

Е.Г. Теличева

Научная статья
УДК 338.467.7

РОЛЬ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИЙ

Е.Г. Теличева

Теличева Елена Геннадьевна,
кандидат социологических наук, доцент высшей
школы медиа, коммуникаций и сервиса,
Тихоокеанский государственный университет,
Хабаровск, Россия.
telicheva_e@mail.ru

Аннотация. В условиях современной экономической парадигмы поведение экономических агентов определяется возможностью доступа к знаниям как ключевому ресурсу. Экономика знаний структурируется вокруг нескольких базовых сегментов: науки, инноваций, образования и креативных индустрий. В отличие от предшествующих экономических моделей, где центральную роль играли традиционные факторы производства – труд, капитал, сырьё и энергия, - в нынешней системе нематериальные активы приобретают первостепенное значение, становясь драйвером роста и конкурентоспособности. Наблюдается расширение спектра отраслей, интегрированных в креативный сектор. Ключевой характеристикой креативной экономики выступает её способность: генерировать новые идеи; формировать дополнительную стоимость; разрабатывать уникальные товары и услуги. Данная способность обусловлена растущим потребительским спросом на нестандартные решения и персонализированные продукты. В отличие от традиционных экономических секторов, креативные отрасли базируются на интеллектуальных ресурсах, созидательном потенциале человеческого капитала и нематериальных активах, что определяет их принципиальное отличие от классической модели хозяйствования. Развитие регионов, базирующееся на креативной экономике, несет в себе значительные возможности для диверсификации экономической деятельности, привлечения капиталовложений и создания новых рабочих мест. Креативные объединения, образующиеся в регионах, становятся двигателями инноваций, притягивая одаренных профессионалов и бизнесменов. Они способствуют развитию туристской индустрии, увеличению привлекательности территории и созданию неповторимого имиджа региона. Тем не менее, прогресс креативной экономики в регионах сталкивается с определенными трудностями. Недостаток финансовых средств, нехватка профессиональных кадров, слабо развитая инфраструктура и ограниченные возможности выхода на рынки сбыта могут тормозить развитие креативных индустрий. Ключевым условием успешного развития креативной экономики является формирование благоприятной среды, включающей государственную поддержку, совершенствование системы образования, стимулирование инновационной деятельности и создание предпосылок для взаимодействия между креативными компаниями и другими отраслями экономики. Внедрение креативных индустрий в существующие экономические структуры, поддержка локальных талантов и

разработка уникальных творческих проектов могут внести вклад в формирование аутентичной конкурентоспособной креативной экономики региона, способной обеспечить стабильный экономический подъем и улучшение уровня жизни населения.

Ключевые слова: *креативная экономика, креативная индустрия, интеллектуальные ресурсы, кластерная политика, диверсификация экономической деятельности, аутентичность креативной экономики региона.*

Библиографическая ссылка: *Теличева Е.Г. Роль креативной индустрии в социально-экономическом развитии территорий // ЦИТИСЭ. 2026. № 2. С. 89-100.*

Research Full Article

UDC 338.467.7

THE ROLE OF THE CREATIVE INDUSTRY IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIES

E.G. Telicheva

Elena G. Telicheva,

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Higher School of Media, Communications, and Service, Pacific State University, Khabarovsk, Russian Federation.
telicheva_e@mail.ru

Abstract. *In the context of modern economic theory, the behavior of economic actors is determined by their capacity to access and utilize knowledge as a critical resource. The economy based on knowledge is organized around several essential components: science, innovation, education, and the creative industries. Unlike traditional economic models that emphasized traditional factors of production, such as labor, capital, raw materials, and energy, the contemporary system emphasizes the significance of intangible assets in driving growth and enhancing competitiveness. There has been an expansion of the scope of industries integrated into the creative sector. A key feature of the creative economy is its capacity to generate novel ideas, add value, and produce unique goods and services. This capacity is driven by an increasing consumer demand for innovative solutions and customized products. Unlike traditional economic sectors, creative industries rely on intellectual resources, the creativity of human capital, and intangible assets. This sets them apart from the traditional economic model. The development of regions through the promotion of a creative economy presents significant opportunities for diversification of economic activity, attraction of investment, and creation of new jobs. The formation of creative associations in regions acts as a catalyst for innovation, attracting skilled professionals and entrepreneurs. These associations contribute to the growth of the tourism sector, enhancing the appeal of the region and fostering a unique regional identity. However, the growth of the creative economy in regions faces certain obstacles. Insufficient financial resources, a lack of skilled professionals, underdeveloped infrastructure, and limited market access can hinder the development of creative industries. To successfully develop the creative economy, it is essential to create an enabling environment that includes government assistance, improved educational*

systems, promotion of innovation, and facilitation of collaboration between creative businesses and other economic sectors. The integration of creative industries into existing economic structures, the support of local talent, and the development of unique creative projects can contribute to the formation of an authentic and competitive creative economy in the region, which can ensure stable economic growth and improve the living standards of the population.

Keywords: *creative economy, creative industry, intellectual resources, cluster policy, diversification of economic activity, and the authenticity of the region's creative economy.*

For citation: Telicheva, E. G. (2026). The role of the creative industry in the socio-economic development of territories. *CITISE*, 2, 89–100. (In Russian).

Креативная экономика выступает инновационно-востребованным вектором социально-экономического территориального развития и источником долгосрочного социально-экономического роста. Глобализация и управление изменениями в информационно-технологической среде характеризует черты постиндустриального этапа развития общества с преобладанием роли информационных технологий, понимание предприятиями экономической выгоды от обладания знаниями и приращение знаний для применения новых технологий в человеческой деятельности [1].

О формировании концепции креативной (культурной) экономики упоминалось на рубеже 30-40-х годов XX века в работах М. Хоркхаймера и Т. Адорно [15].

Представители франкфурдской школы социологии при продвижении идеи «культурной экономики» рассматривали искусство как товар и полагали, что его коммерческая ценность и включение в рыночные отношения, развивались параллельно со становлением рыночной экономики - экономики потребления. Обосновывая догму, о том, как искусство наряду с духовной ценностью и эстетичностью, приобретает коммерческую ценность и включаясь в рыночный механизм становится товаром, который можно монетизировать. Искусство рассматривалось как двигатель экономики, генерирующий доходы от инвестиций в культуру, с акцентом на его экономической отдаче [7].

В современном обществе культура становится стратегическим приоритетом современной экономики, поскольку сумела превратиться в мощную индустрию культурных услуг. Исследование понятия «креативность» базируется на научных подходах, что позволяет на основе поэтапного формирования критериев креативного продукта дать оценку деятельности и роли человека в этом процессе; определить, как самовыражение и самоактуализация индивида влияют на генерацию креативных идей [13].

Велика роль креативных технологий в модернизации социально-культурной сферы и сохранении культурного наследия. Модель включения креативных технологий в деятельность социально-культурной сферы представлена на рисунке.

Социально-культурная сфера является инструментом реализации культуры. Культура производит ценности, а социально-культурная сфера создает условия для реализации и доступности для общества. Так в социально-культурной сфере, под влиянием новых технологии появляются креативные продукты. