

Традиционная теория экономического роста, согласно которой технологии и ресурсы являются основными движущими силами развития, в последние годы расширяется за счет учета культурных факторов, что позволяет получить более полное представление о механизмах укрепления национальных экономик и сообществ. Научная общественность все чаще обращает внимание на влияние культурных аспектов на повышение производительности труда и устойчивости государств. Подтверждением этому служит увеличение числа Нобелевских премий по поведенческой экономике, которая во многом определяется воздействием культуры, формальных и неформальных институтов на социально-экономический уровень стран, в том числе – за изучение и разработку теорий, показывающих, что наиболее развитые страны стремятся повышать уровень культуры населения, доверия в обществе и качество деловой среды для бизнеса.

Цифровая экономика культуры: опыт Китая



Борис Паншин,
профессор кафедры
цифровой экономики
экономического
факультета БГУ,
panshin@tut.by



И Лю,
аспирант
экономического
факультета БГУ

Аннотация. Дан анализ понятийного аппарата культурно-креативной экономики и цифровой экономики культуры, обоснована их сущность и показана взаимосвязь на примере Китая с оценкой влияния оцифровки культурного наследия и цифровизации современных артефактов культуры на рост ВВП и эффективность производства. Рассмотрено воздействие культурной экономики на качество продукции и деловой среды, показана значимость роли государства в вопросах приверженности традициям и культуре, а также использования передового мирового опыта для формирования постиндустриальной экономики и его адаптации для достижения национальных целей устойчивого развития.

Ключевые слова: экономика культуры, креативная экономика, цифровая экономика культуры, «треугольник цифровой трансформации в Китае», государственная политика Китая по развитию цифровой экономики культуры.

Для цитирования: Паншин Б., Лю И. Цифровая экономика культуры: опыт Китая // Наука и инновации. 2025. №4. С. 51–58.

<https://doi.org/10.29235/1818-9857-2025-4-51-58>

В условиях глобальной цифровизации экономика и культура все сильнее интегрируются и даже частично пересекаются, что уже привело к появлению нового экономического типа – культурной экономики (или культурно-креативной экономики, которая в Китае определяется как цифровая экономика культуры). Как следствие, китайская стратегия социально-экономического развития вместо лозунга «Сделано в Китае» переходит к более продвинутому и комплексному подходу, который содержит установку на технологическое лидерство и производство качественной продукции с высокой добавленной стоимостью, что требует смещения акцента на культурные аспекты производства и управления, а в более широком смысле означает изменение фокуса бизнеса от конкуренции цен к конкуренции смыслов.

Этот тезис озвучен Генеральным секретарем ЦК Коммунистической партии Китая Си Цзиньпином: «Когда культура процветает, процветает

страна; когда культура сильна, сильна нация» [1]. Он отметил, что по мере того, как в условиях «новой нормальности» экономическое развитие Китая переходит от высокоскоростного к высококачественному росту, от количественного расширения к качественному улучшению, культура играет все более заметную роль в экономической деятельности и рассматривается как точка опоры для промышленности и других секторов экономики.

Это положение перекликается с высказыванием Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко: «...без высокой культуры не может быть эффективной экономики». При этом Глава государства подчеркнул, что национальную культуру необходимо рассматривать как «важнейший стратегический ресурс» и что цивилизованную экономику «создаст только высококультурный, образованный человек» [2].

В этой связи можно предположить, что наряду с парадигмой социально-экономического развития возрастает приоритетность культурно-, социально-экономических факторов, так как именно культура в основном определяет социальные отношения и эффективность инновационных технологий в экономике и обществе в целом. Подтверждением этому служит политика «подталкиваний» общества к повышению роли национальных культурных ценностей в экономике и социуме, проводимая многими передовыми странами. В частности, в структурах государственного управления США, Великобритании, Австралии созданы специализированные департаменты и центры поведенческой экономики [3].

Анализ данных международных организаций и форумов также свидетельствует о возрастающей значимости культуры в экономическом росте и в сфере трудовой деятельности. Согласно смоделированным оценкам Международной организации труда, сектор искусства и развлечений составляет 1,4% мировой занятости [4].

Цель данной статьи – раскрыть сущность понятий «экономика культуры» и «культура экономики» в контексте цифровизации, исследовать феномен цифровой экономики культуры как составной части культурно-креативной экономики, установить предпосылки ее формирования, новые свойства и ключевые характеристики культурной продукции, а также рассмотреть государственную политику Китая в этом направлении.

Авторы исходят из того, что цифровая экономика культуры – новая дефиниция, обусловленная цифровизацией культурного наследия, форматами создания и распространения цифрового контента, его влияния на качество деловой среды

предприятий реального сектора экономики и выпускаемой ими продукции, а также формами взаимодействия участников производства, важнейшей частью которого становятся многопрофильные цифровые платформы.

На сегодняшний день существуют различные трактовки понятий «экономика культуры» и «культура экономики», которые в самом общем виде определяются следующим образом [3]:

- экономика культуры (экономический компонент культурной сферы жизнедеятельности человека) – это научно-практическая дисциплина, включающая экономическую теорию с опорой на культуру, исследования механизмов повышения ее эффективности и формирования стратегии и мер государственной поддержки;
- культура экономики (нормативный, ценностный компонент экономики) представляет собой совокупность ценностей и норм, стереотипов и элементов хозяйственного быта, которые формируют предпочтения людей и оказывают воздействие на неформальные правила поведения, становление деловой среды в целом. В современном производстве доля культурных ценностей, содержащихся в материальных продуктах, растет быстро, а многие потребительские товары выделяются богатым эстетическим и культурным разнообразием.

Взаимодействие экономики культуры и культурной экономики происходит посредством применения формальных и неформальных институтов.

Исследованию места культуры в цифровизации, платформенной экономике и сервитизации [5], организации предоставления услуг путем использования мультипрофильных цифровых экосистем посвящен достаточный объем научных работ. Так, роль культурного капитала в развитии общества детально изучена и раскрыта в трудах социолога Пьера Бурдьё, который подчеркивает важность формирования культурного капитала личности, его конвертации в экономический капитал и институционализацию в форме образовательных квалификаций [6]; экономистов Дэвида Тросби, обосновывающего вывод о том, что креативность – предшественник инноваций [7], и Дж. Хокинса, рассматривающего креативность как ключевую форму экономики XXI в. [8].

Оценке значимости для экономики креативных индустрий и культуры посвятили свои работы российские и белорусские ученые, прежде всего А.А. Аузан [9], А.А. Игнатьева [10], М.В. Казакова [11], Т.В. Рудая [12], Т.С. Вертинская [13], В.В. Тарновский [5] и др.

Анализ различных аспектов культурных индустрий в Китае представлен в трудах таких авторов, как Е.С. Задворная [14], И.В. Логунцова [15], С.А. Титов [16]. Китайские специалисты большое внимание уделяют вопросам экономической оценки культуры и ее роли, проблематике стратегии и государственной политики в сфере цифровизации культуры [17, 18] и многим другим проблемам.

Следует отметить, что еще в первой половине прошлого века известный французский писатель Андре Мальро утверждал: «Развитие в XXI в. есть не что иное, как развитие культуры», – а в самом начале столетия эксперты Всемирного банка констатировали, что культура является важным компонентом мировой экономики и в перспективе станет ее ключевым фактором. Подтверждение этому – присуждение Нобелевской премии 2024 г. за оценку влияния институтов на социально-экономическое развитие стран [19].

При этом нельзя не указать на недостаток исследований в части анализа подходов, организационно-экономических схем и инструментов формирования экономики культуры в условиях цифровизации. В связи с этим представляется актуальным и целесообразным рассмотреть опыт Китая в развитии цифровой экономики культуры, ее влияния на качество товаров и услуг и в целом на эффективность цифровой трансформации экономики и общества, что определяется авторами как «треугольник цифровой трансформации в Китае».

