

Ж.С. Хусаинова^{1*}, М.К. Асанова¹, Д.Е. Бектлеева¹, Г.М. Абауова², М.К. Канкулов¹

¹ *Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан;*

² *Казахский университет экономики, финансов и международной торговли, Астана, Казахстан*
¹zhibekh11@mail.ru, ²massanova77@mail.ru, ³dinabek@mail.ru, ⁴abauova_g@mail.ru, ⁵kankulov.m@bk.ru

¹<http://orcid.org/0000-0002-2617-838X>, ²<https://orcid.org/0000-0001-8092-5879>,

³<https://orcid.org/0000-0003-2829-279X>, ⁴<https://orcid.org/0000-0002-3411-7659>,

⁵<https://orcid.org/0000-0003-1299-3065>

¹Scopus Author ID: 57195557031, ²Scopus Author ID: 57190606396,

³Scopus Author ID: 57195554406, ⁴Scopus Author ID: 57204243891

¹ Researcher ID: ABA-4733-2020, ² Researcher ID: P-8325-2018, ³Scopus Author ID: 57195554406

Концептуальные параметры креативной экономики и ее категориальная канва

Аннотация:

Цель: Выявление природы креативной экономики и ареала ее категориальной структуры на основе обзора существующих исследований в данной предметной области с выделением доминирующих трендов и рэперных ориентиров.

Методы: В работе использован арсенал системного, структурного и компаративистского методов анализа, а также инструментарий составления наукометрических карт с применением программного обеспечения VOSviewer для анализа исследований по креативной экономике, опубликованных с 1990 г. до 2022 г. в базе данных Web of Science с библиометрическими методами и визуализацией.

Результаты: Определены параметры текущего уровня научного интереса к вопросам развития креативной экономики; выявлен генезис исследований концепта креативной экономики; систематизирована научная карта, категориальная канва и концептуальная структура тематических кластеров в области исследования креативной экономики; выявлены приоритетные и актуальные тренды перспективных исследований в области концептуализации креативной экономики.

Выводы: Полученные результаты исследования свидетельствуют о постоянно растущем научном интересе к проблематике креативной экономики и креативных индустрий. Креативные индустрии не являются прямой заменяющей альтернативой базовым индустриальным отраслям отечественной экономики. Они вносят свой дополнительный вклад в общие результаты инклюзивного развития и формируют ее отличительные рыночные образцы, специфические блага и кластеры. Именно потому актуализируются вопросы формирования креативной экономики, креативных индустрий, рыночных механизмов их оценки, в том числе в координатах включенности всех социальных групп и имплементации их в государственную экономическую политику в отечественных условиях. Также возникает настоятельная необходимость в выработке инструментов, направленных на расширение границ креативных кластеров для прикладной иллюстрации их эффективности и реальной конкурентоспособности в отечественной среде.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, креативный кластер, инклюзивный экономический рост.

Введение

В современной инновационной динамике развития с доминированием экономики знаний расширяется и область креативной экономики, интегрирующей в себе как индустриальное начало, так и постиндустриальную базу. При этом по мере трансформации постиндустриальной экономики в креативную, доминирующими детерминантами ее роста становятся: во-первых, творчески-созидательная ценность как источник появления атомизированных, индивидуализированных производств, учитывающих персонализированную специфику каждого актора; во-вторых, растущая инклюзивность как возможность реализации потенциала всех социальных групп. Многовекторное приращение креативных индустрий в мировой и отечественной практике актуализирует вопросы междисциплинарного исследования их источников, детерминат и акторов, приводящих к инклюзивному росту креативного сегмента и социализации экономики, в целом. В данной статье будут исследованы вопросы природы креативной экономики и ареала ее категориальной структуры на основе обзора существующих ис-

* Автор корреспонденции. E-mail: zhibekh11@mail.ru

следований в данной предметной области с выделением доминирующих трендов и рэперных ориентиров.

Обзор литературы

Анализ креативной экономики, ее элементов, индикаторов и результатов начался системно в последней четверти XX века, хотя зачатки знаний о ней аккумулировались задолго до массовой прикладной реализации креативных индустрий. Изначально анализ креативности был выделен в работах о приоритетном развитии человеческого капитала и его роли в формировании инновационных технологий и новых знаний. В частности, Р. Солоу обосновал доминирующее значение технологий в экономической динамике (Solow, 1956). В работах Э. Уллмана акцентируется роль человеческого капитала в региональном развитии (Ullman, 1958). Значение городов и регионов в области передачи и распространения знаний подчеркивает Дж. Джейкобс (Jacobs, 1961). Изучая роль креативности в экономическом развитии муниципальных районов, А. Андерссон (Andersson, 1985) отмечает важность знаний, культуры, коммуникаций и креативности в процветании региона. В более поздних исследованиях Р. Барро и Э. Глейзер подтверждают связь между человеческим капиталом и экономическим ростом на национальном уровне (Barro, 1991). Наиболее структурированно о концентрации креативного класса на региональном уровне писал Ш. Мелландер и Р. Флорида с использованием так называемых факторов «3Т-экономического развития»: технология, талант и толерантность (Mellander, Florida, 2007).

В целом, существующее многообразие признаков креативности вызывает постоянные дискуссии в научном сообществе. В экономическом дискурсе креативность предстает не только как потенциальный генератор инноваций (Mansfield, 1995), но и как основа формирования ценностей путем рационального и иррационального процессов принятия решений (Throsby, 2001).

В комплексном экономическом подходе креативная экономика, по Р. Флориду, включает три сферы: инновации (техническая креативность), бизнес (экономическая креативность) и культуру (художественная и культурная креативность), являющиеся единым целым (Флорида, 2007). Такая градация позволяет структурировать виды креативных индустрий. В этом аспекте наиболее весомым является британская систематизация, включающая 13 отраслей, структурированных на основе принципа, что креативные индустрии имеют свой «источник в индивидуальной креативности, умении и таланте и обладают потенциалом создания рабочих мест и благосостояния посредством производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» (DCMS, 2001). В это определение креативных индустрий были включены следующие: архитектура, ремесла, исполнительские виды искусства, дизайн, интерактивное программное обеспечение, мода, рынок искусств и антиквариата, музыка, производство фильмов и видео, издательское дело, телевидение и радио, программные и компьютерные услуги, реклама (DCMS, 2001).

В классической структуре креативных индустрий выделяются как культурно-исторические виды, так и технологические. Для оценки их результатов используется категориальный аппарат, включающий такие конструкты, как «культурные индустрии» (Хезмондалш, 20, 2010; Тросби, 2013; Garnham), «креативные индустрии» (O'Connor, 2009; Gabe, 2013; Fleischmann, 2017; Kong, 2014; Флорида, 2007; Хестанов, 2018), «креативный класс» (Зеленцова, Гладких, 2010; Матецкая, 2013; Kacerauskas, 2014), «креативный город» (Лэндри, 2006; Бонет, 2012; Kong, 2014), «креативный кластер» (Jurene, Jureniene, 2017; Voix et al., 2015; Gong, Hassink, 2017), «креативный труд» (Zhao, Guo, 2019; Alacovska, 2018; Finkel et al., 2017). Это позволяет выделить социально-экономическое пространство креативной экономики, проследить ее синергетические эффекты, специфику и адаптивность креативных кластеров в различной экономической среде (Howkins, 2002; Marta-Christina, Ivanovici, 2010; Шарковская, 2020).

Таким образом, границы, показатели, своеобразие креативной экономики достаточно проблемны, поскольку в ее сущностной характеристике приходится учитывать ее междисциплинарную природу. Потому общий анализ креативности в экономике следует увязывать с культурными элементами творчества, рассматривать многообразие как креативных индустрий, так и культурной и досуговой этнопрактики. Вместе с тем технологические инновации сегодня формируют креативные начала в информационном обеспечении как собственно в технологических, так и культурных индустрий. Синергичность эффектов креативной экономики обеспечивает дополнительный прирост ВВП, особенно в региональном разрезе, усиливает постиндустриальную динамичность развития и ее инклюзивность.

В докладе Всемирного экономического форума «Доклад об инклюзивном росте и развитии–2017» отмечается, что «во всем мире нет большей проблемы, чем расширение участия общества в процессе и выгодах экономического роста» (The Inclusive Growth and Development Report, 2017). Именно сквозь призму инклюзивности исследуются все стороны общественного производства (CAFOD; Alfredsson, Wijkman, 2014), в том числе и многовекторное развитие креативной экономики в мировом хозяйстве (Kelly et al., 2016; Ельшин, Гафаров, 2021).

Анализ источников по проблематике креативной экономики выявил огромное разнообразие работ в данной исследовательской области, которая особенно расширилась в последние годы. Это актуализирует необходимость проведения системного библиометрического анализа существующих исследований в области креативной экономики, который бы позволил не только определить и визуализировать концептуальную структуру исследований в данной предметной области, но и способствовал выявлению трендов последующих исследований по данному вопросу.

