

ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: ОПЫТ РОССИИ И КИТАЯ

УДК 33.332.1

<http://doi.org/10.2441/2310-1679-2025-358-35-48>

Светлана Александровна ЗАЙЦЕВА,

кандидат философских наук, доцент,
факультет управления социокультурными проектами,
Московская высшая школа социальных и экономических наук,
Москва, Российская Федерация,
e-mail: sveta_gallery@mail.ru

Икэ ЦЗИНЬ,

аспирант кафедры культурологии,
факультет государственной культурной политики,
Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: 784380924@qq.com

Аннотация. Сегодня становится всё более актуальным теоретическое осмысление практической деятельности, связанной со становлением творческой (креативной) экономики, креативных и культурных индустрий. В ходе работы рассматриваются концептуализация подходов к пониманию творческой экономики, культурных индустрий, креативных (творческих) индустрий. Внимание уделяется научным подходам ведущих экспертов: Дж. Хокинз, Д. Тросби, Д. Хезмондалш, Ч. Лэндри, Р. Флорида. Практическая деятельность, связанная с креативными, культурными индустриями, рассматривается через процесс ее институциализации. Впервые практикоориентированное определение понятия «креативные (творческие) индустрии» было дано в Великобритании. В России и в Китае процесс институциализации связан с освоением опыта Великобритании. В России процесс связан с деятельностью некоммерческого сектора, приводящего работы ведущих экспертов. В Китае же процесс был связан с реализацией творческой и культурной деятельности в регионах, связанных с Великобританией. В любом случае концептуализация креативных и культурных практик – это функция государства. Сами же практики обуславливают трансформацию экономики, которая, в свою очередь, регулируется государством. Принципиальное расхождение в институциализации творческой деятельности между Россией и Китаем в том, что в России на законодательном уровне отождествляются креативные и культурные индустрии, объединяемые понятием «креативные (творческие) индустрии»; в Китае же креативная и культурная деятельности не отождествляются. Если в России акцент делается именно на творчестве, то в Китае на НИОКР.

Ключевые слова: креативные индустрии, культурные индустрии, творческие индустрии, креативная экономика, государственные и негосударственные институты, институционализация.

Для цитирования: Зайцева С. А., Цзинь Икэ. Институциализация креативных индустрий: опыт России и Китая // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2025. №3 (58). С. 35–48.
<http://doi.org/10.2441/2310-1679-2025-358-35-48>

INSTITUTIONALIZATION OF CREATIVE INDUSTRIES: EXPERIENCE OF RUSSIA AND CHINA

Svetlana A. Zaitseva,

CSC in Philosophy, Associate Professor,
Faculty of Socio-cultural Project Management,
Moscow School of Social and Economic Sciences,
Moscow, Russian Federation,
e-mail: sveta_gallery@mail.ru

Yike Jin,

Postgraduate at the Department of Cultural Studies,
Faculty of State Cultural Policy,
Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow Region, Russian Federation,
e-mail: 784380924@qq.com

Abstract. Today, theoretical understanding of practical activities related to the development of the creative economy, creative and cultural industries is becoming increasingly relevant. The work examines the conceptualization of approaches to understanding the creative economy, cultural industries, and creative industries. Attention is paid to the scientific approaches of leading experts: J. Hawkins, D. Throsby, D. Hezmondhalgh, C. Landry, R. Florida. Practical activities related to creative, cultural industries are considered through the process of its institutionalization. The first practice-oriented definition of the concept of "creative industries" was given in Great Britain. In Russia and China, the process of institutionalization is associated with the assimilation of the experience of Great Britain. In Russia, the process is associated with the activities of the non-profit sector, which promoted the work of leading experts. In China, the process was connected with the implementation of creative and cultural activities in regions connected with Great Britain. In any case, the conceptualization of creative and cultural practices is a function of the state. The practices themselves determine the transformation of the economy, which, in turn, is regulated by the state. The practices themselves determine the transformation of the economy, which, in turn, is regulated by the state. The fundamental difference in the institutionalization of creative activity between Russia and China is that in Russia creative and cultural industries are identified, in China creative and cultural activities are not identified. If in Russia the emphasis is on creativity, then in China it is on R&D.

Keywords: creative industries, cultural industries, creative industries, creative economy, state and non-state institutions, institutionalization.