Понятие экономики культуры

Экономика культуры связана с культурными индустриями, определение которым первоначально было дано в 1947 г. представителями Франкфуртской научной школы Т. Адорно и М. Хоркхаймом в работе «Диалектика просвещения» [20]. Со временем культурная индустрия стала одной из основных отраслей национальных экономик ведущих стран и продемонстрировала широкие рыночные перспективы и возможности для дальнейшего роста. Одновременно исследователи обращают внимание на взаимосвязь между экономикой, ценностями и культурой: экономические отношения пронизывают культуру, благодаря чему формируются механизмы ее развития и повышается экономическая жизнеспособность организаций и компаний в этой сфере. Исторический опыт передовых стран показывает, что процветание экономики культуры основано на рыночной экономике, в которой товары культурных индустрий являются носителем, а предприятия в сфере культуры – основной единицей деятельности.

Взаимовлияние экономики и культуры

В отчете XVI Национального конгресса Коммунистической партии Китая отмечалось, что в современном мире культура и экономика интегрированы друг с другом, а их статус и роль в борьбе за всеобъемлющую национальную мощь становятся все более заметными.

Фактически, с одной стороны, культура – стимулятор экономического роста (культурная продукция становится все более яркой и разнообразной, а культурная индустрия – важной частью национальной экономики), с другой – экономика и культура все сильнее интегрируются, что сказывается на производстве услуг и материальных продуктов, где культурное содержание становится все более значимым, что наиболее заметно проявляется в промышленном дизайне, архитектуре, выпуске бытовой техники. В Китае роль культуры отражается не только в ее собственном высококачественном развитии, но и в расширяющемся эффекте применения положений концепции «культуры +» в экономике и обществе.

Оценка значимости культуры для экономики представлена в следующих аспектах:

- *влияние культуры на производство промышленных и потребительских товаров, строительство, сельское хозяйство и пр., где она как элемент и движущая сила становится заметной в отраслях, не связанных собственно с культурой;*
- *представление о культуре как факторе воздействия на экономику, ее роли в содействии экономическому и социальному развитию;*
- *совершенствование деловой среды и культуры корпоративного управления.*

В конце XX в. в некоторых странах сила деловой осведомленности, объем знаний и глубина опыта стали мерилем жизни и характера людей. Культурное производство приобрело экономический окрас, предъявляя все больше требований к маркетингу и индустриализации продуктов и услуг, что объясняется рядом причин. Во-первых, повышением уровня культуры экономики, суть которого в том, чтобы поставить уровень культуры людей на первое место и добиться всеобъемлющего, скоординированного и устойчивого экономического роста. Иными словами, речь идет об усилении значимости гуманитарных знаний, науки, технологий и инноваций, наделении экономической сферы глубоким гуманистическим смыслом и духовной ценностью. Во-вторых, тенденция диктуется необходимостью построения

гармоничного общества. Использование культурных ресурсов для формирования инновационных промышленных кластеров не только поднимает общий уровень экономики, создает новые источники прибыли, но и расширяет сами культурные индустрии, открывает новые производства и форматы взаимодействия с потребителями. Опыт Китая свидетельствует, что культура способствует ускоренному росту таких отраслей, как туризм, индустрии уникальных национальных исполнительских искусств, каллиграфии и живописи и т.д., демонстрируя инновационность и экономическую ценность культурной деятельности, и одновременно повышает качество деловой среды, обеспечивая условия для появления новых рабочих мест.

В-третьих, эволюция культуры экономики требует ускоренной адаптации экономической системы к устойчивому росту, улучшения понимания в обществе важности ресурсосберегающих и экологически чистых производств как наиболее органичных и перспективных.

Установлено, что культура влияет на экономические показатели посредством 2 каналов: это культурные навыки, стимулирующие индивидуальную мотивацию, и общественные практики, которые повышают качество социального капитала у населения.

В целом анализ публикаций по данной тематике свидетельствует об увеличивающемся внимании ученых и специалистов к оценке роли культуры в эффективности экономики. Культурные и творческие секторы наиболее активно и успешно внедряют инновации и совершенствуют навыки людей, что транслируется на другие сферы деятельности, приводит к повышению качества продукции и улучшению деловой среды. Учеными обосновывается вывод, что сокращение бюджетных расходов на культуру в долгосрочной перспективе может привести к деформации собственных культурных традиций и институтов, так как недостаточный уровень деловой среды наносит существенный ущерб качеству экономического и социального взаимодействия и повышает затраты на рыночные трансакции.

Экономика культуры

В центре внимания экономики культуры находится расширение и проникновение экономической деятельности в сферу культуры, что проявляется в углублении экономического мышления и поиске новых моделей экономического развития и точек роста. В узком смысле речь идет об экономизации культуры с акцентом на индустриализацию, то

есть на массовое производство, распространение и потребление продукции индустрий культуры, включая экономику авторского права и защиту интеллектуальной собственности. Основное внимание уделяется созданию и потреблению конкретных культурных и художественных продуктов, которые часто называют арт-экономикой, культурно-художественной экономикой и пр., а исследования фокусируются на вопросах стоимости и способах поддержки поставок товаров и услуг культуры [3].

В современных условиях индустрия культуры Китая – это сфера услуг, охватывающая множество областей, среди которых образование, туризм, реклама, дизайн, творчество, выставки и консалтинг. Экономика культуры включает экономику образования, обучения, отдыха, сетевую, спортивную, медиаэкономику и т.д. Так, индустрия информационного консалтинга также относится к индустрии культуры, включая бухгалтерский учет, надзор за проектами, планирование карьеры, юридические, инвестиционно-банковские услуги, услуги в области интеллектуальной собственности и пр. Таким образом, экономика культуры, формирующаяся в настоящее время в Китае, относится к экономике знаний, информационной экономике и экономике услуг.

Цифровая экономика культуры

Цифровая экономика культуры основана на культуре и цифровых технологиях и представляет собой важное, актуальное и быстроразвивающееся явление современности. С одной стороны, это новая экономическая парадигма, возникшая в результате интеграции информационных технологий и культурных, творческих индустрий. С другой – сегмент цифровой экономики (креативная индустрия), связанный с теми артефактами культуры, которые используются в качестве носителей производства, распространения и потребления культурного контента, а цифровые технологии выступают их движущей силой.

Таким образом, цифровая экономика культуры включает в себя специализированные и общие данные, получаемые в ходе культурной производственной деятельности, инновационную инфраструктуру для сетевой системы нового поколения, а также трансформированную среду как следствие масштабного применения информационных и цифровых технологий.

Сегодня это отдельный вид экономической деятельности, отрасль, основанная на применении экономическими агентами цифровых технологий в

Особенность	Краткая характеристика
Интеграция знаний на цифровых платформах	Культурные и творческие индустрии агрегируют человеческие знания и формы вдохновения на цифровых платформах, что требует применения многоуровневых алгоритмов и многогранных технологий, включая не только планирование творческих решений, но и комплексные цифровые, сетевые разработки и инструменты для исполнительских искусств
Синтез новых знаний	Культурно-креативная индустрия синтезирует новые знания и стимулирует развитие смежных отраслей, влияя на их распространение в обществе посредством различных технологий и инструментов производства, передачи и потребления культурного контента
Новая добавленная стоимость	Культурно-креативная индустрия является отраслью с высокой добавленной стоимостью, основанной на креативном дизайне, посредством которого культурные и творческие продукты наделяются более высокой художественной ценностью, что делает ее ключевым звеном в цепочке повышения качества продукции и создания стоимости промышленных товаров и услуг
Содействие инновациям	Основу культурно-креативной индустрии составляет творчество, которое нуждается в постоянном поиске новых способов понимания реальности, что достигается путем интеграции технологических нововведений и инноваций в сфере создания, распространения и потребления контента и высокой частотой его обновлений посредством цифровых решений

Таблица 1. Особенности культурно-творческой продукции

процессе взаимодействия производителей продуктов и услуг в сфере культуры с потребителями.

Согласно анализу комплексного развития культуры и технологий [17], можно сделать вывод, что цифровая экономика культуры – это концептуальная инновация, основанная на цифровой индустрии культуры, органическая часть цифровой экономики и экономики культуры. Она имеет 3 важные характеристики: интеграцию, инновации и эмерджентность (появление новых эффектов).

Интеграция означает, что современная культурная индустрия должна рассматриваться в контексте влияния на различные промышленные форматы производства, досуга и отдыха с ярко выраженными культурными признаками (туристические достопримечательности с культурной тематикой, спортивные индустрии с использованием культурной интеллектуальной собственности и т.д.).

Инновационность выражается в применении научно-технических инноваций, особенно в области создания новых цифровых технологий и «втягивания» в них традиционных культурных и экономических форм производства и сбыта культурной продукции. При этом одновременная оцифровка множества форм приводит к наибольшей степени цифрового пересечения, генерируя тем самым новые конфигурации цифровой экономики культуры, такие как экономика искусства. Эмерджентность проявляется в том, что на интернет-платформах культурного контента возникают экономические эффекты, способствующие появлению уникальных рынков нишевых и персонализированных продуктов и услуг, а также новых возможностей для подтверждения и защиты прав интеллектуальной собственности.

Эти характеристики определяются особенностями производства и сбыта культурной продукции в условиях глобальной цифровизации (табл. 1).

Представленные в таблице положения указывают на необходимость оцифровки культурного наследия, включающего 3 блока:

- творческие продукты наследия;
- цифровой формат как средство передачи информации;
- творчество как ядро в создании цифрового формата.

Объединение этих составляющих в одно целое позволит реализовать разнообразные формы представления, сохранения и передачи культурного наследия, способствуя одновременно его устойчивому развитию, но при этом не подрывая его общественную значимость, не создавая проблемы с восприятием.

Этот процесс должен рассматриваться в следующих аспектах:

- охрана и реставрация культурного наследия, расширение практики применения цифрового двойника и его защиты;
- интеллектуальное управление через систематизацию данных на цифровых платформах, машинное обучение и визуальные системы, создающие новые способы коннотаций культурного наследия;
- цифровая адаптация и использование культурного наследия с помощью цифровых технологий, вследствие чего отрабатывается симбиоз виртуального и реального опыта восприятия контента «онлайн+присутствие», что расширяет разнообразные и инновационные сценарии сохранения и передачи рассматриваемого феномена.

Платформы как основа цифровой экономики культуры

Эксперты Всемирного экономического форума прогнозируют, что по мере цифровизации мировой экономики примерно 70% новой стоимости, созданной в течение ближайшего десятилетия, будет основано на бизнес-моделях цифровых платформ. Причем в отличие от промышленных цифровых платформ, которые создаются целенаправленно для сокращения транзакционных издержек взаимодействия с потребителями, платформы в сфере культуры формируются, как правило, путем естественного объединения творческих людей и коллективов для обсуждения и дальнейшего улучшения художественного контента. На последующих этапах развития, когда достигается критическая масса потребителей, такие ресурсы в целях монетизации продукции и услуг трансформируются в провайдеров контента путем подключения дополнительных сервисов (реклама, подтверждение подлинности продукта, анализ отзывов специалистов и др.) и взаимодействия с экосистемными провайдерами – маркетплейсами, платформами социальных сетей, ресурсами обеспечения кибербезопасности, поисковыми системами. В результате они все чаще выступают частью национальной экосистемы цифровой экономики, сегментом которой является цифровая экономика культуры, объединяющая отдельные творческие личности и коллективы, экономические отношения которых осуществляются путем использования цифровых технологий и систем в ходе создания, совершенствования и распространения творческого контента как в физической, так и в цифровой форме.

Влияние цифровизации на рост индустрии культуры

Индустрия культуры быстро развивается, и очевидно, что эти темпы будут расти. Согласно отчету Международной конфедерации обществ авторов и композиторов (CISAC), объединяющей 225 СМО (Collective Management Organization – некоммерческая Организация коллективного управления, отвечающая за лицензирование, отслеживание, сбор и выплату авторам заработанных гонораров за публикацию) в 116 странах, в 2022 г. мировые сборы роялти от скачивания музыки и песен достигли рекордных 13,4 млрд долл., демонстрируя ежегодный постпандемийный рост почти в 27%. Впервые цифровизация обусловила увеличение дохода соз-

дателей, составив 35% от общего сбора, что указывает на продолжающийся подъем стриминга по подписке на цифровые платформы. В доказательство положительной динамики можно сослаться на Глобальный прогноз развития индустрии развлечений и медиа на 2023–2027 гг., подготовленный экспертами аналитической компании PwC, согласно которому ежегодный прирост мировой индустрии развлечений и медиа наиболее существенно поддерживает общий устойчивый рост мировой выручки, в основном от услуг в цифровом формате [22].

По данным Национального бюро статистики (НБС) и ежегодного исследовательского отчета о культурной и туристической индустрии Китая, культурная индустрия КНР в 2024 г. сохранила устойчивый рост. Свыше 78 тыс. предприятий сектора получили совокупный доход в размере 14,15 трлн юаней (около 1,97 трлн долл.). Таким образом, цифровизация культурных продуктов, услуг и артефактов культуры в Китае сформировала условия для их быстрой монетизации и распространения, обусловив тем самым резкий скачок вклада отрасли культуры в национальную экономику.

Все это позволяет сделать вывод о высоком уровне взаимосвязи между долей цифровой экономики и темпами роста креативной экономики, что и подтверждается при построении регрессионного уравнения, включающего в себя в качестве предиктора долю цифровой экономики в структуре ВВП и в качестве зависимого значения – темпы увеличения креативной экономики. Выявленная зависимость описывается при помощи степенной функции и означает, что на каждый 0,1% прироста доли цифровой экономики приходится 2,6% креативной экономики, то есть первая не просто способствует, а многократно стимулирует развитие креативной сферы и цифровой экономики культуры в Китае.

На протяжении более 20 лет крупнейшими инвесторами в культурную продукцию в мире были не традиционные фирмы, а интернет-компании, такие как Baidu, Alibaba, Tencent, Douyin и Perfect World. В последние годы основными направлениями инвестиций и финансирования в Китае являются предприятия и проекты, связанные с цифровой экономикой культуры, на долю которых приходится более 60% от общего объема финансирования индустрии культуры. Ее развитие уже вышло на путь непрерывной цифровизации. Поэтому интернет-гиганты также диверсифицируются и ускоряют свое внедрение в цифровой сфере, появляются новые

Тенденция	Содержание
Развитие цифровой экономики культуры становится все более интенсивным	Любая политика, связанная с культурной индустрией, должна включать в себя вопрос оцифровки культуры
Цифровые технологии все более широко проникают в сферу производства и потребления культурной продукции	Цифровые технологии являются базовыми как для развития цифровой экономики, так и для цифровой экономики культуры
Цифровая экономика культуры ускоряет процесс цифровизации, а цифровые культурные форматы занимают доминирующее положение в передаче контента	Важность творчества в оцифровке культурного наследия, современных культурных артефактов и создания новых произведений с использованием технологий искусственного интеллекта
Ресурсы культурных данных становятся ключевым элементом культурного производства	Данные становятся фактором производства, как труд, земля и капитал

Таблица 2. Тенденции развития цифровой экономики культуры

гигантские цифровые культурные предприятия. Кроме того, молодое поколение потребляет больше цифрового контента, что также стимулирует рост в творческих отраслях.

Исходя из оценки влияния цифровизации на культуру основные тенденции цифровой экономики культуры можно представить в следующем виде (табл. 2).

Треугольник эффективной цифровой трансформации экономики и общества в Китае

Проведенный анализ цифровой трансформации в Китае в контексте возрастания значимости культуры позволяет предположить, что основой успеха явились 3 ключевые составляющие (рисунок):

- **инициатива «Internet +»:** интеграция Интернета с технологиями в других отраслях, продвижение инноваций, эффективность и конкурентоспособность;
- **концепция «Data X»** – данные как мультипликатор (подразумевается, что данные могут значительно увеличивать ценность и эффективность других ресурсов и процессов) и ИИ +: включение данных в факторы производства, раскрытие их мультипликативных эффектов и интеграция ИИ и данных в экономику. В 2023 г. создано Государственное управление данных Китая;
- **концепция «Culture +»** – культура как фактор качественного экономического роста, предполагающий формирование человеческого капитала и его трансляцию на реальные производства товаров и услуг, повышение качества деловой среды и государственного управления, создание цифрового мира с высокой культурой доверия.

