

УДК 330+7+608+004

CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT IN THE KYRGYZ REPUBLIC

Koichumanov Talaibek Dzhumashevich, Doctor of Economics, Professor, Secretariat of the Council for Business Development and Investment under the Government of the Kyrgyz Republic, Head of the Secretariat <tkoichumanov@gmail.com>

Abstract.

The article is devoted to the development of creative industries in the Kyrgyz Republic. The purpose of the article is to analyze the state of the creative economy in the country, to determine the directions for its further development. The author draws on the results of recent studies and assessments in the Kyrgyz Republic. In particular, the author analyzes the international practice of classification and measurement of creative industries, as well as an assessment of the country's readiness to develop a creative economy based on PEST analysis.

Key words: Creative economy, creative industries, classification and measurement of creative industries, assessment of the country's readiness to develop a creative economy.

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Койчуманов Талайбек Джумашевич, доктор экономических наук, профессор, Секретариат Совета по развитию бизнеса и инвестициям при Правительстве Кыргызской Республики, руководитель Секретариата <tkoichumanov@gmail.com>

Аннотация

Статья посвящена развитию креативных индустрий в Кыргызской Республике. Целью статьи является анализ состояния креативной экономики в стране, определение направлений дальнейшего его развития. Автор опирается на результаты исследований и оценок, проведенных в последнее время в Кыргызской Республике. В частности, автором сделан анализ международной практики классификации и измерения креативных индустрий, а также проведена оценка готовности страны развивать креативную экономику на основе PEST-анализа.

Ключевые слова: Креативная экономика, креативные индустрии, классификация и измерение креативных индустрий, оценка готовности страны к развитию креативной экономики.

КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНДА КРЕАТИВДҮҮ ИНДУСТРИЯЛАРДЫН ӨНҮГҮҮСҮ

Койчуманов Талайбек Жумашевич, экономика илимдеринин доктору, профессор, Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнө караштуу Бизнеси өнүктүрүү жана инвестиция боюнча кеңештин катчылыгы, катчылыктын башчысы <tkoichumanov@gmail.com>

Кыскача мүнөздөмө

Макала Кыргыз Республикасындагы креативдик (чыгармачыл) индустрияны өнүктүрүүгө арналган. Макаланын максаты - өлкөдөгү чыгармачыл экономиканын абалын талдоо, аны андан ары өнүктүрүү багыттарын аныктоо. Автор жакында Кыргыз Республикасында жүргүзүлгөн изилдөөлөрдүн жана баалоолордун жыйынтыктарына таянат. Тактап айтканда, автор чыгармачыл тармактарды классификациялоонун жана өлчөөнүн эл аралык практикасын, ошондой эле PEST анализинин негизинде өлкөнүн креативдүү экономиканы өнүктүрүүгө даярдыгын баалайт.

Негизги сөздөр: креативдүү экономика, креативдүү (чыгармачыл) индустриялар, креативдүү (чыгармачыл) тармактарды классификациялоо жана өлчөө, өлкөнүн креативдүү экономиканы өнүктүрүүгө даярдыгын баалоо.

Введение

С учетом происходящих глобальных изменений на мировом рынке, креативная экономика, как основа постиндустриального мира, набирает обороты в своем развитии. Исследуя

масштабные процессы в мировом пространстве, правительства различных стран начинают уделять все больше внимания разработкам концепций креативного развития экономики. Возникает необходимость внедрения новых креативных технологий, способов и методов решения разного рода задач экономического развития.

Генеральная ассамблея ООН объявила 2021 год Международным годом креативной экономики. Такая значимость креативной экономики, известной в ряде стран как «оранжевая» или «творческая» экономика, исходит из той роли, которую играют ее представители в будущем устойчивом развитии не только экономики, но и общества в целом. Речь идет прежде всего об экономической деятельности, основанной на знаниях, и взаимосвязи человеческого творчества и идей, знаний и технологий, а также на культурных ценностях или художественном творчестве, культурном наследии и других формах индивидуального или коллективного творческого самовыражения. Это огромный потенциал для развития общества, так как креативные индустрии дают больше равных возможностей и новые рабочие места для женщин, молодежи и ЛОВЗ.

Для Кыргызстана развитие креативной экономики имеет важнейшее значение, поэтому в своем Послании народу 5 мая 2021 года Президент Кыргызской Республики отметил развитие креативных индустрий в стране одним из приоритетов будущего развития экономики. В настоящий момент в стране разработана Концепция развития креативной экономики, что является дополнительным стимулом для глубокого изучения вопроса.

Изучение международной практики [1-8] показало, что прежде всего важно определить предмет исследования и научиться его идентифицировать и измерять, на чем мы и остановимся более детально. Не менее важно определить необходимые условия для развития креативной экономики, приоритеты развития и поддержки при ограниченных ресурсах.

Термины «креативная экономика» и «креативная индустрия» вошли в научный оборот в конце 1990-х – начале 2000-х гг. Ее принято относить к четвертичному сектору экономики как объединение творческой и коммерческой составляющей экономики.

Основные этапы становления креативной экономики можно представить следующим образом.

Начало политике культурных индустрий было положено инициативой ЮНЕСКО, озабоченной деформациями и неравенством в доступе стран к культурным ресурсам и инвестициям, возникшими в результате международной экспансии корпораций индустрии развлечений (UNESCO, 1982) [1].

В 1994 г. в Австралии был выпущен правительственный доклад «Креативная нация: культурная политика Австралийского союза» («Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy») [2], в котором были рассмотрены социально-экономические показатели отраслей культуры и искусства как отдельного направления экономики.

В 1998 г. Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании (Department for Digital, Culture, Media and Sport, в дальнейшем DCMS) сформулировал официальное определение креативных индустрий как «виды экономической деятельности, основанные на индивидуальных творческих способностях, навыках и талантах и обладающие потенциалом создания добавленной стоимости и новых рабочих мест посредством генерации и использования интеллектуальной собственности» [3].

В 2003 г. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) опубликовала «Руководство по изучению экономического вклада отраслей, основанных на авторском праве». В этой публикации была предпринята попытка обобщить существующий опыт и предложить общие рамки для проведения политических исследований в отраслях авторского права [4].

После того как в 2009 г. UNESCO дала определение «креативным индустриям», данная концепция была взята на вооружение целым рядом государств – от Германии и Франции до Сингапура и Китая, – разработавших собственные версии политики развития креативных индустрий [5].

Вышла классификация индустрий креативной экономики по версии ЮНКТАД ООН (Доклад ЮНКТАД, 2008-2010 гг.). С развитием общества и цифровых технологий перечень индустрий расширился, а в их определении все чаще стал использоваться термин «креативные индустрии» [6].

Основное отличие креативной экономики от традиционного экономического уклада заключается в том, что главный инструмент в ней – это знания, ресурсом креативной экономики является информация, а продуктом – инновация. Поэтому можно считать, что концепция креативной экономики объединяет такие разрозненные понятия, как «информационная экономика», «экономика знаний» и «инновационная экономика».

Таким образом, можно дать обобщенное понятие креативной экономики как особого сектора экономики, основанного на творчестве и интеллектуальной деятельности человека, основными характеристиками которого являются: высокая степень участия новых технологий в различных областях деятельности человека; высокий уровень неопределенности; большой объем уже существующих знаний и острая необходимость генерации новых знаний. Ключевыми компонентами креативной экономики являются: информация, технологии, право интеллектуальной собственности, авторские разработки, а также креативный класс.

Определение понятия «креативные индустрии», которое часто используется современными теоретиками и практиками, было разработано в 1998 г. представителями Департамента культуры, спорта и медиа Соединенного Королевства. По мнению сотрудников департамента, креативные индустрии представляют собой деятельность, которая основана на творческом начале, таланте или навыках и несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и использования интеллектуальной собственности [3].

Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (UNCTAD) трактует понятие «креативные индустрии» как «наукоемкое и трудоемкое явление, связанное с высокой концентрацией творческих ресурсов» [6].

Термин «креативная экономика» впервые был применен британским архитектором, специалистом в области креативной экономики Джоном Хокинсом в 2001 г. [7]. Данный термин он применял, описывая 15 индустрий – от искусства до науки и технологий. Также он делал акцент на том, что в общемировом объеме, креативная экономика составила 2,2 трлн. долл. в 2000 г., и с каждым годом темпы роста ее составляют порядка 5%, и, следовательно, за креативной экономикой стоит большое будущее.

По Джону Хоккинсу есть два вида креативности [7]:

первый вид связан с самореализацией людей как личностей;

второй вид характеризуется креативной деятельностью, в ходе которой производится продукт.

Первый вид характерен для всех обществ и культур, встречающихся на мировом пространстве. Второй вид более характерен для индустриальных стран, где высоко ценятся новые разработки и технологии, инновационные изобретения, различные новшества в науке, технике и других сферах.

В работе «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» американский профессор, экономист и социолог Ричард Флорида в результате анализа политического и экономического развития общества Америки приходит к выводу, что его основой в последние годы стала креативная экономика. Ядром общества он называет креативный класс, или представители творческих профессий. Креативность по Флориду, – это «создание на базе знания практических новых форм», а основа развития креативной экономики – это принцип 3-х «Т»: «технология, талант и толерантность» [8].

Классификация и измерение креативных индустрий.

Прежде чем разрабатывать и реализовывать меры по поддержке креативных индустрий, надо решить целый ряд теоретико-методологических вопросов: определить понятийный аппарат, классифицировать креативные индустрии, научиться измерять их. Иначе, нечеткость

и размытость границ креативной деятельности не позволят целенаправленно и эффективно оказывать поддержку в виде фискальных преференций, инноваций, инвестиций.

С момента выделения креативной экономики как самостоятельного сектора экономики были разработаны различные модели классификации креативных индустрий, однако наиболее востребованной сегодня является модель, разработанная Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) в 2010 г.

ЮНКТАД подразделила креативные индустрии на три категории [6].

1. Креативное применение – охватывает отрасли промышленности, которые развивают продукты или услуги, прежде всего в целях продажи. Их существование зависит от рыночного спроса. В эту категорию входят:

- искусство/продажа антиквариата;
- архитектура;
- мода;
- издательское дело;
- реклама;
- ремесло.

2. Креативное выражение – охватывает продукты, которые не преследуют коммерческую цель. Эти продукты, как правило, определяют как «искусство ради искусства». В некоторых случаях эти продукты или услуги предоставляются даже в отсутствие рыночного спроса и могут положиться на поддержку со стороны общества. В данную категорию входят:

- музыка, изобразительное искусство и исполнительские виды искусства;
- видео, фильмы и изображения (фотографии);
- теле- и радиовещание.

3. Креативные технологии – в большей степени полагаются на технологии и цифровые средства. Хотя технологии являются основным материалом для нескольких креативных индустрий, эта категория была специально выделена из-за своей основной функции – быть взаимосвязанной с цифровыми технологиями. К этой категории относятся:

- Интернет и программное обеспечение;
- цифровые медиа (игровые и анимационные);
- дизайн (графический и веб-дизайн).

В мировой экономической литературе представлен и ряд других моделей, определяющих структуру креативных индустрий и сферы деятельности. Например, Модель концентрических кругов, Модель Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), Модель Конгресса США [1; 4].

Наиболее часто среди применяемых моделей классификации отраслей креативной экономики выделяются британская и американская, хотя существуют и другие, включая разработанную ЮНЕСКО и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС).

Исходя из изучения различных классификаций, можно выделить основные направления креативной экономики, встречающиеся практически во всех классификациях:

- дизайн (в данную группу входят различные направления, такие как дизайн архитектурной среды, графический дизайн, фэшн-дизайн, игровой дизайн и т.д.);

- фильмография и видеопроизводство (включает в себя производство кинофильмов, видео, 2Д и 3Д-анимации и визуальных эффектов);

- средства массовой информации (к данной группе относятся телевидение и радио, социальные сети и др.);

- реклама (производство баннеров, рекламных роликов и все сопутствующие процессы);

- разработка цифровых ИТ-продуктов (программное обеспечение, приложения, игры, технологии искусственного интеллекта, нейронные сети, облачные технологии, Интернет-вещей и т.п.);

- ремесленничество (продукты деревообработки, из металлов, шитье и т.д.);

- музыка (звукозапись, производство музыкального контента и т.д.);

издательское дело (издание книг, журналов, газет);
исполнительское искусство (актерское, театральное искусство и т.д.).

По странам классификация различается незначительно. В Кыргызстане при разработке Концепции развития креативной экономики в основу классификации взята британская методика. Сектор креативной экономики Кыргызстана представлен следующими направлениями креативных индустрий: издательское дело, компьютерные игры, интерактивные развлекательные программы, программное обеспечение, музыка, фото, видео, архитектура, реклама, дизайн, создание модной одежды, искусство, кинематограф, телевидение, радио, исследования и другие, отдельно не отраженные в национальном статистическом учете.

Вопросы измерения креативной экономики наиболее сложные, и в настоящий момент они только изучаются в КР. Сложность заключается в оценке границ творчества в креативных индустриях и методики сбора и обработки информации. Отдельные секторы креативной экономики и смежные профессии нелегко определить по международным статистическим стандартам: коды NACE и ISCO часто агрегируют, также слишком много видов деятельности, которые являются «частично» креативными. Сектор состоит из большого количества малых и микрокомпаний (около 90% сектора). Их очень трудно измерить статистически, поскольку они могут быть «неформальными», и их доход может быть не заявлен в налоговых режимах. Если эти проблемы могут быть проигнорированы для других секторов, для креативных индустрий этого сделать не получится, поскольку микрокомпании представляют «ядро» сектора [9].

Методы измерения креативной экономики могут производиться по разным характеристикам и признакам. Из-за различий в определении креативной экономики, различаются и ее расчетные показатели. Первый подход, основанный на понятии креативности, делает главным принципом при выделении данного сектора – креативность. Второй подход принципом различения делает интеллектуальную собственность [4]. В этой перспективе специфика креативных индустрий состоит в производстве и использовании интеллектуальной собственности. Но и внутри данного определения столь же трудно, как и в предыдущем, выделить креативные индустрии в отдельный сектор, поскольку всякая отрасль в условиях универсальной распространенности интеллектуального права подразумевает генерирование интеллектуальной собственности. Поэтому сторонники этого подхода, как, впрочем, и предыдущего, в качестве главного инструмента различения привлекают статистику: отрасль, в которой наибольшую роль играет интеллектуальная деятельность (или добавленная стоимость), можно отнести к креативным индустриям. Такой подход «креативности всего» оказал наибольшее влияние на определение креативности в правительственной политике Великобритании. Так, в правительственном документе «Creative Industries Mapping» (1998) креативные индустрии определялись как «индустрии, в основании которых лежит индивидуальная креативность, умения и таланты, обладающие потенциалом создания богатства и рабочих мест с помощью генерирования и эксплуатации интеллектуальной собственности» [3].

Несмотря на то, что все креативные индустрии не поддаются единому исчислению, их объединяет то, что основную прибавочную стоимость они создают за счет знаний.

Отметим три базовых метода для оценки сектора:

- 1) отраслевой метод по классификатору видов экономической деятельности (КВЭД);
- 2) расчеты по профессиональной занятости в креативных профессиях и;
- 3) расчеты по объемам международной торговли.

Еще один возможный, но весьма ресурсоемкий метод – измерение времени, затрачиваемого занятыми в экономике на выполнение креативной работы.

В международной практике используются различные подходы к измерению креативных индустрий, один из самых распространенных – подход ВОИС, который базируется на оценке вклада отраслей авторского права в экономику [4].

Необходимые условия для развития креативной экономики.

Как было отмечено выше, креативная экономика – это один из самых быстрорастущих секторов в мировой экономике в силу того, что предполагает создание на базе знаний и креативности новых продуктов и технологий. Развитие креативной экономики, как отметил американский экономист Ричард Флорида в работе «Креативный класс», основываясь на принципе трех «Т» – технологии, таланте и толерантности, – будет играть значительную роль в создании новых рабочих мест, достижении в целом устойчивого развития в постиндустриальную эпоху.

Однако, какая должна быть среда для того, чтобы вырос этот креативный класс и получила развитие креативная экономика? Здесь понятие среды включает в себя комплекс экономических, социально-политических и технологических характеристик. Такие характеристики, как, например, качество государственного управления, уровень демократии и свободы граждан, степень толерантности и туристической привлекательности в стране, уровень безопасности и коррупции в стране играют важную роль. Ясно, что диктаторские режимы, вовлечение криминалитета в государственное управление и использование судебных и правоохранительных органов в собственных интересах, коррупционные схемы и захват основных материальных потоков в государстве – все это в совокупности препятствует развитию креативной экономики и разрушает демократические свободы граждан. Общество в данном случае не реализует в полной мере свой творческий и креативный потенциал, в силу чего происходит «утечка умов» и концентрация их в тех местах, где имеются наиболее благоприятные условия для развития.

