero, K. (2022). Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*, 14, 16010. <https://doi.org/10.3390/su142316010>
- Rozentale, I. (2014). Creative industries during economic recession: the case of Riga. *Regional Studies, Regional Science*, 1(1), 329–335. <https://doi.org/10.1080/21681376.2014.981578>
- Rudaya, T. V. (2008). Creative economy in the system of post-industrial society. *Kreativnaya ekonomika*, 8(20), 3–11. (In Russ.).
- Samans, R. (2023). *Human-centred economics: The living standards of nations*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-37435-7>
- Samans, R., & Davis, N. (2017). Advancing Human-Centred Economic Progress in the Fourth Industrial Revolution. *G20 Policy Brief*. Geneva: World Economic Forum.
- Schislyaeva, E. R., & Makieva, I. V. (2024). Functioning features of the creative industries organizations network. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 1(145), 77–82. (In Russ.).
- Schlesinger, P. (2007). Creativity: from discourse to doctrine? *Screen*, 48(3), 377–387. <https://doi.org/10.1093/screen/hjm037>
- Shhetinina, E. D. (2019). *Creative economy: management and marketing*. Belgorod: Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov. (In Russ.).
- Shulzhenko, T. G., Sushheva, N. V., & Czareva, E. S. (2023). *Creatosphere of a university in the knowledge economy: development potential, concept, solutions*. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University of Economics. (In Russ.).
- Spiridonov, S. P. (2010). Life Quality Indicators and Methodology of their Development. *Problems of Contemporary Science and Practice*, 10-12(31), 208–223. (In Russ.).
- Stepanov, A. A., & Savina, M. V. (2013). Creative economy: essence and development issues. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyj nauchnyj zhurnal*, 12(60), 104. (In Russ.).
- Stepanova, T. D. (2022). World creative class: dynamics, trends, development. *Problems of Modern Economics*, 1(81), 41–44. (In Russ.).
- Surguladze, V. (2022). Crisis of the Creative Economy: Socio-Political Risks of Urbanization and Economic Inequality of the Information Society. *USA & Canada: Economics – Politics – Culture*, 10, 80–97. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/s2686673022100066>
- Temerbulatova, Z. S., Zhuparova, A. S., & Nussyupayeva, A. A. (2020). Statistics in the field of creative industries: review of methodological basis. *Economy: strategy and practice*, 15(4), 139–146. (In Russ.). https://doi.org/10.51176/jesp/issue_4_t12
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147–164. <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>
- Tremblay, G. (2008). Industries culturelles économie créative et société de l'information. *Global Media Journal – Canadian Edition*, 1(1), 65–88.

Trubitsyn, O. K. (2019). Creatosphere development in information society. *Philosophy and Humanities in Information Society*, 2(24), 29–49. (In Russ.).

Ustinovich, I. V. (2019). Methodological foundations' development for the quantitative and qualitative indicators assessment of the creative industry in the context of the latest global trends. *Soczialno-ekonomicheskoe upravlenie: teoriya i praktika*, 3(38), 36–38.

Vasina, A. V., & Glushkova, Yu. O. (2022). Comprehensive model of creative industries development strategy assessment of the region. *Actual Problems of Economics and Management*, 2(34), 57–64. (In Russ.).

Veselá, D., & Klimová, K. (2014). Knowledge-based Economy vs. Creative Economy. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 141, 413–417. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.072>

Zhao, K., Zhang, Y., Zhao, J., & Li, X. (2020). Understanding Contributions of the Creative Class to Sustainable Economic Growth in China. *Sustainability*, 12(4), 1304. <https://doi.org/10.3390/su12041304>

Zhuparova, A., Asilova, A., & Isataeva, G. (2023). Education as a factor in the development of a creative economy: a scientific synthesis of research evaluation. *Central Asian Economic Review*, 2(149), 72–93. (In Russ.). <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-2-72-93>

Вклад автора

Автор подтверждает, что полностью отвечает за все аспекты представленной работы.

Author's contribution

The author confirms sole responsibility for all aspects of the work.

Конфликт интересов / Conflict of Interest

Автором не заявлен / No conflict of interest is declared by the author

История статьи / Article history

Дата поступления / Received 14.02.2024

Дата одобрения после рецензирования / Date of approval after reviewing 20.04.2024

Дата принятия в печать / Accepted 20.04.2024