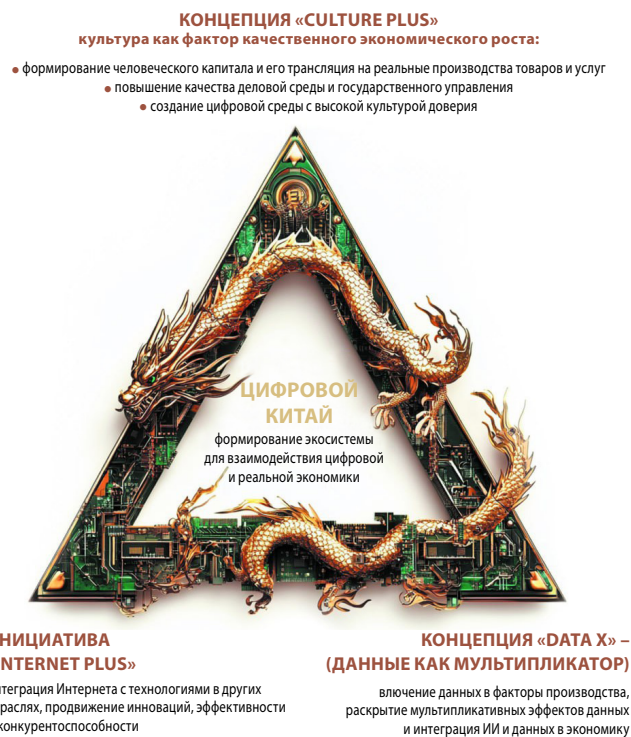


Рисунок. Треугольник успешной цифровой трансформации в Китае. Источник: авторская разработка (коллаж Александры Юриной)

Важно отметить, что целью такой трансформации является Цифровой Китай как экосистема для взаимосвязи и взаимодействия цифровой и реальной экономики. Для этого используются объемные и понятные населению и специалистам конструкты, образно представляющие методологию организации работ, начиная от широкого внедрения интернет-технологий, мероприятий по повышению качества первичных данных для применения ИИ и внимания к культуре как инструменту для повышения качества продукции и совершенствования деловой среды. Предлагаемый авторами конструкт «Треугольник эффективной цифровой

трансформации экономики и общества в Китае» является дополнением и развитием известных национальных конструктов.

Результат цифровой трансформации – формирование в структуре экономики цифрового сегмента, объем которого (доля продукции, произведенной с применением цифровых технологий) в Китае, по разным подсчетам [23–25], составляет от 40 до 50%, а доля добавленной стоимости в ВВП страны достигла примерно 10% [26].

Цифровая экономика играет ключевую роль в устойчивом развитии Китая как с точки зрения повышения качества и эффективности производства товаров и услуг, так и роста благосостояния населения. Она осуществляется в ускоренном режиме и базируется на 3 последовательно и взаимоувязанно реализуемых концепциях: «Интернет +», «Данные мультипликатор и ИИ +», «Культура +». Одновременно переход экономики от модели количественного роста, основанной на инвестициях («Сделано в Китае»), на модель качественного развития, базирующуюся на инновациях («Создано в Китае»), актуализировал интеграцию культуры в экономическую деятельность в качестве составного инновационного элемента, что, в свою очередь, потребовало как повышения уровня человеческого капитала, так и формирования качественной деловой и общественной среды. В результате возрос спрос на культуру – расходы домохозяйств на нее в КНР, как и в других странах, резко выросли, что и обусловило феномен цифровой экономики культуры как фактор интеграции ее достижений в экономику и социум. ■

■ **Summary.** The article analyzes the conceptual framework of the cultural and creative economy and the digital economy of culture, substantiates their nature and shows the relationship using the example of China. It also assesses the digitalization of cultural heritage and modern cultural artifacts impact on the GDP growth and production efficiency. The problems of the cultural economy impact on the quality of products and the business environment, the role of the state in supporting the traditions and culture were considered, as well as the advanced world experience to form a post-industrial economy and adjust it to achieve national goals of sustainable development.

■ **Keywords:** economy of culture, creative economy, digital economy of culture, triangle of digital transformation in China, state policy of China to develop the digital economy of culture.

■ <https://doi.org/10.29235/1818-9857-2025-04-51-58>

Статья поступила в редакцию
08.01.2025 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Добиться решающей победы в полном построении среднезажиточного общества, добиться великой победы социализма с китайской спецификой в новую эпоху. Доклад на XIX Всекитайском съезде КПК // https://www.gov.cn/zhuanti/2017-10/27/content_5234876.htm.
2. Выступление А.Г. Лукашенко на совещании «О мерах по решению проблем развития культуры и искусства» // <https://president.gov.by/ru/events/vystupeniye-ag-lukashenko-na-soveschaniy-o-merax-po-resheniyu-problem-razvitiya-kultury-i-iskusstva-5769>.
3. Тарновский В.В. Экономика культуры и культура экономики: институциональный аспект // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79, №4. С. 237–243.
4. Петрашевская Ю.В. Креативный класс как основа развития новой экономики. Международные отношения: история, теория, практика: материалы XII науч.-практ. конф. молодых ученых фак. междунар. отношений Белорус. гос. ун-та, Минск, 3 февр. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Е.А. Достанко (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2022. С. 293–299.
5. Дыршин Б., Комарова Ж. Сервитизация промышленных субъектов // Наука и инновации. №8. 2024. С. 36–45.
6. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики: пер. с фр. / Сост., общ. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. – СПб., М., 2005.
7. Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. И. Кушнаревой. – М., 2013.
8. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги? – М., 2006.
9. Аузан А.А. Культурные коды экономики: как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа. – М., 2023.
10. Игнатьева А.А. Креативные товары и креативные услуги: понятие и особенности создания // <https://moluch.ru/archive/458/100821/>.
11. Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т. 14, №11. С. 2875–2898.
12. Рудая Т.В. Креативная экономика в системе постиндустриального общества // Креативная экономика. 2008. Т. 2, №8. С. 3–11.
13. Вертинская Т.С. Внешняя торговля креативными товарами и услугами в мире и перспективы ее развития в белорусско-эквадорских торговых связях / Т.С. Вертинская, П. К.В. Салинас // Вестник Института экономики НАН Беларуси: сб. науч. ст. / Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. 2023. Вып. 6. С. 43–61.
14. Задворная Е.С. Культурные индустрии КНР. Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы и исследования. Сб. материалов III Международ. науч.-практ. конф. / Школа экономики и менеджмента. – Владивосток, 2019. С. 306–311.
15. Логунцова И.В. Особенности креативной экономики Китая. Государственное управление // Электронный вестник. 2023. Вып. 98. С. 21–30.
16. Титов С.А., Кокорина А.О., Быков П.А., Горбачев Е.С., Шарипов Ф.Ф. Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая // Пространственная экономика. 2019. Т. 15, №3. С. 125–146.
17. Цзинь Вэй. Цифровая волна экономики культуры (на китайском языке). – Пекин, 2024.
18. Zhiyan Consulting. Сравнительный анализ структуры рынка культурной и творческой продукции Китая и ключевых предприятий в 2020 г. // <https://www.chyxx.com/industry/202101/923271.html>.
19. Аджемоглу Д., Робинсон Дж.А. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты / Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty (2012). – М., 2016.
20. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. Перевод с нем. М. Кузнецова – М., СПб., 1997.
21. PricewaterhouseCoopers. Global Entertainment and Media Outlook 2024–2028 // <https://www.pwc.com/us/en/industries/tmt/library/global-entertainment-media-outlook.html>.
22. Юдичева Д.Р. Перспективы цифровизации экономики Китая // Флагман науки. 2024. №1 (12). С. 432–434.
23. Головенчик Г.Г., Хэ Яньхай. Измерение объема цифровой экономики и эффективности цифровизации // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2022. №1. С. 19–27.
24. Ли Цзин. История развития цифровой трансформации в Китае // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Т. 14. №4А. С. 179–186.
25. National data. National Bureau of Statistics // <https://data.stats.gov.cn/>.