Таблица 1А- Виды креативных индустрий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Виды | Описание |
| 1 | Индустрии, основанные на произведениях литературы и искусства. | К ним относятся народные художественные промыслы, ремёсла, деятельность галерей, представление обществу музейных предметов и коллекций, производство продукции с использованием изображений музейных предметов и коллекций.   |
| 2 | Индустрии, основанные на информационно-телекоммуникационных технологиях | К ним относятся литературные, драматические и музыкально-драматические, хореографические, музыкальные, аудиовизуальные, произведения изобразительного искусства, фотографические и другие произведения.   |
| 3 | Индустрии, основанные на информационно-телекоммуникационных технологиях. | К ним относятся обработка данных и разработка программного обеспечения, в том числе с использованием технологий виртуальной и дополненной реальности, создание компьютерных игр и видеоигр, деятельность по созданию и распространению информации, рекламная деятельность, деятельность аудиовизуального сервиса.   |
| 4 | Индустрии, основанные на прикладном творчестве. | К ним относятся создание и производство одежды, аксессуаров, декоративно-прикладное и сценографическое искусство, дизайн, архитектура, гастрономия.   |

Таблица А2-Классификация креативных товаров

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   № п/п | Группы товаров | Виды |
| 1 | Художественные промыслы | Тканые товары, изделия для праздников, бумага и картон ручного отлива, плетеные изделия, пряжа |
| 2 | Товары- носители аудиовизуального контента | Кинопленка, магнитные носители |
| 3 | Дизайнерские товары | Архитектурные и дизайн проекты, модные аксессуары, изделия из стекла, предметы интерьера, ювелирные изделия, игры и игрушки |
| 4 | Товары для новых медиа | Носители с записанной информацией, товары для видеоигр |
| 5 | Товары для исполнительных искусств | Музыкальные инструменты, ноты |
| 6 | Печатная продукция | Книги, газеты, прочая печатная продукция |
| 7 | Изобразительное искусство | Предметы коллекционирования и антиквариат, живопись, фотография, скульптура |

Таблица А 3-Модели развития креативных индустрий

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Модели | Особенности | Страны | Продукт креативных индустрий, область реализации творческого потенциала |
| **Европейская** **модель** | Строится на поддержке международного сотрудничества, сетевой деятельности креативных отраслей, софинансировании важных платформ. В странах Европы создаются креативные кластеры, которые функционируют за счёт взносов участников и грантов. Также в Европе работают над созданием эффективной финансовой экосистемы. | Великобритания,Германия, Испания, Италия,Франция | Архитектура, кино- и аудиови-зуальная продукция, реклама,видеоигры, IT, издательское дело |
| **Американская модель** | Ориентирована на поощрение предпринимательской инициативы, развитие творческих навыков и изобретательности.  Основой политики служит идея «креативных городов» как места комфортной жизни для представителей креативного класса.  | США, Канада,ЛатинскаяАмерика | Дизайнерская, печатная, аудио-визуальная продукция |
| **Скандинавская модель** | Отличается акцентом на системе творческого образования и государственной поддержке.  | Швеция, Дания,Финляндия | Медиа, аудиовизуальная продукция, театральные постановки, музеи, литература, реклама |
| Азиатская модель | Делает акцент не столько на создание инфраструктуры творческих индустрий, сколько на инновационную составляющую новых, постиндустриальных технологических решений. | Гонконг, Сингапур,Тайвань,Китай, ЮжнаяКорея, Япония | Аудиовизуальная продукция,видеоигры, сервисы обменамгновенными сообщениями,архитектура, контент |

**Положительное влияние искусственного интеллекта на креативную индустрию**

1)Большая доступность к ресурсам: цифровизация позволяет легче получать доступ к ресурсам. Профессионалы в области креативной индустрии могут легко получить нужные им данные и инструменты обратившись к онлайн-ресурсам.

2)Больший охват аудитории: цифровые платформы, такие как социальные сети и сайты, предоставляют возможность охватывать большую нужную аудиторию для своего продукта. Также улучшают взаимодействие и потенциальными клиентами, получая обратную связь от них и реагируя на их запросы.

3)Создание новых возможностей: цифровизация креативной индустрии открывает новые возможности для развития индустрии. Например, благодаря виртуальной и дополненной реальности, креативные профессионалы могут создавать более интерактивные и погружающие проекты, что увеличивает стоимость их.

4)Экономическая эффективность: главным преимуществом является снижение издержек за счет цифровых технологий на производство и продвижения креативных продуктов.

При этом, перспективными решениями на основе технологий являются:

А)VR- / AR-решения для создания иммерсивного контента.

Б) Анализ больших данных о предпочтениях и поведении потребителей.

В)Стриминговые платформы, особенно нишевые, с интегрированным и собственным мультимедиа-контентом.

Г) Искусственный интеллект (ИИ) для творчества и создания художественных произведений (театральных и киносценариев, музыки).

Д) Платформы для проведения онлайн-мероприятий (в том числе с эффектом присутствия зрителя).

Ж) Цифровизация объектов культурного наследия.

Таблица А 4-ТОП- технологии будущего в креативных индустриях[45]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Технологии | Перспективные направления использования |
| 1 | Платформенныерешения | - Стриминговые платформы- Совместная работа над проектом (постпродакшен фильмов, написание музыки)- Маркетплейсы контента (музыки к фильмам) и сотрудников (дизайнеров, осветителей на аутсорс)- Создание цифровых гидов |
| 2 | ИИ и большие данные | - Создание художественных произведений (театральных и киносценариев, музыки)- Управление организацией на основе анализа данных о предпочтениях Пользователей- Рекомендательные сервисы, персонализированные подборки. |
| 3 | 5G | - Облачные решения для постпродакшена- Увеличение скорости передачи данных.- Повышение уровня безопасности систем и платформ. |
| 4 | AR / VR(дополненная/виртуальная реальность) | - Создание интерактивного контента и иммерсивной среды- Виртуальные выставки и экскурсии. |
| 5 | 3D-моделирование | - Цифровизация культурного наследия.- Дизайн- Создание художественных произведений. |

Таблица А5- Изменения сферы культуры и креативных индустрий[48]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Показатели | 2025 г.+ |
| 1 | Изменение потребительского поведения | Ускорение роста спроса на онлайн-сервисы,особенно среди пользователей до 40 лет |
| 2 | Системные изменения | -Превращение организаций культурыв центры местных сообществ.- Демократизация производства контента (DIY-контент, децентрализация производства)- Массовое развитие продуктов для образования и здравоохранения на основе решений сферы культуры. |
| 3 | Исполнительские искусства | Развитие формата выступлений на виртуальных площадках |
| 4 | Кино | -Скачок в производстве видеоконтента с помощьюИИ.- Распространение анимации как сервиса для других индустрий.- Развитие формата иммерсивного кино. |
| 5 | Мода | -Рост применения органических и переработанных материалов в производстве товаров.- Развитие рынка виртуальной одежды.- Развитие производства «под запрос», уменьшение складских запасов. - Реализация полноценных инструментов виртуальнойпримерки одежды. |
| 6 | Музеи | -Комплексные VR-решения для создания иммерсивных экспозиций.- Появление «умных» музеев, постоянно анализирующих предпочтения пользователей и корректирующих свой контент и стратегию на основе данных.- Создание экспозиций с помощью ИИ. |
| 7 | Перспективные технологические решения | -Создание художественных произведений (театральных и киносценариев, музыки и т.п.) с помощью ИИ.- Массовая цифровизация объектов культурного наследия. |