Что касается экономической стороны, то это особенности политики в творческой и креативной сфере, государственное инвестирование, субсидии, специальные налоговые режимы для креативных и цифровых индустрий, креативных-хабов, площадок, инновационный потенциал и техническое развитие страны, степень развитости (культурной, социальной, городской) инфраструктуры страны и, наконец, уровень экономической свободы, легкость ведения бизнеса и инвестиционный климат в стране.

Прежде чем разрабатывать конкретные меры по поддержке и развитию креативной экономики и правильно распределять имеющиеся ресурсы, авторы предлагают провести оценку готовности страны поддерживать креативные индустрии по вышеперечисленным характеристикам. Это позволит комплексно решать проблемы и приоритизировать задачи.

Авторы методики оценки развития креативной экономики (Койчуманов Т.Д., Гринько М., 2021) осуществили ее для Кыргызстана на основе PEST-анализа, что предполагает анализ политических, экономических, социальных и технологических характеристик [11]. Всего по этим четырем факторам выбраны 9 обобщенных показателей, по которым найдены коэффициенты в открытых данных. По политическому фактору рассмотрены уровни демократии и уровень свободы человека. В качестве экономических параметров взяты уровень экономических свобод, степень глобализации и легкость ведения бизнеса. По социальному фактору рассмотрены уровень социального прогресса и уровень человеческого развития. По технологическому фактору взяты уровень развития ИКТ и уровень инновационного развития.

В таблице даны характеристики исследования и пилотные сравнительные оценки для Великобритании и Кыргызстана. Оценки по Великобритании сделаны для сравнения, так как Великобритания – лидер по уровню креативности в мире.

Оценка готовности страны к развитию креативной экономики

Политические факторы		
1) Уровень демократии	85.3	42.1
2) Уровень свободы жизни	84.4	70.5
Экономические факторы		
3) Уровень экономических свобод	78.4	63.7
4) Степень глобализации экономики	89.8	63.6
5) Легкость ведения бизнеса	83.5	67.8
Социальные факторы		
6) Уровень социального прогресса	88.5	68.6
7) Уровень человеческого развития	93.2	69.7
Технологические факторы		
8) Уровень развития ИКТ	86.5	43.7
9) Уровень инновационного развития	85.4	35.0
Среднее значение всех показателей:	86.1	58.3

Источник: [11].

Количество показателей для оценки было ограничено наличием информации в открытых источниках. По мере того, как будут появляться новые данные, можно расширять количество характеристик, вводимых в оценку.

Оценка проводилась по балльной системе, каждый из четырех факторов имел одинаковый вес в общей оценке, но номинальное его значение рассчитывалось исходя из коэффициентов каждого показателя, умноженное на его весовое значение внутри фактора.

Максимальный балл для страны по готовности поддерживать и развивать креативную экономику – 85 из 100 баллов. Расчеты по Кыргызстану показали, что готовность страны равна 58,3 балла.

При этом наименьшие показатели отмечены по уровню демократии, характеристике политического фактора – 42,1 балла из 100. Необходимый уровень демократии в стране для развития креативной экономики находится в диапазоне в среднем от 70 баллов до 100.

По технологическому фактору наименьшие баллы у показателя инновационного развития – 35 баллов из 100 при минимально необходимом уровне 60-70 баллов. Такие же низкие показатели и по уровню развития ИКТ – 43,7 баллов из 100.

Таким образом, необходимыми условиями для развития креативной экономики в стране, согласно расчетам по нашей методике, является наличие демократических свобод, без чего невозможны развитие творчества и становление креативного класса.

Приоритетные задачи, которые надо решать в Кыргызстане для развития креативной экономики, – это улучшение показателей политического фактора, а именно повышение уровня демократии и показателей технологического фактора, прежде всего улучшение инновационных показателей. Для создания благоприятной среды критически важно провести демократические реформы, сделать экономику дружественной по отношению к представителям творческих профессий, предложив необходимые свободы и максимально облегченные законодательные меры для ведения бизнеса, получения качественного образования с применением инновационных технологий.

В настоящее время в КР независимыми экспертами и специалистами Министерства экономики и финансов, а также Нацстаткома и Госпатентной службы разрабатывается

методика оценки креативных индустрий с учетом той статистической базы, которая есть в КР, при этом предполагается использование международных подходов и СНС.