For citation: Zaitseva S. A., Jin Yike. Institutionalization of Creative Industries: Experience of Russia and China. *Culture and Education: Scientific and Informational Journal of Universities of Culture and Arts.* 2025, no. 3 (58), pp. 35–48. (In Russ.). <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2025-358-35-48>

Сегодня креативные индустрии и культурные индустрии являются одним из наиболее активно развивающихся перспективным сектором современной экономики XXI века.

Сам термин «креативная экономика» впервые был сформулирован специалистом в данной области, членом Консультационного Совета по креативной экономике ООН Джоном Хокинсом. В 2000 году в журнале *Businessweek* вышла его статья «Креативная экономика: как превратить идеи в деньги», а в 2001 году вышла одноименная монография. Дж.Хокинс отмечает, что

креативная экономика касается не только тех профессионалов, которые непосредственно относятся к творческому культурному производству, в том числе художники, музыканты, литераторы, театральные деятели, но и тех, кто способен мыслить нестандартно и создавать новое [31, с. 30]. Традицию использования понятия «культурные индустрии» концептуализировали Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно в своей работе «Диалектика просвещения» в главе «Культуриндустрия. Просвещение как массовый обман» [1].

Австралийский экономист Дэвид Тросби в своей монографии «Экономика и культура» подчеркивает значимость понятия «культура», акцентируя внимание на двух его значениях. Первое значение «задается широкой антропологической и социологической рамкой, позволяющей описывать ряд позиций, убеждений, нравов, обычаев, ценностей и практик, свойственных любой группе», а второе более функционально и имеет отношение «к интеллектуальным, моральным и художественным аспектам жизни человека» и в этом смысле относится к деятельности, «опирающейся на просвещение и воспитание разума, а не на приобретение чисто технических или профессиональных навыков» [28, с. 6–7]. Исходя из понятия «культура», Тросби предлагает определение понятия «культурные индустрии» как способа «репрезентации культурной деятельности в экономических категориях» [28, с. 9].

Британский социолог Дэвид Хезмондалш предлагает трактовку понятия культурных индустрий на более теоретическом уровне. Он утверждает, что понятие культурных индустрий используется для обозначения институтов, которые связаны с символической креативностью. С точки зрения автора, термин «культурные индустрии» связан с определением понятия «культура» как системой означивания, через которую представляется, воспроизводится, переживается и исследуется социальный порядок. Хезмондалш утверждает, что культурные индустрии рассматриваются как институты коммерческих, государственных и негосударственных некоммерческих организаций, «которые самым прямым образом участвуют в производстве социального смысла» [30, с. 27]. Под культурным производством Хезмондалш подразумевает процесс, где «центральное место занимает производство артефактов, в первую очередь состоящих из символов, и других типов социальной деятельности» [30, с. 28]. Автор отмечает следующее: «все это виды деятельности, первичной целью которых является общение с аудиторией, создание текстов. Все культурные артефакты являются текстами в очень широком смысле этого слова, поскольку открыты для интерпретации» [30, с. 28]. То есть речь идет об институционализации символического производства, охватывающего широкий спектр деятельности – как индивидуальной так и коллективной, связанный с межсекторным взаимодействием с целью коммуникации и производства текстов. И только при условии включения сферы культуры в процесс производства обеспечивает существование креативной экономики.

Таким образом, ведущими теоретиками рассматриваются культурные индустрии в креативной экономике с определением значимости культурной составляющей в производствах, которые могут относиться непосредственно, а также частично к культурным индустриям.

В процессе институциализации практической деятельности, связанной с креативной экономикой, наблюдается некоторое расхождение в использовании и трактовке понятий «креативные (творческие) индустрии», «культурные индустрии». Формулировка подходов к определению направлений деятельности и самих понятий зависит от региональной и национальной специфики, отличается от страны к стране.

Практикоориентированное определение понятия «креативные (творческие) индустрии» впервые было сформулировано Департаментом культуры, СМИ и спорта Великобритании в 1998 году в документе «Картографирование креативных индустрий» (Creative Industries Mapping Document). «Креативные индустрии» были представлены как крупный развивающийся сектор экономики Великобритании, в котором задействовано 1,4 миллиона человек, генерирующих 5% от общего национального дохода страны: «Это виды деятельности, которые основаны на индивидуальном творчестве, навыках и таланте и которые обладают потенциалом для создания богатства и рабочих мест за счет производства и использования интеллектуальной собственности» [35]. Важно указать, что в практической деятельности впервые было институциализировано именно понятие «креативные индустрии», подход к определению понятия по сути задал стандарт к концептуализации творческой деятельности в культурной политике европейских стран, в том числе и в России [34].

В документах Организации Объединенных Наций представлено универсальное определение понятия творческих индустрий как основы креативной экономики, как цикла создания, производства и распространения товаров и услуг, использующих творчество и интеллектуальный капитал в качестве основных ресурсов [20].

Что касается российского опыта институционализации творческих индустрий и креативной экономики, то тема творческой составляющей осмысливалась в контексте промышленного производства плановой экономики еще в период СССР и постсоветский период XX столетия. Защищались диссертации по соответствующей тематике, где акцент делался и на страновую [26], и на национальную специфику [11; 36], что важно и ценно для понимания становления креативной экономики и творческих индустрий. Рассматривались различные аспекты творчества: от научно-технического, в том числе и научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР¹), до художественного. Этот опыт безусловно значим в современных условиях.

¹ НИОКР сегодня является частью креативной экономики во многих странах, в том числе в Южной Корее (одна из ведущих стран в развитии креативных индустрий в мире. НИОКР является частью производства культуры Халлю)

Важно понимание специфики творческой составляющей в производстве, трансформирующейся от страны к стране, от региона к региону, значимости научной составляющей, в том числе и НИОКР. И если речь идет о сравнительном анализе креативной экономики России и Китая, то исследования, в том числе и советского периода, не утратили эвристический потенциал. Они интересуют ученых, рассматривающих развитие креативных индустрий в России и в Китае, но с точки зрения экономической, политической, исторической [6; 3; 30].

Исследований в области культурологии явно недостаточно. Одним из первых научных обоснований значимости креативных индустрий в культурологии стала диссертация Е. Зеленцовой по теме «Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта» [8], которая была защищена в 2008 году.

Теоретические исследования в Китае относятся к началу двухтысячных годов. Наиболее ранней научной работой, в которой системно анализируется сущность культурно-креативной индустрии с позиций культурной составляющей – это статья 廖咸浩 (Liao Xianhao) «Культурно-креативная индустрия как объект культурологических исследований», опубликованная в 2003 году в журнале «Современность» № 183 [14]. В статье рассматриваются связи между креативностью, культурной идентичностью, глобальными культурными потоками и постмодернистской эстетикой. Одним из первых исследований, анализирующих культурно-креативную индустрию с точки зрения механизмов культурного производства, является статья 胡惠林 (Hu Huilin) от 2006 года «Культурная специфика культурно-креативной индустрии», опубликованная в журнале «Исследования литературы и искусства» № 3 [32].

Вопросы институционализации, в том числе и креативной экономики и креативных индустрий, решаются на государственном уровне. Один из ведущих экспертов в области креативных индустрий Чарльз Лэндри в своей монографии «Креативный город» описывает опыт поддержки изменений в Кирклиссе заместителем главы Департамента культуры Филлом Вудом: «В 1991 году Вуд помог основать в Кирклисе «Культурные индустрии», местное агентство, использовавшее искусство для содействия социальному обновлению, и издал отчет под названием «Шанс на участие; роль культурных индустрий и общественного искусства в возрождении Кирклиса» [13, с. 140]. Фил Вуд изменил подход «искусство ради искусства» на более конструктивный и обратился к сфере, позволяющей реализовывать проекты, связанные с социальной сферой, с развитием города. Программа же развития культурных индустрий реализовывалась в трех направлениях: «торжество разнообразия, сохранение особенностей и использование креативности» [13, с. 139]. То есть Лэндри описывает процесс институционализации индустрий, реализуемый представителем государственной власти. Сам же процесс реализуется не только через межсекторное, но и межотраслевое

взаимодействие, где основой становятся именно культурные практики, называемые как «культурные индустрии».

В становлении креативных индустрий в России важную роль сыграла деятельность одной из первых экспертных некоммерческих негосударственных организаций – агентство «Творческие индустрии», которое начало свою работу в 2004 году. Главной целью Агентства была популяризация креативных индустрий через внедрение образовательных практик, сбор научных данных и разработки практических методов выстраивания творческого производства. Агентством была реализована издательская программа, проводились лекции и мастер-классы спикерами, признанными авторитетами в области креативной экономики. Среди них были и Джон Хокинс, Чарльз Лендри и Филл Вуд, а также Дэвид Тросби, чьи монографии были изданы в рамках программы и были использованы при работе над данной статьей. Привлечение лидеров мнений в сфере креативной экономики и творческих индустрий способствовало увеличению уровня доверия к этим сферам в России. Агентство принимало непосредственное участие в деятельности, связанной с актуализацией креативных практик в более чем 20 регионах России, организовывая и проводя образовательные семинары, лекции, мастер-классы, развивая проектную деятельность. Агентство приняло участие в разработке программных документов на уровне субъектов РФ, в том числе «Концепции культурной политики Пермского края», «Картирования креативных индустрий города Красноярска», «Концепции развития креативных индустрий в Мурманской области». Руководителем Агентства стала Е. Зеленцова, которая с 2012 по 2015 год была заместителем министра культуры города Москвы, частично реализовывала подходы, связанные с развитием творческих индустрий в Москве.

Ситуация продолжает динамично развиваться. В России в 2021 году была принята «Концепция развития креативных индустрий до 2030», где дано определение понятию креативной экономики: «тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности», а сами творческие (креативные) индустрии – это «сфера деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества»[25].

В Федеральном законе, принятом 8 августа 2024 года, за № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» дано следующие понятие креативной (творческой) индустрии: «экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией

креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью; креативный продукт – результат интеллектуальной деятельности или совокупность результатов интеллектуальной деятельности, а также продукция, работы, услуги, добавленная стоимость которых обусловлена использованием результатов интеллектуальной деятельности и (или) средств индивидуализации» [29]. Для России важно, что одновременно с принятием закона «О развитии креативных (творческих) индустрий», который вступил в силу с 5 февраля 2025 года, вступили в силу и изменения к положению «О Министерстве экономического развития Российской Федерации». Ведомство стало уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере креативной экономики [15].

Таким образом, в российском контексте принято понятие именно «креативные (творческие) индустрии». Индустрии являются неотъемлемой частью креативной экономики. Дальнейшая институционализация деятельности в области креативных индустрий зависит от решений Министерства экономического развития РФ.

Министерство культуры РФ поддерживает и развивает креативные индустрии, в том числе кинематографии и кинопроизводства, организовывает и проводит фестивали и выставки. Особенно ценна поддержка Министерством развития сети школ креативных индустрий. По всей России на сегодняшний день уже работают 93 школы креативных индустрий в 60 регионах страны. В них обучаются около 13 тысяч детей. По итогам конкурсного отбора в 2026 году при поддержке Минкультуры России еще 35 школ креативных индустрий откроются в 35 регионах России [27]. Очевидно, что креативные индустрии становятся структурообразующим элементом экономической инфраструктуры страны.

Ситуация в Китае несколько иная. Из-за исторических причин Гонконг, как особый административный район Китая, испытал значительное влияние британской политики в области культурной экономики. В 1999 году Гонконгский совет по развитию искусств впервые предложил концепцию «креативной индустрии» в рамках отраслевого обсуждения и рабочего плана [36]. В 2002 году Гонконгская корпорация развития торговли опубликовала свой первый исследовательский отчет под названием "Креативные индустрии в Гонконге" [9]. А в 2009 году был официально учреждён административный орган CreateHK («Креативный Гонконг») как структура, ответственная за продвижение политики в области развития креативной индустрии [36].

В декабре 2005 года Комитет по экономике Шанхая опубликовал «Одиннадцатый пятилетний план развития творческих индустрий Шанхая (2006–2010 гг.)» в котором было дано определение понятия именно «творческая индустрия»: «Отрасли, ориентированные на знания и интеллектуально емкие элементы, а именно инновационные концепции, технологические разработки

и передовые технологии, которые посредством творческой деятельности обеспечивают добавленную стоимость на этапах производства и потребления, создают общественное богатство и расширяют занятость» [19]. Важно, что «Однинадцатый пятилетний план развития творческих индустрий Шанхая (2006–2010 гг.)» сформулирован в соответствии с «Программой развития народного хозяйства и социального развития КНР на 11-ю пятилетку» [22].

В то же время на Тайване уже с середины 1990-х годов начался активный научный и политический интерес к «культурным индустриям» и «креативной экономике». В 2002 году в рамках общегосударственного плана «Вызов 2008» было впервые предложено понятие «культурно-креативная индустрия» [18]. Этот документ определил индустрию как «происходящую из творчества или культурного наследия, создающую потенциал для богатства и рабочих мест посредством форм и применения интеллектуальных богатств, а также способствующую повышению уровня жизни в целом» [10]. В 2004 году был создан Офис по продвижению культурно-креативной индустрии.

В декабре 2019 года Министерство юстиции Китая обнародовало «Проект Закона КНР о содействии развитию культурной индустрии (для общественного обсуждения)» и передало его на рассмотрение Постоянному комитету Всекитайского собрания народных представителей [7]. В данном проекте закона были чётко определены понятие культурной индустрии, направления ее развития, меры поддержки творческого производства, предприятий и механизмы регулирования рынка. В июне 2023 года этот законопроект был включён во вторую категорию законодательного плана Постоянного комитета ВСНП XIV созыва, что означает активное продвижение его рассмотрения, и при наличии необходимых условий он будет вынесен на утверждение.

До настоящего времени в официальном дискурсе материкового Китая термин «индустрия культурных и креативных продуктов» (культурно-креативная индустрия) не имеет единого и строго закрепленного определения. Вместо этого используется подход, основанный на сочетании «сфера охвата + характеристик». В академической среде до сих пор используются термины «культурно-креативная индустрия» и «креативная экономика» как синонимы.

Подход к институциализации креативных и культурных индустрий – как в Китае, так и в России – соответствует теоретическим концепциям ведущих экспертов в области креативной экономики, где культурные индустрии рассматриваются как индустрии, создающие тексты, а также – практике развития креативных индустрий Великобритании по модели DCMS (Департамент культуры, СМИ и спорта Великобритании). Становление креативной экономики, культурных и креативных индустрий, как в России, так и в Китае, реализовывалось как независимая инициатива негосударственного сектора с последующей институциализацией на уровне государственной

политики, формулировка которой близка культурной политике в странах, где основополагающим является «инструментальный» подход к культуре, которая «определялась её способностью служить различным политическим целям и стратегиям, направленным на общественное развитие или решение социальных проблем» [12, с. 25]. Значимость культуры в становлении креативной экономики «показывает, что любая культурная деятельность и, соответственно, любые инвестиции в культуру имеют неизбежный социально-экономический эффект и идут на благо общества в целом» [12, с. 128].

В России и Китае есть понимание того, что в культурной деятельности важна не только политическая и социальная значимость, а и экономическая.

В культурологии рассматривается хозяйственная культура как предмет деятельности в экономике. Однако стоит рассматривать хозяйственную культуру как неотъемлемую часть любой профессиональной деятельности, в том числе и в сфере культуры. Любая деятельность организации, в том числе и организации культуры, рассматривается как деятельность хозяйствующего субъекта. Сама же хозяйственная культура «связывает экономику с теми культурными условиями, той культурной средой, в которой экономика существует и движется, в которой она меняется и воспроизводится. Концепция хозяйственной культуры является как бы проекцией экономики на область культурологии, поскольку можно считать, что более широкий культурный контекст оказывает влияние на сферу экономики» [16].

Практически во всех странах рыночные отношения хозяйствующих субъектов, в том числе и в сфере культуры, регулируются государством. Это может быть косвенное воздействие государства на спрос и предложение – сюда относят, например, политику протекционизма, направленную на защиту национального рынка или отечественных производителей; налоговые льготы. Так, в России, в Совете Федерации, поддержали идею стимулировать креативные индустрии налоговыми льготами [2]. Что касается прямого воздействия государства, то оно может оказать воздействие на спрос: государство выступает в роли непосредственного заказчика и потребителя различных видов товаров и услуг в структуре рынка: антимонопольное законодательство, законы о защите прав потребителей, запрещения пропаганды и рекламы определенных видов товаров и услуг, ограничения в торговле, а также – на предложение: непосредственное финансирование государством приоритетных направлений развития отдельных отраслей, предприятий и учреждений; прямые государственные инвестиции. Так, в России существует Президентский фонд культурных инициатив, образованный 17 мая 2021 года [24], поддерживающий через конкурсные механизмы развитие творческого производства. В 2024 году объем финансовой поддержки Фондом достиг 9,6 миллиардов рублей. Также проводятся конкурсы на получение грантов губернаторов, а также осуществляется поддержка через предоставление субсидий и субвенций на развитие креативных индустрий.

В Китае государственное регулирование рыночных отношений включает как механизмы косвенного, так и прямого вмешательства в рыночную структуру. Правительство КНР продвигает развитие отдельных отраслей экономики с помощью различных косвенных инструментов, в частности, через налоговые льготы, поддерживающие инновационные и креативные индустрии. С 2023 года ставка дополнительных налоговых вычетов на расходы в сфере НИОКР для производственных предприятий была унифицирована [4]. Для сертифицированных высокотехнологичных предприятий (High and New Technology Enterprises, HNTE) ставка налога на прибыль снижена с 25% до 15% [23]. Эти меры соответствуют предложениям Совета Федерации РФ, направленным на стимулирование развития креативных индустрий путем предоставления налоговых преференций. Важно указать, что государственная поддержка особенно ценна именно Научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, так как они являются одними из самых сложных областей с управлеченческой точки зрения, с точки зрения прогноза конечных результатов и их капитализации. Действительно, в данной области роль государства безусловна в силу высоких коммерческих рисков таких работ.

Комитет по контролю за государственным имуществом при Госсовете КНР (SASAC) управляет активами центральных государственных предприятий и реализует стратегические инвестиции в ключевые отрасли, включая креативную экономику, технологии и энергетику. Примером является Китайский инвестиционный фонд культурной индустрии, основанный в 2011 году с целевым объемом в 20 миллиардов юаней, который направлен на поддержку кинематографа, анимации, цифровых медиа и других креативных сегментов [33]. Кроме того, местные органы власти учреждают собственные отраслевые фонды и предоставляют субсидии на техническую модернизацию, сосредотачивая внимание на стратегической безопасности, новых материалах и метавселенной. Подобно российскому Фонду президентских инициатив, эти меры служат целям прямого стимулирования творческих секторов.

Кроме того, в Китае в рамках реализации 14-го пятилетнего плана (2021–2025 гг.) ключевые научно-технические проекты, включая искусственный интеллект, квантовую связь и новые материалы, финансируются напрямую за счет бюджетных средств [5]. В 2023 году совокупный доход так называемой «новой тройки» отраслей увеличился на 22,4%. В рамках инициативы «Научно-технические инновации 2030» центральное правительство предоставляет целевую поддержку проектам научно-технического прорыва, а соответствующее финансирование распределяется по заявочной системе [17]. То есть в Китае используются и косвенные методы влияния на рынок – налоговые послабления и инфраструктурные субсидии. Китайское правительство также усилило антимонопольное и потребительское законодательство. С 2021 года Государственное управление по рыночному регулированию (SAMR) и Национальное антимонопольное бюро осуществляют системные

проверки крупных интернет-платформ [3]. Параллельно Министерство коммерции КНР (MOFCOM) и Национальная комиссия по развитию и реформам (NDRC) внедрили *отрицательный список* для иностранных инвестиций, ограничивая доступ к стратегическим секторам и усиливая контроль за транснациональными слияниями и поглощениями [21]. Эти меры сравнимы с российской политикой регулирования рекламы, которая относится к творческим индустриям, а также антимонопольного законодательства.

Таким образом, в ходе исследования выявлено, что сегодня Россия и Китай входят в единое международное поле развития креативной экономики, концептуализация которого обусловлена теоретическим и практическим опытом Великобритании. Подход Великобритании к определению креативных индустрий и креативной экономики стал мировым «трендом», то есть технология работы с экономикой творчества Великобритании оказалась значимой, так как тиражируется по всему миру [34].

В России и в Китае есть понимание значимости культуры как драйвера экономического развития, значимости развития креативной экономики и креативных и культурных индустрий.

Различия в развитии индустрий в России и в Китае обусловлены разницей подходов государственной политики к соотнесению производств к креативным или культурным индустриям.

В России понятие «креативные индустрии» – это эквивалент англоязычного понятия *creative industries*. В российском законодательстве «креативные (творческие) индустрии» представляются как единый комплекс явлений, связанных с культурой и творчеством.