Таким образом, целью данной статьи является выявление природы креативной экономики и ареала ее категориальной структуры на основе обзора существующих исследований в данной предметной области с выделением доминирующих трендов и реперных ориентиров. Исходя из данной цели, сформулированы следующие гипотезные исследовательские вопросы:

1. Каковы параметры текущего уровня научного интереса к вопросам развития креативной экономики?
2. Каков генезис исследований концепта креативной экономики?
3. Каковы научная карта, категориальная канва и концептуальная структура тематических кластеров в области исследования креативной экономики?
4. Каковы приоритетные и актуальные тренды перспективных исследований в области концептуализации креативной экономики?

Методы

В соответствии с поставленной целью и сформулированными гипотезными вопросами при проведении исследования использован качественный и количественный анализ имеющихся исследований в области креативной экономики в базе данных Web of Science с использованием библиометрического методологического подхода и возможностей программного инструмента VOSviewer.

Методология настоящего исследования включала в себя следующие основные этапы:

- 1) формирование выборки опубликованных научных работ по креативной экономике из базы данных Web of Science;
- 2) выявление динамики публикаций по креативной экономике в базе Web of Science с 1990 г. по 2022 г.;
- 3) построение научной карты тематических кластеров на основе ключевых слов, используемых в существующих исследованиях по креативной экономике с выявлением ареала связей между исследуемыми терминами и их генезиса;
- 4) оценка результатов проведенного анализа с выявлением наиболее важных научных трендов и направлений в данной исследовательской области.

Результаты

Библиометрический анализ динамики и структуры имеющихся исследований в области креативной экономики был проведен на основе одной из самых обширных научных баз — Web of Science, где в качестве ключевого запроса было определено понятие «креативная экономика» («creative economy»). На основании данного поискового запроса базой Web of Science были предоставлены 4773 работы, начиная с 1990 г. по 2022 г. Увеличение количества работ за последние 5 лет отражает возрастающий интерес к теме исследования взаимоотношений вузов с выпускниками, особенно динамика резкого роста наблюдается в последние годы (рис. 1). Линия тренда экспоненциальная, коэффициент детерминации (R^2), также называемый «величиной достоверности аппроксимации», равен 0,975.

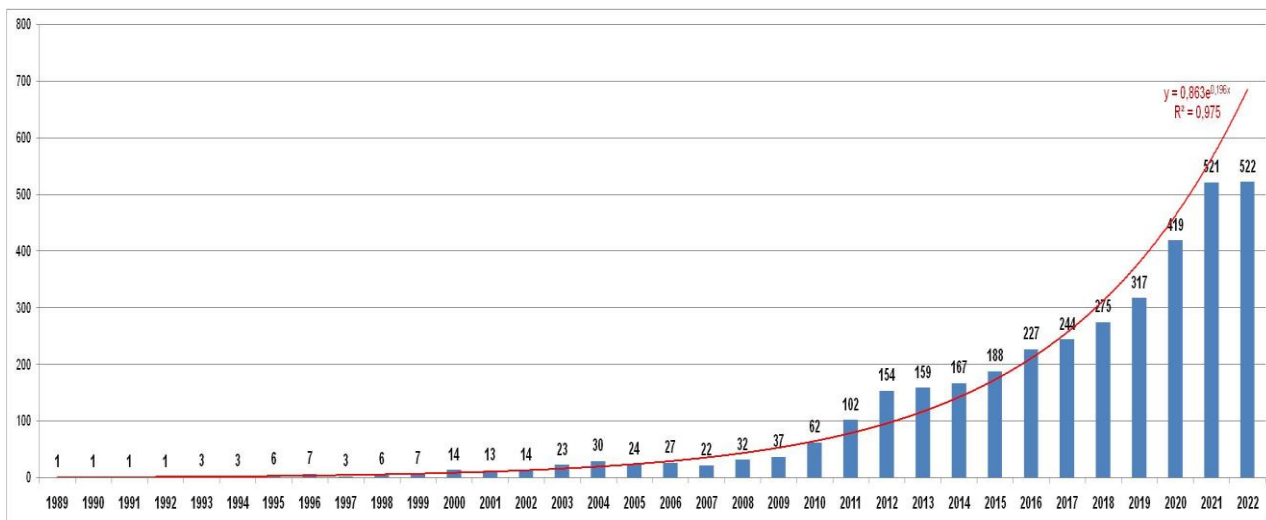


Рисунок 1. Публикационная активность в области исследований по креативной экономике на основе базы Web of Science с 1992 г. по 2022 г.

Примечание. База данных Web of Science.

Возрастающая тенденция наблюдается и в количестве цитирований статей по изучаемой проблеме (рис. 2). В настоящее время среднее число цитирований, приходящееся на одну работу в данной области, составляет 12,3. При этом более ранние опубликованные исследования имеют большое количество цитирований.

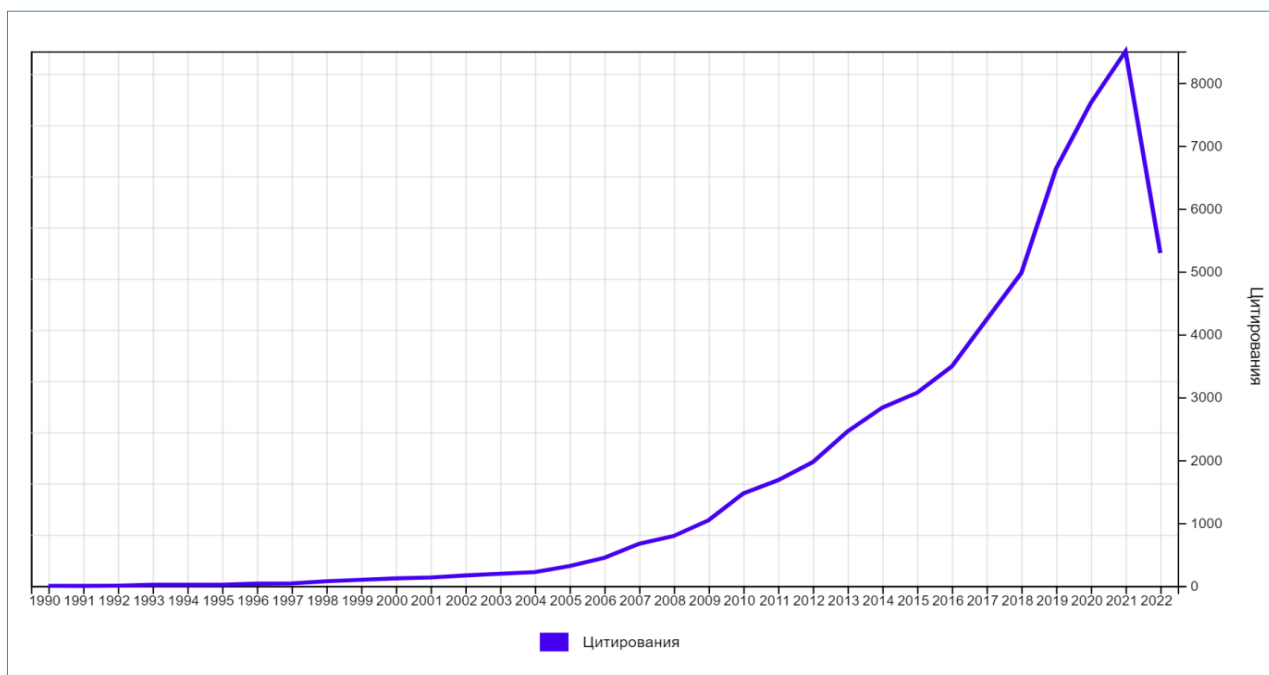


Рисунок 2. Динамика цитирований публикаций по креативной экономике на основе базы Web of Science с 1992 г. по 2022 г.

Примечание. База данных Web of Science.

Результаты анализа демонстрируют междисциплинарную природу существующих исследований в области креативной экономики, то есть представленность работ в различных категориях базы Web of Science (рис. 3). При этом наибольшее количество работ опубликовано по категориям «Экономика» (759 публикаций, или 16 % от всех опубликованных работ); «Менеджмент» (604 публикации, или 13 %); «Бизнес» (525 публикаций, или 11 %).



Рисунок 3. Распределение исследований по креативной экономике по категориям Web of Science

Примечание. База данных Web of Science.

Географический охват имеющихся в базе Web of Science опубликованных исследований по креативной экономике демонстрирует концентрацию научного интереса к данной проблеме в развитых странах — США и Европе (рис. 4), при этом интерес к данной предметной области возрастает в последнее время и в развивающихся странах (рис. 5).

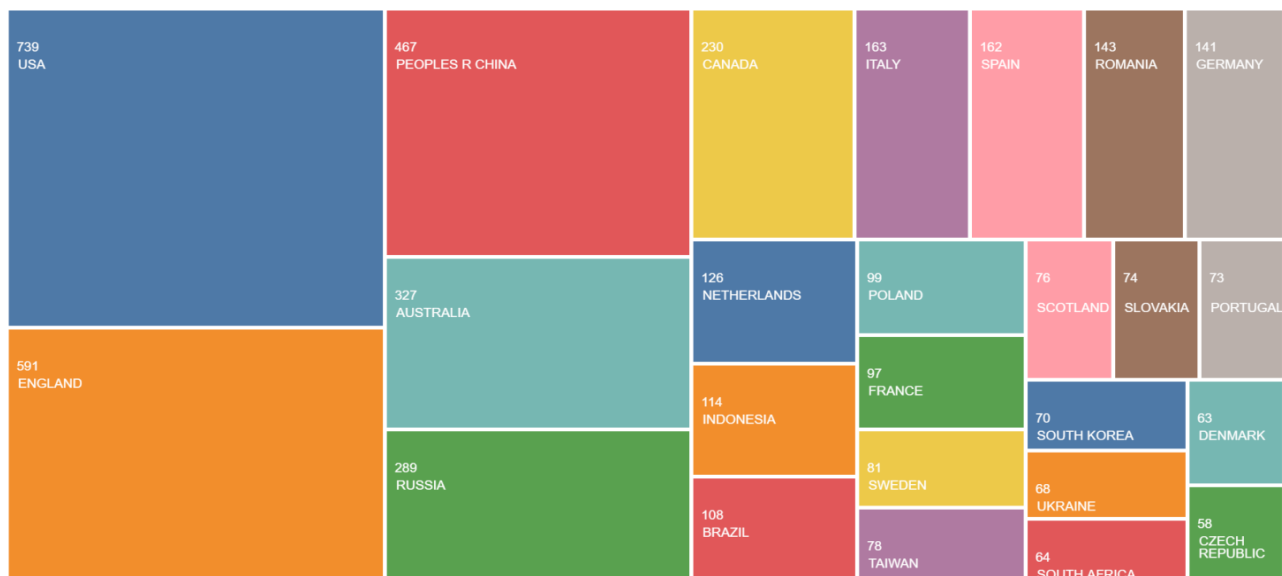


Рисунок 4. Географический охват исследований по креативной экономике в базе Web of Science

Примечание. База данных Web of Science.

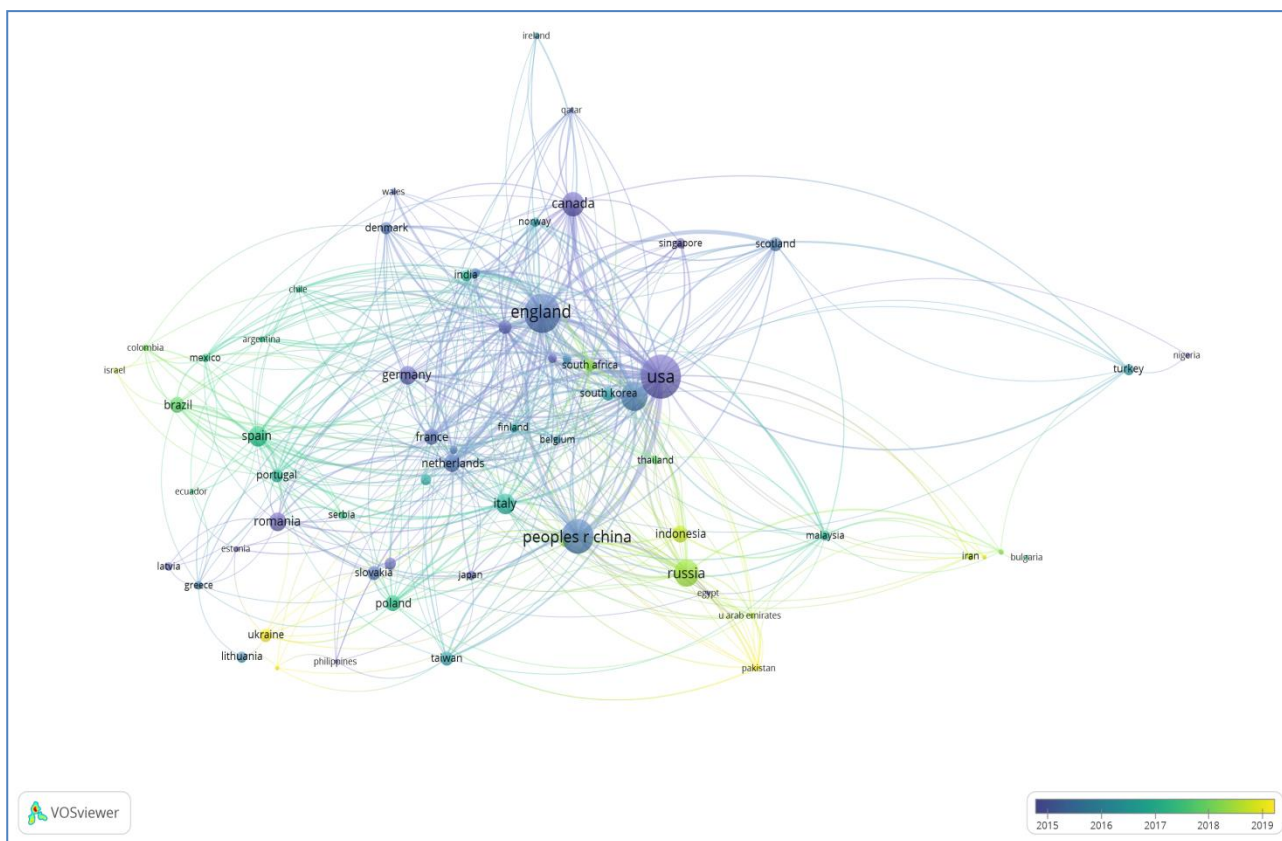


Рисунок 5. Географический охват исследований по креативной экономике в базе Web of Science с учетом фактора времени

Примечание. Составлено авторами на основе базы данных Web of Science с помощью VOSviewer.

Основным значимым этапом исследования стало построение научной карты тематических кластеров на основе ключевых слов, используемых в существующих исследованиях по креативной экономике с выявлением ареала связей между исследуемыми терминами и их генезиса. Для целей терминологического картирования с использованием программного инструмента VOSviewer был применен метод Co-occurrence: Author keywords, на основе которого был проанализирован терминологический массив из 11129 ключевых слов в существующих 4773 публикациях по креативной экономике базы Web of Science. На основе данного анализа и оценки интенсивности использования выявленных ключевых слов был составлен специализированный тезаурус, состоящий из терминов, которые встречаются в выборке не менее 20-ти раз, при этом были объединены похожие термины с устранением опечаток. Таким образом, был сформирован окончательный специальный тезаурус из 38 ключевых слов (см. табл.), объединенных в 5 тематических кластерах по их смысловой близости, идентичности и интенсивности совместного использования (рис. 6).

Т а б л и ц а

Сформированный тезаурус из наиболее распространенных ключевых слов в области исследований креативной экономики

№ п/п	Ключевое слово	Количество публикации	Количество связей	№ п/п	Ключевое слово	Количество публикации	Количество связей
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Creative economy (Креативная экономика)	383	397	20	Creative labour (Креативный труд)	32	49
2	Creative Industries (Креативные индустрии)	347	385	21	Regional development (Региональное разви-	41	48

1	2	3	4	5	6	7	8
					тие)		
3	Innovation (Инновации)	265	313	22	Creative destruction (Креативное разрушение)	53	39
4	Creativity (Творчество)	248	303	23	Urban development (Городское развитие)	27	39
5	Entrepreneurship (Предпринимательство)	124	150	24	Employment (Занятость)	29	38
6	Creative Class (Креативный класс)	100	129	25	Globalization (Глобализация)	39	37
7	Cultural Policy (Культурная политика)	72	121	26	Creative clusters (Креативные кластеры)	26	35
8	Cultural industries (Творческие индустрии)	73	115	27	Competitiveness (Конкурентоспособность)	27	33
9	Education (Образование)	77	107	28	Social media (Социальные медиа)	32	30
10	Creative city (Креативный город)	75	93	29	Creative work (Креативная работа)	29	29
11	Sustainability (Устойчивость)	77	87	30	Gender (Гендер)	27	28
12	Human capital (Человеческий капитал)	58	79	31	Digital economy (Цифровая экономика)	33	27
13	Cultural economy (Культурная экономика)	50	70	32	Collaboration (Коллаборация)	24	26
14	Technology (Технологии)	37	68	33	Social innovation (Социальные инвестиции)	21	23
15	Knowledge economy (Экономика знаний)	72	65	34	Circular economy (Циркулярная экономика)	44	20
16	Economic development (Экономическое развитие)	47	64	35	Copyright (Авторское право)	20	20
17	Economic growth (Экономический рост)	45	57	36	Experience economy (Экономика впечатлений)	25	19
18	Knowledge (Знания)	40	56	37	Sharing economy (Экономика совместного потребления)	24	16
19	Sustainable development (Устойчивое развитие)	57	51	38	Knowledge management (Управление знаниями)	28	13

Примечание. Составлено авторами на основе базы данных Web of Science с помощью VOSviewer.

В представленной наукометрической кластерной карте исследований по креативной экономике (рис. 6) тематические кластеры представлены различными цветами, при этом размер метки каждого ключевого слова (размеры узлов и шрифта) отражает силу и частоту его связи с другими ключевыми словами («total link strength»), а линий между понятиями — отношения между ними и их совместное использование («link strength») (Van Eck, Waltman, 2010; Van Eck et al., 2010).

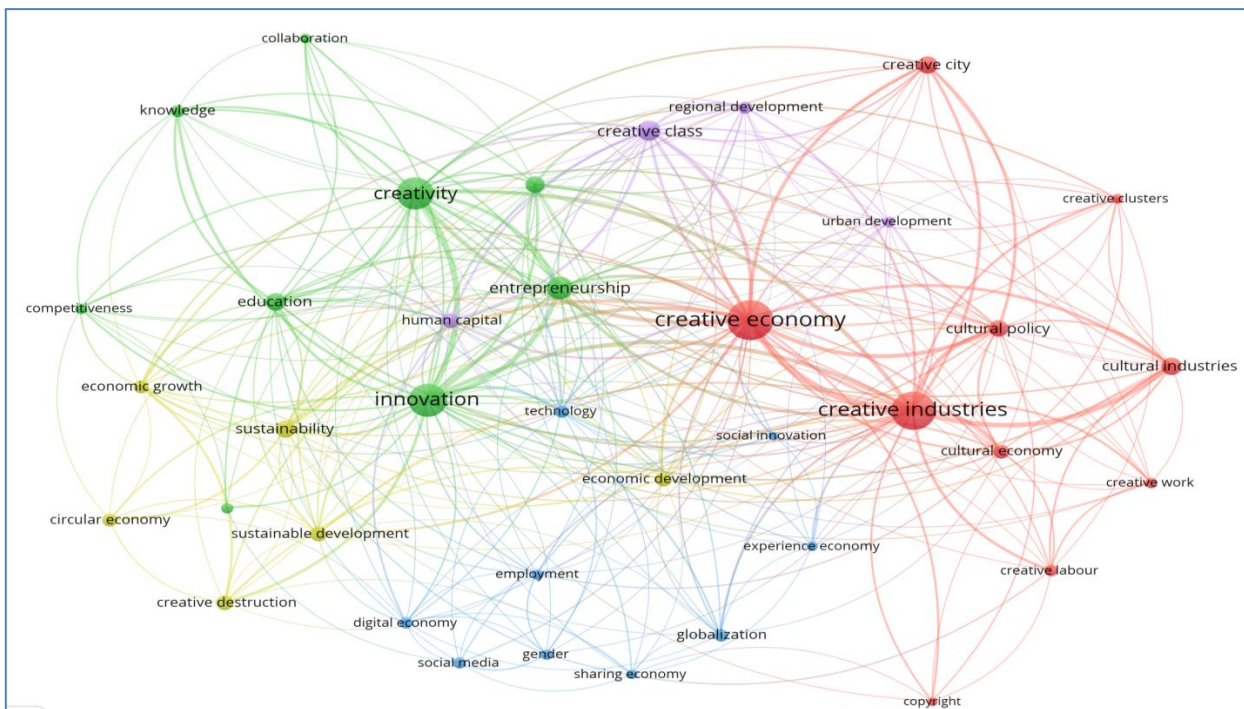


Рисунок 6. Библиометрическая научная карта тематических кластеров существующих исследований в области креативной экономики по базе Web of Science

Примечание. Составлено авторами на основе базы данных Web of Science с помощью VOSviewer.

Содержательный анализ 38 наиболее распространенных ключевых слов в отобранных 4773 публикациях позволил выделить 5 понятийных кластера, которые мы условно обозначили: «Составляющие креативной экономики» (красный кластер); «Креативность и инновации» (зеленый кластер); «Человеческий капитал и креативный класс» (фиолетовый кластер); «Новые тренды в экономике» (синий кластер); «Развитие и рост» (желтый кластер). Важно отметить, что приведенное разделение кластеров является условным, так как кластеры и ключевые слова в них тесно взаимосвязаны.

Кластер красного цвета «Составляющие креативной экономики» охватывает многочисленные работы, в которых исследуются такие основные элементы креативной экономики, как «креативные индустрии», «творческие индустрии», «креативные кластеры», «креативный труд», «креативный город». Зеленый кластер «Креативность и инновации» связан с работами, в которых исследуются взаимосвязи между креативностью, инновациями, предпринимательством, образованием. Фиолетовый кластер, который мы условно обозначили как «Человеческий капитал и креативный класс», включает работы, в которых ключевыми вопросами являются проблемы развития человеческих ресурсов и формирования креативного класса, в том числе в контексте регионального и городского развития. Синий кластер «Новые тренды в экономике» объединяет концепты, связанные с вопросами взаимосвязей креативной экономики с развитием новых технологий, цифровой экономикой, экономикой впечатлений и экономикой совместного потребления. Желтый кластер «Развитие и рост» играет определенную интегративную роль, охватывая исследования, посвященные проблемам взаимосвязи между креативной экономикой и экономическим ростом, а также устойчивым развитием.

Представленная кластерная карта обладает значительной плотностью, связанной с многочисленностью связей между ключевыми словами, и свидетельствует о высоком уровне их совместного употребления в различных исследованиях.

Далее мы исследовали распределение ключевых слов во временных периодах по степени их разработанности в отобранных исследованиях по креативной экономике (рис. 7). Чем ближе к фиолетовому и синему цвету, тем «старше» исследования, чем ближе к зеленому и желтому цвету, тем современнее.

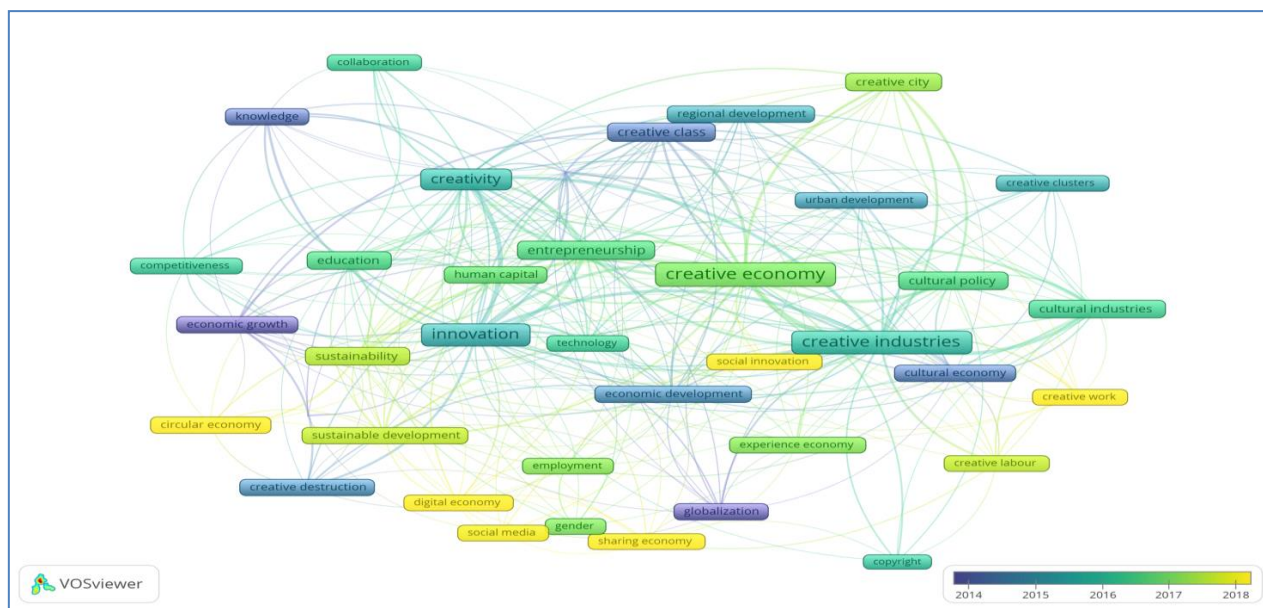


Рисунок 7. Распределение ключевых слов по времени в существующих исследованиях в области креативной экономики по базе Web of Science

Примечание. Составлено авторами на основе базы данных Web of Science с помощью VOSviewer.

Из полученных результатов видно, что в течение последних 10 лет происходил некий сдвиг научного интереса в исследованиях по креативной экономике от проблем взаимосвязи креативного развития с экономическим ростом к проблемам развития креативных индустрий и креативных кластеров.

Также были определены «горячие области» в исследованиях по креативной экономике, т.е. наиболее актуальные концепты со значительным количеством опубликованных статей (рис. 8). Такие области наукометрической карты, представленные более интенсивным желтым цветом, содержат наибольшее число научных публикаций и связаны с такими понятиями, как «креативные индустрии», «креативность», «инновации».

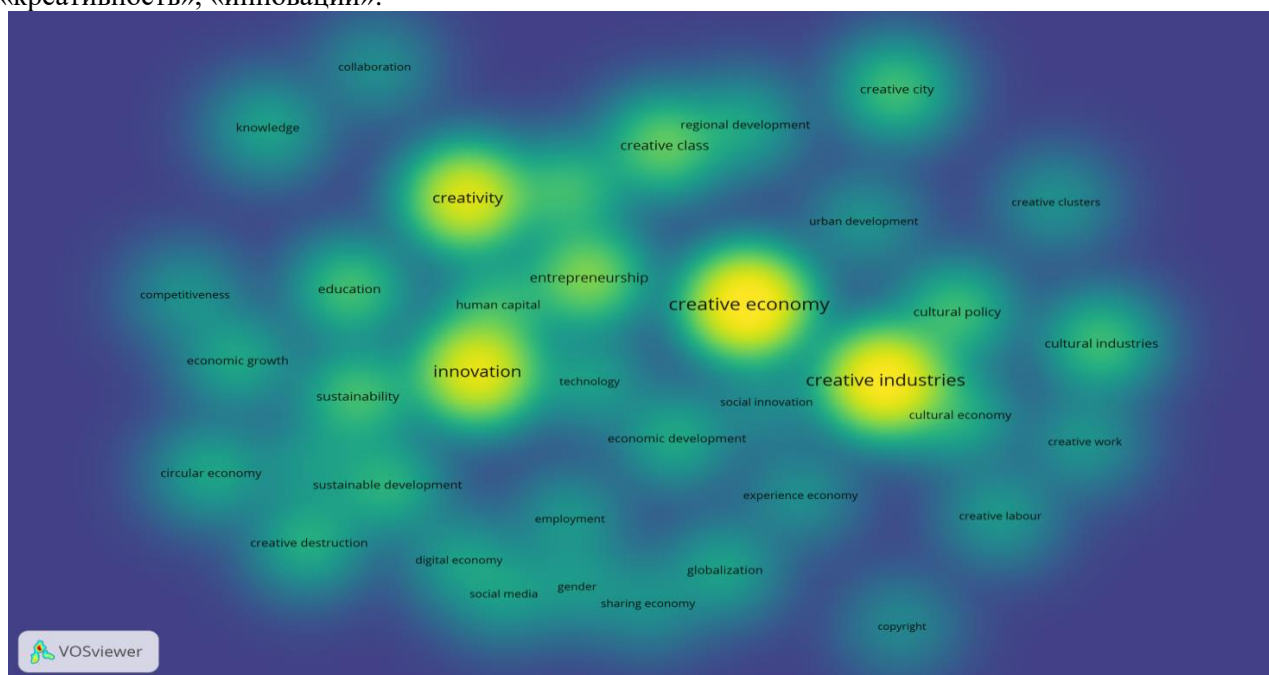


Рисунок 8. Актуальные темы («горячие области») в существующих исследованиях по креативной экономике в базе Web of Science

Примечание. Составлено авторами на основе базы данных Web of Science с помощью VOSviewer.

Обсуждение

Как показывает проведенное исследование, проблема развития креативности, в целом, и определение параметров креативной экономики, в частности, является актуальной во всем мировом хозяйстве. Данный сектор, доля которого сегодня в развитых странах по экспертным оценкам составляет 2,5–3 % от ВВП, существовал всегда как ниша недоминирующих индустрий, где оригинальная идея воплощалась в практику в среде этнокультурных ремесел, искусства, дизайна и пр. Однако, сейчас, при развитой глобальной инновационной системе, креативный сектор становится комплексным (дополняющим) элементом экономики знаний, соединяя в своей структуре, как индустриальное начало, так и постиндустриальную базу.

Устойчиво высокие уровни корпоративного развития, малого и среднего бизнеса, обеспечивающие высокие и постоянно растущие параметры ВВП и национального богатства в развитых странах мира, позволяют им системно подойти к вопросам развития креативной экономики. Это относится и к ее устойчивому институциональному базису, и к уровню ее инклюзивной составляющей, и к вопросам региональной мультипликации роста креативных индустрий.

Сегодня поступательное расширение креативного сектора определяется растущей инклюзивностью рыночной среды и потребностью в новых формах сервиса на базе атомизированных, индивидуализированных производств, которые, с одной стороны, алгоритмируют монетизацию созидательно-уникальных идей, а с другой — учитывают персонализированную специфику каждого актора. Иными словами, креативная экономика — это сегмент формирования ценностей на основе дихотомии инноваций, творческо-созидательной персонификации производства и инклюзивности, создающей условия для развития уникальных компетенций индивидов всех поколений. При этом наметилась устойчивая прямая закономерность: чем выше степень креативности производства, тем активнее проявляются тренды его инклюзивности (Мамедов, 2017). Таким образом, креативной экономике присущи не только новизна, адаптивность, но и творчески-созидательная ценность, как стимул и источник рационального экономического поведения, а также инклюзивность, как возможность реализации потенциала всех социальных групп для максимизации межпоколенческого благосостояния.

В прикладном значении креативная экономика не носит универсально-унифицированный характер, а типологизируется по видам креативных индустрий (английская, американская, скандинавская, гонконгская методики), что позволяет оценить их формирование и в отечественной среде. 30 ноября 2021 г. была принята Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 г. № 860). Данная Концепция определяет общие рамки развития креативного сектора, целевые индикаторы и ожидаемые результаты, а также начальный базовый план действий по их достижению. В то же время для активизации креативизации постиндустриальной динамики Казахстана необходим междисциплинарный компаративистский анализ гносеологических основ креативной экономики, ее культурно-исторического значения и строения с оценкой экономического эффекта кластеризации креативных индустрий с позиции быстроты их распространения и монетарной мультипликации, а также в координатах включенности в креативный сектор всех социальных групп для дальнейшей выработки механизмов, направленных на расширение границ креативных кластеров с последующей имплементацией этих инструментов в государственную экономическую политику.

Однако, несмотря на общемировую актуальность изучения креативной экономики с позиции ее устойчивого и инклюзивного роста, проблема развития креативной экономики и ее кластеризации в Казахстане является мало изученной и представлена в небольшом ряде работ (Альжанова, Днишев, 2015; Королева и другие, 2021; Пилипенко, Жумагали, 2020; Kazakhstan's Crafts and Creative Economy, 2020), в которых рассмотрены общие вопросы развития креативного сектора в нашей стране. В частности, в казахстанской теории и практике креативного развития:

- слабо очерчены его контуры в условиях преимущественно индустриального типа развития экономики;
- не структурированы задачи формирования креативной экономики, целеполагающий алгоритм системного развития и кластеризации креативных индустрий, в том числе в контексте инклюзивного роста;
- не оценен потенциал диверсификации социально-экономического участия различных социальных групп в развитии креативных индустрий и их кластеризации;
- не обоснованы реальные шаги имплементации инклюзивного креативного развития в государственную социально-экономическую политику.

Исходя из этого в аналитическом аспекте необходимо обоснование потенциальных параметров креативного развития в Казахстане на базе анализа его конституирующих элементов. Это приводит к необходимости выработки аналитического инструментария адаптивной интеграционной модели развития креативных индустрий. В прикладном аспекте надо сформировать на основе экспертных оценок и статистических выборок модель поддержки и активизации креативных кластеров.

Выводы

Таким образом, в рамках данного исследования был проведен анализ природы креативной экономики и ареала ее категориальной структуры на основе обзора существующих исследований в данной предметной области с выделением доминирующих трендов и реперных ориентиров. Результаты проведенного исследования были визуализированы в виде рисунков и таблиц, отражающих статус исследований в области, креативный момент в настоящий момент и в процессе их генезиса. В целом, полученные результаты исследования свидетельствуют о постоянно растущем научном интересе к проблематике креативной экономики и креативных индустрий.

Проведенный анализ концептов показал, что креативные индустрии не являются прямой заменяющей альтернативой базовым индустриальным отраслям отечественной экономики. Они вносят свой дополнительный вклад в общие результаты инклюзивного развития и формируют ее отличительные рыночные образцы, специфические блага и специфические кластеры. Именно потому актуализируются вопросы формирования креативной экономики, креативных индустрий, рыночных механизмов их оценки, в том числе в координатах включенности всех социальных групп, и имплементации их в государственную экономическую политику в отечественных условиях. Также возникает настоятельная необходимость выработки инструментов, направленных на расширение границ креативных кластеров для прикладной иллюстрации их эффективности и реальной конкурентоспособности в отечественной среде.

Разработка модели развития кластеров креативных индустрий в Республике Казахстан повысит общую социально-экономическую результативность отечественного воспроизводства, будет способствовать социально-экономической диверсификации креативных индустрий и активизации гражданского общества в контексте инклюзивного роста. С макроэкономических позиций данный проект способствует нахождению дополнительных факторов снижения безработицы, механизма вовлечения всех социальных слоев населения в постиндустриальную среду и устойчивому развитию креативного сектора в отечественных условиях.

Исследование выполнено в рамках проекта, финансируемого Комитетом по науке Министерства образования и науки Республики Казахстан. (Грант № AP14871023).

Список литературы

- Alacovska A. Informal creative labour practices: A relational work perspective / A. Alacovska // Human Relations. — 2018. — Vol. 71, Issue 12. — 1563–1589 p. — DOI: 10.1177/0018726718754991. — Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000449033000001>
- Alfredsson E. The Inclusive Green Economy / E. Alfredsson, A. Wijkman. — MISTRA, Prestudy, 2014, April. — Retrieved from http://www.mistra.org/download/18.2f9de4b14592a1589d172e2/1473225485133/Mistra_Prestudy_TheInclusiveGreenEconomy_April2014+%281%29.pdf
- Andersson A.E. Creativity and Regional Development / A.E. Andersson // Papers of the Regional Science Association. — 1985. — Vol. 56. — No. 1. — P. 5–20.
- Barro R.J. Economic Growth in a Cross Section of Countries / R.J. Barro // Quarterly Journal of Economics. — 1991. — No. 106(2). — P. 407–443.
- Boix R. Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages / R. Boix, J.Luis Hervás-Oliver, B. De Miguel-Molina // Papers in regional science. — 2015. — Vol. 94, Issue 4. DOI: 10.1111/pirs.12094. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000365760900004>
- CAFOD. Discussion paper: What is “inclusive growth”? Retrieved from <https://cafod.org.uk/content/download/17224/133626/file/Inclusive>
- DCMS. Creative Industries Mapping Document. — London, 2001. Retrieved from <https://static.a-n.c0.uk/wp-content/uploads/2016/12/DCMS-Creative-Industries-Mapping-Document-2001.pdf>
- Finkel R. Diversifying the creative: Creative work, creative industries, creative identities / R. Finkel, D. Jones, K. Sang, D. Russell // Organization. — 2017. — Vol. 24, Issue 3. — 281–288 p. — DOI: 10.1177/1350508417690167. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000401241000001>

- Fleischmann K. Creative industries and regional economic development: can a creative industries hub spark new ways to grow a regional economy? / K. Fleischmann, R. Welters, R. Daniel // *Australasian Journal of regional studies*. — 2017. — Vol. 23, Issue 2. — 217–242 p. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000417430500004>
- Gabe T. The Creative Class and the crisis / T. Gabe, R. Florida, C. Mellander // *Cambridge Journal of regions economy and society*. — 2013. — Vol. 6, Issue 1. — 37–53 p. DOI: 10.1093/cjres/rss012. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000315554200003>
- Garnham N. Concepts of culture: public policy and the cultural industries (Originally published as a pamphlet by the Greater London Council) / N. Garnham // Reprinted in *Cultural Studies*. — 2000. — No. 1 (1). — P. 23–37.
- Gong H. Exploring the clustering of creative industries / H. Gong, R. Hassink // *European Planning Studies*. — 2017. — Vol. 25, Issue 4. — 583–600 p. — DOI: 10.1080/09654313.2017.1289154. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000395250100002>
- Howkins J. *The Creative Economy: How people make money from ideas* / J. Howkins. — London: AllenLane, Penguin, 2002. — 288 p.
- Jacobs J. *The Death and Life of Great American Cities* / J. Jacobs. — N.Y: Random House, 1961. — 458 p.
- Jurene S. Creative cities and clusters / S. Jurene, V. Jureniene // *Transformations In Business & Economics*. — 2017. — Vol. 16, Issue 2. — 214–234 p. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000402941200013>
- Kacerauskas T. Creative class: economical, sociological and philosophical issues / T. Kacerauskas // *Filosofija-Sociologija*. — 2014. — Vol. 25, Issue 3. — 155–163 p. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000344416600004>
- Kazakhstan's Crafts and Creative Economy: Proceedings of an International Symposium. — Washington, 2020. — 104 p.
- Kelly M. Strategies for financing the inclusive economy / M. Kelly, V. Duncan, S. Dubb. Democracy Collaborative – Washington, 2016. Retrieved from <https://democracycollaborative.org/sites/default/files/downloads/FinancingTheInclusiveEconomy.pdf>
- Kong L. From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy / L. Kong // *Inter-Asia cultural studies*. — 2014. — Vol. 15, Issue 4. — 593–607 p. — DOI: 10.1080/14649373.2014.977555. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000346197100007>
- Kong L. Transnational mobilities and the making of creative cities / L. Kong // *Theory Culture & Society*. — 2014. — Vol. 31, Issue 7. — 273–289 p. — DOI: 10.1177/0263276414549329 — <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000346015900017>
- Mansfield E. *Innovation, Technology and the Economy: Selected Essays of Edwin Mansfield* / E. Mansfield. — Aldershot, UK; Brookfield, Vt., US: E. Elgar, 1995. — 696 p. Retrieved from <https://www.elgar.com/shop/gbp/innovation-technology-and-the-economy-9781858980355.html>
- Marta-Christina S. Urban development and creative communities / S. Marta-Christina, M. Ivanovici // *Business transformation through innovation and knowledge management: an academic perspective*. — 2010. — Vol 3. — 1834–1840 p. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000330684100031>
- Mellander C. The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden / C. Mellander, R. Florida // *CESIS*. — 2007. — Paper No. 79. — 34 p. Retrieved from <http://www.ausicom.com/filelib/PDF/ResearchLibrary/Creative%20class%20in%20Sweden.pdf>
- O'Connor J. Creative industries: a new direction? / J. O'Connor // *International Journal of cultural policy*. — 2009. — Vol. 15, Issue 4. — 387–402 p. — DOI: 10.1080/10286630903049920. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000208083900003>
- Solow R.A. Contribution to the Theory of Economic Growth / R.A. Solow // *Quarterly Journal of Economics*. — 1956. — No. 70. — P. 65–94.
- The Inclusive Growth and Development Report 2017 // World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-inclusive-growth-and-development-report-2017>
- Throsby D. *Economics and Culture* / D. Throsby. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001. — 228 p.
- Ullman E.L. Regional development and the geography of concentration / E.L. Ullman // *Papers and proceedings of the Regional Science Association*. — 1958. — No. 4. — P. 179–198.
- Van Eck N.J. A comparison of two techniques for bibliometric mapping: Multidimensional scaling and VOS / N.J. Van Eck et al. // *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. — 2010. — 61. — No. 12. — P. 2405–2416.
- Van Eck N.J. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping / N.J. Van Eck, L. Waltman // *Scientometrics*. — 2010. — Vol. 84. — No. 2. — P. 523–538.
- Zhao H. The trickle-down effects of creative work involvement: The joint moderating effects of proactive personality and leader creativity expectations / H. Zhao, L. Guo // *Personality And Individual Differences*. — 2019. — Vol. 142. — 218–225 p. — DOI: 10.1016/j.paid.2018.05.042. Retrieved from <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000463125300032>

- Альжанова Ф.Г. Креативная экономика: синергия культуры, бизнеса и технологий (мировая практика и Казахстан) / Ф.Г. Альжанова, Ф.М. Днишев. — Вена, Австрия: Ассоциация перспективных исследований и высшего образования «Восток–Запад», 2015. — 276 с.
- Бодрунов С. Новое индустриальное общество второго поколения: человек, производство, развитие / С. Бодрунов // Общество и экономика. — 2016. — № 9. — С. 5–21.
- Бонет Л. Креативные города и культурные индустрии: концептуальные парадоксы, конкурентные факторы и правительственные стратегии / Л. Бонет // Творческие индустрии и креативная экономика как пространство исследовательской и проектной деятельности: материалы Междунар. конф. / ред. Н. Гладких. — М.: Классика–XXI, 2012. — С. 23–27.
- Ельшин Л.А. Стимулирование экономической динамики региона в рамках реализации концепции инклюзивно-креативного роста / Л.А. Ельшин, М.Р. Гафаров // Креативная экономика. — 2021. — Т. 15. — № 11. — С. 4201–4214. DOI: 10.18334/ce.15.11.113737
- Зеленцова Е.В. Творческие индустрии: теории и практики / Е.В. Зеленцова, Н.В. Гладких. — М.: Классика–XXI, 2010. — 240 с.
- Королева А.А. Анализ развития креативных индустрий в Казахстане / А.А. Королева, А.О. Норец, И.А. Селютин // Экономика Центральной Азии. — 2021. — Т. 5. — № 2. — С. 185–192. — DOI: 10.18334/asia.5.2.41494.
- Культурные индустрии в Казахстане: модели, проблемы, стратегии. — British Council Kazakhstan, 2016. — https://kazakhstan.britishcouncil.org/sites/default/files/123_report_design_a4_v10_web.pdf
- Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри; пер. с англ. — М.: Классика–XXI, 2006. — 399 с.
- Мамедов О.Ю. Экономика инклюзивной цивилизации / О.Ю. Мамедов // Terra economicus. — 2017. — Т. 15. — № 3. — С. 6–18.
- Матецкая М.В. Творческие индустрии сквозь призму культурной политики: сб. науч. тр. / отв. ред. А.Я. Рубинштейн, В.Ю. Муzychuk. — М.: ИЭ РАН, 2013. — 398 с.
- Пилипенко Е.Н. Креативная экономика: некоторые аспекты теории и казахстанской практики [Электронный ресурс] / Е.Н. Пилипенко, Ы. Жумагали // Вестн. Моск. ун-та им. С.Ю. Витте. Сер. Экономика и управление. — 2020. — № 1 (32). — С. 23–29. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-nekotorye-aspekty-teorii-i-kazahstanskoj-praktiki>
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 г. № 860 «Об утверждении Концепции развития креативных индустрий на 2021–2025 годы». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860>
- Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. И. Кушнарева. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. — 256 с.
- Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. с англ.. — М.: Классика–XXI, 2007. — 421 с.
- Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш. — М.: Высш. шк. экон., 2014. — 456 с.
- Хестанов Р.З. Креативные индустрии — модели развития / Р.З. Хестанов // Социологическое обозрение. — 2018. — Т. 17. — № 3. — С. 173–196. — DOI: 10.17323/1728–192X-2018–3-173–196
- Шарковская Н.В. Индустрия досуга как социально-культурный феномен / Н.В. Шарковская // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. — 2020. — № 2(94). — С. 126–134. — DOI: 10.24411/1997–0803–2020–10213

Ж.С. Хусаинова, М.К. Асанова, Д.Е. Бектлеева, Г.М.Абауова, М.К. Канкулов

**Креативті экономиканың тұжырымдамалық параметрлері
және оның категориялық канвасы**

Аңдатпа

Мақсаты: Басым трендтер мен рәперлік бағдарларды бөліп көрсете отырып, осы пән саласындағы бар зерттеулерді шолу негізінде креативті экономиканың табиғатын және оның категориялық құрылымының аралы анықтау.

Әдісі: Жұмыста жүйелік, құрылымдық және салыстырмалы талдау әдістерінің арсеналы, сондай-ақ библиометрикалық әдістер мен визуализацияны қолдана отырып, Web of Science деректер базасында 1990 жылдан 2022 жылға дейін жарияланған креативті экономика бойынша зерттеулерді талдау үшін VOSviewer бағдарламалық жасақтамасын қолдана отырып, ғылымиметриялық карталарды құру құралдары қолданылды.

Қорытынды: Креативті экономиканы дамыту мәселелеріне ғылыми қызығушылықтың ағымдағы деңгейінің параметрлері айқындалды; креативті экономика тұжырымдамасы зерттеулерінің генезисі анықталды; креативті экономиканы зерттеу саласындағы ғылыми карта, категориялық канва және тақырыптық кластерлердің тұжырымдамалық құрылымы жүйеленді; креативті экономиканы концептуализациялау саласындағы перспективалық зерттеулердің басым және өзекті трендтері айқындалды.

Тұжырымдама: Зерттеу нәтижелері креативті экономика мен креативті индустрия мәселелеріне үнемі өсіп келе жатқан ғылыми қызығушылықты көрсетеді. Креативті индустриялар отандық экономиканың базалық индустриялық салаларына тікелей алмастыратын балама болып табылмайды. Олар инклюзивті дамудың жалпы нәтижелеріне қосымша үлес қосады және оның ерекше нарықтық үлгілерін, ерекше артықшылықтары мен ерекше кластерлерін қалыптастырады. Сондықтан креативті экономиканы, креативті индустрияларды, оларды бағалаудың нарықтық тетіктерін қалыптастыру, оның ішінде барлық әлеуметтік топтардың қосылу координаттарында және оларды отандық жағдайларда мемлекеттік экономикалық саясатқа имплементациялау мәселелері өзектендіріледі. Сондай-ақ, отандық ортадағы олардың тиімділігі мен нақты бәсекеге қабілеттілігін қолданбалы бейнелеу үшін креативті кластерлердің шекараларын кеңейтуге бағытталған құралдарды әзірлеу қажеттілігі туындайды.

Кілт сөздер: креативті экономика, креативті индустрия, креативті кластер, инклюзивті экономикалық өсу.

Zh.S. Khussainova, M.K. Assanova, D.Ye. Bektleyeva, G.M. Abauova, M.K. Kankulov

Conceptual parameters of the creative economy and its categorical outline

Abstract

Object: Identification of the nature of the creative economy and the area of its categorical structure based on a review of existing research in this subject area with the identification of dominant trends and rapper guidelines.

Methods: An arsenal of systemic, structural and comparative methods of analysis, VOSviewer software, bibliometric methods and visualization.

Results: The parameters of the current level of scientific interest in the development of the creative economy are determined; the genesis of research on the concept of the creative economy is revealed; the scientific map, categorical outline and conceptual structure of thematic clusters in the field of creative economy research are systematized; priority and current trends of promising research in the field of conceptualization of the creative economy are determined.

Conclusions: The study results indicate an ever-growing scientific interest in the problems of the creative economy and creative industries. Creative industries are not a direct substitute alternative to the basic industrial sectors of the domestic economy. They make an additional contribution to the overall results of inclusive development and form its distinctive market patterns, specific benefits and specific clusters. Thus, the issues of the formation of the creative economy, creative industries, market mechanisms for their assessment, including in the coordinates of the inclusion of all social groups, and their implementation in the state economic policy in domestic conditions are being updated. There is also an urgent need to develop tools aimed at expanding the boundaries of creative clusters for applied illustration of their effectiveness and real competitiveness in the domestic environment.

Keywords: creative economy, creative industries, creative cluster, inclusive economic growth.

References

- Alacovska, A. (2018). Informal creative labour practices: A relational work perspective. *Human Relations, Vol. 71, Issue 12*, 1563–1589. <https://doi.org/10.1177/0018726718754991>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000449033000001>
- Alfredsson, E., & Wijkman, A. (2014). The Inclusive Green Economy. MISTRA, Prestudy, April. http://www.mistra.org/download/18.2f9de4b14592a1589d172e2/1473225485133/Mistra_Prestudy_TheInclusiveGreenEconomy_April2014+%281%29.pdf
- Alzhanova, F.G., & Dnishev, F.M. (2015). *Kreativnaya ekonomika: sinerhiya kultury, biznesa i tekhnologii (mirovaya praktika i Kazakhstan) [Creative economy: synergy of culture, business and technology (world practice and Kazakhstan)]*. Vienna, Austria: Assotsiatsiya perspektivnykh issledovaniy i vysshego obrazovaniya «Vostok–Zapad» [in Russian].
- Andersson, A.E. (1985). Creativity and Regional Development. *Papers of the Regional Science Association, 56*, 1, 5–20.
- Barro, R.J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries. *Quarterly Journal of Economics, 106*(2), 407–443.
- Bodrunov, S. (2016). Novoe industrialnoe obshchestvo vtorogo pokoleniya: chelovek, proizvodstvo, razvitiye [New industrial society of the second generation: man, production, development]. *Obshchestvo i ekonomika — Society and economy, 9*, 5–21 [in Russian].
- Boix, R., Luis Hervás-Oliver, J., & De Miguel-Molina, B. (2015). Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages. *Papers in regional science, 94, Issue 4*. <https://doi.org/10.1111/pirs.12094>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000365760900004>
- Bonet, L. (2012). Kreativnye goroda i kulturnye industrii: kontseptualnye paradoksy, konkurentnye faktory i pravitelstvennye strategii [Creative Cities and Cultural Industries: Conceptual Paradoxes, Competitive Factors, and Government Strategies]. Proceedings from Creative industries and the creative economy as a space for research and pro-