Параллельно с этой работой, идет работа над созданием условий для креативного сектора. Начата разработка Закона о парке креативных индустрий, разрабатываются меры, которые войдут в Национальную концепцию по развитию креативной экономики, которая предположительно будет рассчитана до 2026 г. Со стороны бизнес-сообщества, представительных креативных индустрий внесены предложения по мерам законодательного, материально-технического, инновационного и финансового обеспечения креативных индустрий, а также меры в области образования и продвижения продукции креативных индустрий на международный рынок.

Выводы.

Для Кыргызстана критически важно развитие креативной экономики. Не только с точки зрения достижения устойчивости экономики, но и для создания предпосылок для развития среднего класса, без чего трудно говорить о перспективах развития страны. Расчеты, проведенные на основе предлагаемой автором методики оценки готовности страны развивать креативную экономику, убедительно показали, что необходимо прежде всего создавать среду для роста креативного класса. Оценка среды, включающая комплекс политических, социально-экономических и технологических характеристик, показала удаленность от соответствующих показателей стран с развитой креативной экономикой и растущим креативным классом, прежде всего по показателям, включаемым в агрегированный показатель “демократические свободы”. Все, что препятствует демократическим свободам, – неэффективное государственное управление, низкий уровень демократических свобод, низкая толерантность и туристическая привлекательность, высокий уровень коррупции, – разрушает среду для развития креативного класса, общество не может реализовать в полной мере свой творческий потенциал, происходит “утечка мозгов” и концентрация их там, где есть благоприятные условия для развития. Расчеты показывают, что по данному показателю в Кыргызстане наибольшее отставание от передовых, по отношению к развитию креативной экономики, стран. Поэтому основной упор необходимо правительству делать на создание в стране благоприятной среды для развития креативной экономики, не ограничивая свободу граждан.

Другой важный вывод статьи касается классификации и измерения креативных индустрий. Без проведения анализа международной практики невозможно выявить общие критерии определения границ креативности. При создании экономических условий для развития креативной экономики, есть вероятность попадания в ловушку завышенных ожиданий. Одна из широко обсуждаемых мер развития креативной экономики – создание парков креативных индустрий и наделение их фискальными преференциями. Отличный подход, но он сработает только в том случае, если четко просчитаны направления и границы деятельности, которые можно будет считать креативными. И при этом будут предложены точные статистические методы измерения такой деятельности. Без этого трудно будет контролировать недобросовестных резидентов парков, пользующихся фискальными льготами, и бюджет может понести огромные убытки. Это вопрос, прежде всего, экономической безопасности. Представленный в статье анализ международной практики классификации и измерения креативных индустрий может послужить основой для адаптирования и выработки странами своих классификаций и методик измерения креативных индустрий. В данной статье на основе анализа международной практики предложен авторский вариант этапов становления и развития креативной экономики в мире. а

Использованные источники

1. Креативные индустрии: содержание понятия и классификация. Экономика. – Режим доступа: <https://studmir.com/kreativnye-industrii-soderzhanie-ponyatiya-i-klassifikacziya/> (Дата обращения 03.09.2020.

2. UNESCO. Mexico City Declaration on Cultural Policies, World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 26 July - 6 August 1982. – Режим доступа: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals401.pdf
3. Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Programme. Creative Industries Mapping Document. – London, 2001.
4. WIPO. On Surveying the Economic Contribution the Copiright Industries. 2015, revised Edition
5. Система статистики культуры ЮНЕСКО – 2009 (ССК). – UNESCO, 2009. – С. 22–25.
6. Creative Economy. Report 2008. – Режим доступа: www://unctad.org/en/docsditc20082cer_en.pdf
7. Howkins, J. The Creative Economy: How People Make Money From IdY. – The Penguin Press, 2001. – P. 116; Хокинс, Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Пер. с англ. И. Щербакова.
8. Флорида, Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Пер. на рус. яз. – ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2016.
9. Creative Economy: a Feasible Development Option. – UNCTAD, 2010. – Режим доступа: http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf
10. Темербулатова, Ж.С., Жапарова, А.С., Нусюпаева, А.А. // Экономика: стратегия и практика. – 2020. – №4 (15). – С. 132-140.
11. Койчуманов, Т.Д., Гринько, М. Оценка готовности страны к развитию креативной экономики // Материалы Международной научно-практической конференции “Креативная экономика – важнейший фактор устойчивого развития страны”. – Бишкек: КРСУ, 2021.