В Китае практикуется использование понятия «культурной индустрии», «креативной индустрии», «культурно-креативной индустрии». Деятельность в области креативной экономики охватывает всю коммерческую деятельность и связанную с ней вспомогательную деятельность, основанную на культуре как ядре.

Экономическая инфраструктура российской и китайской рыночной экономики сохранила элементы плановой экономики. В России становление креативной экономики считывается через деятельность некоммерческого негосударственного и государственного сектора, через деятельность экспертного и научного сообщества (научная, образовательная, издательская деятельность). В Китае становление экономики творчества больше связано с деятельностью государства, с одной стороны, и с опытом развития креативного сектора Гонконга и Тайваня (взаимовлияние западной и китайской модели экономики творчества), с другой.

Если в России большее внимание уделяется секторам, связанным именно с культурным производством, отождествляемым с креативным производством, являющимся частью креативной экономики, то в Китае – это цифровая экономика, НИОКР, относящиеся к креативным индустриям, которые

взаимодействуют с культурными индустриями. В этом контексте возникла концепция «культурно-креативной индустрии».

Как в России так и в Китае государство оказывает как прямое, так и косвенное воздействие на развитие креативного сектора в экономике. В обеих странах приоритетным является косвенное воздействие.

С точки зрения семиотической, понятия «творчество» и «креативность» не являются тождественными и требуют более внимательного теоретического обоснования, что является перспективой дальнейшего исследования.

Осмысление креативной экономики, культурных, творческих, креативных индустрий основано на междисциплинарности, что расширяет теоретический подход к пониманию творческого производства, основанного на межсекторном и межотраслевом взаимодействии, что также является перспективой дальнейших исследований.

В дальнейшем важно провести сравнительный анализ современной экономики творчества, перечня творческих и культурных индустрий России и Китая, выявить общее и специфичное, что может стать в будущем фундаментом для разработки совместных проектов.

Список литературы

1. Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/5521#contents>
2. В СФ поддержали идею стимулировать креативные индустрии налоговыми льготами. URL: https://senatinform.ru/news/v_sf_podderezhal_iideyu_stimulirovat_kreativnye_industrii_nalogovymi_lgotami/
3. Годовой отчёт по антимонопольной политике КНР, 2021–2023 гг. URL: 市场监管总局发布《中国反垄断执法年度报告（2021）》 中国反垄断执法年度报告（2022）——内文.indd P020240619381431996452.pdf (на китайском языке)
4. Государственное налоговое управление КНР. Объявление о дальнейшем совершенствовании политики налогового вычета на расходы по НИОКР (№ 7, 2023 г.). URL: https://www.gov.cn/zhengce/2023-04/24/content_5752967.htm (на китайском языке)
5. Государственный комитет по делам развития и реформ, Министерство науки и технологий КНР. О реализации ключевых технологических проектов в рамках 14-й пятилетки. URL: “十四五”规划和2035年远景目标纲要（科技创新领域节选）-高校科技-中国教育和科研计算机网CERNET (на китайском языке)
6. Дай Сяофэн. Взаимодействие России и Китая в индустрии культуры: экономические аспекты.: дисс. ... канд. эконом наук. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2022. 377 с.
7. Закон КНР о содействии развитию культурной индустрии (проект для общественного обсуждения), 12 декабря 2019 года. URL: https://www.moj.gov.cn/pub/sfbgw/lfyjzj/lflfyjzj/201912/t20191212_150728.html (на китайском языке)