- ject activities: *Mezhdunarodnaya konferentsiya (2012 god) — International Conference*. (pp. 23–27). N. Gladkikh (Ed.). Moscow: Klassika–XXI [in Russian].
- British Council Kazakhstan (2016). *Kulturnye industrii v Kazakhstane: modeli, problemy, strategii* [Cultural industries in Kazakhstan: models, problems, strategies]. *kazakhstan.britishcouncil.org*. Retrieved from https://kazakhstan.britishcouncil.org/sites/default/files/123_report_design_a4_v10_web.pdf [in Russian].
- CAFOD. Discussion paper: What is “inclusive growth”? *cafod.org*. <https://cafod.org.uk/content/download/17224/133626/file/Inclusive>
- DCMS. Creative Industries Mapping Document. London (2001). *static.a-n*. <https://static.a-n.c0.uk/wp-content/uploads/2016/12/DCMS-Creative-Industries-Mapping-Document-2001.pdf>
- Elshin, L.A., & Gafarov, M.R. (2021). Stimulirovanie ekonomicheskoi dinamiki regiona v ramkakh realizatsii kontseptsii inkluzivno-kreativnogo rosta [Stimulating the economic dynamics of the region as part of the implementation of the concept of inclusive and creative growth]. *Kreativnaya ekonomika — Creative Economy*, 15, 11, 4201–4214. <https://doi.org/10.18334/ce.15.11.113737> [in Russian].
- Finkel, R., Jones, D., Sang, K., & Russell, D. (2017). Diversifying the creative: Creative work, creative industries, creative identities. *Organization*, 24, 3, 281–288. <https://doi.org/10.1177/1350508417690167>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000401241000001>
- Fleischmann, K., Welters, R., & Daniel, R. (2017). Creative industries and regional economic development: can a creative industries hub spark new ways to grow a regional economy? *Australasian Journal of regional studies*, 23, 2, 217–242. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000417430500004>
- Florida, R. (2007). *Kreativnyi klass: liudi, kotorye meniaiut budushchee* [Creative class: people who change the future]. Moscow: Klassika–XXI [in Russian].
- Gabe, T., Florida, R., & Mellander, C. (2013). The Creative Class and the crisis. *Cambridge Journal of regions economy and society*, 6, 1, 37–53. <https://doi.org/10.1093/cjres/rss012>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000315554200003>
- Garnham, N. (2000). Concepts of culture: public policy and the cultural industries (Originally published as a pamphlet by the Greater London Council). *Reprinted in Cultural Studies*, 1 (1), 23–37.
- Gong, H., & Hassink, R. (2017). Exploring the clustering of creative industries. *European Planning Studies*, 25, 4, 583–600. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1289154>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000395250100002>
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How people make money from ideas*. London: Allen Lane, Penguin.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. N.Y.: Random House.
- Jurene, S., & Jureniene, V. (2017). Creative cities and clusters. *Transformations In Business & Economics*, 16, 2, 214–234. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000402941200013>
- Kacerauskas, T. (2014). Creative class: economical, sociological and philosophical issues. *Filosofija-Sociologija*, Vol. 25, Issue 3, 155–163. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000344416600004>
- Kazakhstan's Crafts and Creative Economy: Proceedings of an International Symposium*. Washington (2020).
- Kelly, M., Duncan, V., & Dubb, S. (2016). Strategies for financing the inclusive economy. Democracy Collaborative — Washington. <https://democracycollaborative.org/sites/default/files/downloads/FinancingTheInclusiveEconomy.pdf>
- Khezmondalsh, D. (2014). *Kulturnye industrii* [Cultural industries]. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki [in Russian].
- Khestanov, R.Z. (2018). Kreativnye industrii — modeli razvitiya [Creative industries – development models]. *Sotsiologicheskoe obozrenie — Sociological review*, 17, 3, 173–196. DOI: 10.17323/1728–192X-2018–3-173–196 [in Russian].
- Kong, L. (2014). From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy. *Inter-Asia cultural studies*, Vol. 15, Issue 4, 593–607. <https://doi.org/10.1080/14649373.2014.977555>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000346197100007>
- Kong, L. (2014). Transnational mobilities and the making of creative cities. *Theory Culture & Society*, Vol. 31, Issue 7, 273–289. <https://doi.org/10.1177/0263276414549329>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000346015900017>
- Koroleva, A.A., Norets, A.O., & Seliutin, I.A. (2021). Analiz razvitiya kreativnykh industrii v Kazakhstane [Analysis of the development of creative industries in Kazakhstan]. *Ekonomika Tsentralnoi Azii — Economics of Central Asia*, 5, 2, 185–192. DOI: 10.18334/asia.5.2.41494 [in Russian].
- Lendri, Ch. (2006). *Kreativnyi gorod* [Creative City]. Moscow: Klassika–XXI [in Russian].
- Mamedov, O.Yu. (2017). Ekonomika inkluzivnoi tsivilizatsii [The Economy of an Inclusive Civilization]. *Terra economicus*, 15, 3, 6–18 [in Russian].
- Mansfield, E. (1995). *Innovation, Technology and the Economy: Selected Essays of Edwin Mansfield*. Aldershot, UK; Brookfield, Vt., US: E. Elgar, 696. *e-elgar.com*. <https://www.e-elgar.com/shop/gbp/innovation-technology-and-the-economy-9781858980355.html>

- Marta-Christina, S., & Ivanovici, M. (2010). Urban development and creative communities. *Business transformation through innovation and knowledge management: an academic perspective*, 3, 1834–1840. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000330684100031>
- Matetskaiia, M.V. (2013). *Tvorcheskie industrii skvoz prizmu kulturnoi politiki: sbornik nauchnykh trudov [Creative industries through the prism of cultural policy: a collection of scientific papers]*. A.Ya. Rubinshtein, V.Yu. Muzychuk (Ed.). Moscow: IE RAN [in Russian].
- Mellander, C., & Florida, R. (2007). The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden. *CESIS, Paper No. 79*, 34. <http://www.ausicom.com/filelib/PDF/ResearchLibrary/Creative%20class%20in%20Sweden.pdf>
- O'Connor, J. (2009). Creative industries: a new direction? *International Journal of cultural policy*, 15, 4, 387–402. <https://doi.org/10.1080/10286630903049920>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000208083900003>
- Pilipenko, E.N., & Zhumagali, Y. (2020). Kreativnaia ekonomika: nekotorye aspekty teorii i kazakhstanskoi praktiki [Creative Economy: Some Aspects of Theory and Kazakhstani Practice]. *Vestnik Moskovskogo universiteta imeni S.Yu. Vitte. Seriya Ekonomika i upravlenie — Bulletin of the Moscow University named after S.Yu. Witte. Series Economics and Management*, 1 (32), 23–29. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-nekotorye-aspekty-teorii-i-kazahstanskoy-praktiki> [in Russian].
- Postanovlenie Pravitelstva Respubliki Kazakhstan ot 30 noiabria 2021 goda № 860 «Ob utverzhdenii «Kontseptsii razvitiia kreativnykh industrii na 2021–2025 gody» [Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan of November 30, 2021 N 860 “On approval of the Concept for the development of creative industries for 2021–2025”]. *adilet.zan.kz*. Retrieved from <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860> [in Russian].
- Sharkovskaia, N.V. (2020). Industriia dosuga kak sotsialno-kulturnyi fenomen [Industry is a social and cultural phenomenon]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv — Journal of the Moscow State University of Culture and Arts*, No. 2(94), 126–134. DOI: 10.24411/1997–0803–2020–10213 [in Russian].
- Solow, R.A. (1956). Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70, 65–94.
- The Inclusive Growth and Development Report 2017. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/reports/the-inclusive-growth-and-development-report-2017>
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Trosbi, D. (2013). *Ekonomika i kultura [Economy and culture]*. I. Kushnareva (Trans). Moscow: Izdatelskii dom Vysshei shkoly ekonomiki [in Russian].
- Ullman, E.L. (1958). Regional development and the geography of concentration. *Papers and proceedings of the Regional Science Association*, 4, 179–198.
- Van Eck, N.J. & et al. (2010). A comparison of two techniques for bibliometric mapping: Multidimensional scaling and VOS. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61, 12, 2405–2416.
- Van Eck, N.J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, Vol. 84, 2, 523–538.
- Zelentsova, E.V., & Gladkikh, N.V. (2010). *Tvorcheskie industrii [Creative industries]*. Moscow: Klassika–XXI [in Russian].
- Zhao, H., & Guo, L. (2019). The trickle-down effects of creative work involvement: The joint moderating effects of proactive personality and leader creativity expectations. *Personality And Individual Differences*, Vol. 142, 218–225. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.05.042>. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000463125300032>