8. Зеленцова Е. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01003447255?page=1&rotate=0&theme=white>
9. Инь Лили (尹丽丽), Развитие креативных индустрий в Гонконге. URL: <https://www.sinoss.net/uploadfile/2010/1130/9110.pdf> (на китайском языке)
10. Исполнительный комитет по культурному строительству при Исполнительном юане Тайваня (2008). *Годовой отчёт по культуре за 2008 год*. URL: https://stat.moc.gov.tw/eBook_List_Dtl.aspx?RID=2008 (на китайском языке)"
11. Крикоша Н. Е. Партийное руководство развитием научно-технического творчества трудящихся на промышленных предприятиях Казахстана: 1981–1985 гг.: автореферат дис. ... кандидата исторических наук: 07.00.01 / МГУ им. М. В. Ломоносова. Москва, 1989. 24 с.
12. Кузьмин Е. Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры: монография. Москва: Либерея, 2002. 240 с.
13. Лэндри Ч. Креативный город.: монография. Москва: Классика-XXI, 2006. 399 с.
14. Ляо Сяньхай Культурно-креативная индустрия как объект культурологических исследований // Современность. 2003. № 183.1–12 с. (на китайском языке)
15. Минэкономразвития России получило полномочия по развитию креативных индустрий. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_rossii_poluchilo_polnomochiya_po_razvitiyu_kreativnyh_industriy.html
16. Морфология культуры. Структура и динамика: учебное пособие. Москва: Наука, 1994. 415 с.
17. Научно-технические инновации 2030 – основные проекты и ключевые национальные научно-технические программы Министерства финансов и Министерства науки и технологий КНР. URL: 科技创新2030—重大项目与国家科技重大专项 | 极客学术 (на китайском языке)
18. Национальный план развития (2002–2007). Тайбэй: Исполнительный Юань Китайской Республики (Тайвань). URL: <https://www.teg.org.tw/download?d=chronology&f=vXmgntwsxDndj36MKMTA4jdp8A1SjIYPj4n1jDFJ.pdf&n=%E6%8C%91%E6%88%B02008%EF%BC%9A%E5%9C%8B%E5%AE%B6%E7%99%BC%E5%B1%95%E9%87%8D%E9%BB%9E%E8%A8%88%E7%95%AB%282002–2007%29.pdf> (на китайском языке)
19. Одиннадцатый пятилетний план развития творческих индустрий Шанхая (2006–2010 гг.). URL: <https://www.renrendoc.com/paper/199589095.html> (на китайском языке)
20. ООН. Генеральная Ассамблея. Семьдесят четвертая сессия, пункт 17 повестки дня «Вопросы макроэкономической политики» (Оранжевая (творческая) экономика). URL: <https://docs.un.org/ru/A/RES/74/198>
21. Отрицательный список иностранных инвестиций (2021 г.). URL: 《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2021年版）》 2021年第47号令_国务院部门文件_中国政府网 (на китайском языке)

22. План и программа одиннадцатой пятилетки социально-экономического развития КНР (2006). URL: <https://kgxj.haikou.gov.cn/zcfg/gjjzc/200603/t671654.shtml> (на китайском языке)
23. Положение об управлении сертификацией высокотехнологичных предприятий Министерства науки и технологий КНР Правительства КНР. URL: https://www.gov.cn/fuwu/2019-11/15/content_5452259.htm (на китайском языке)
24. Президентский фонд культурных инициатив. URL: <https://xn-80aeeqaabljrdbg6a3ahhcl4ay9hsa.xn-p1ai/> (на китайском языке)
25. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р “Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.” (В редакции Распоряжения Правительства Российской Федерации от 26.01.2024 № 145-р. URL: <http://government.ru/docs/all/136723/>
26. Стуль Я. Творческий труд в социалистической промышленности: дисс. ... доктора филос. наук. Москва: Московский государственный педагогический институт им. В. И. Ленина, 1971. 230 с.
27. 35 школ креативных индустрий откроются в России в 2026 году. URL: https://culture.gov.ru/press/news/35_shkol_kreativnykh_industriy_otkroyutsya_v_rossii_v_2026_godu_
28. Тросби Д. Экономика и культура.: монография. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. 256 с.
29. Федеральный закон от 08.08.2024 N 330-ФЗ “О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации”. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/
30. Хезмондалш Д. Культурные индустрии.: монография Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. 456 с.
31. Хокинг Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги.: монография. Москва: Классика XXI, 2011. 256 с.
32. Ху Хуэйлинь. Культурная специфика культурно-креативной индустрии // Исследования литературы и искусства. 2006 г. № 3. 57–62 с. (на китайском языке)
33. Центр управления Китайским фондом инвестиций в культурную индустрию. Краткое описание Китайского инвестиционного фонда культурной индустрии. URL: 中国文化产业投资基金 (на китайском языке).
34. Compendium country directory The Compendium database currently consists of 45 cultural policy profiles. URL: <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/>
35. Departmen for Culture, Media & Sport. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
36. Government of the Hong Kong Special Administrative Region. URL: <https://www.basiclaw.gov.hk/en/basiclaw/chapter4.html>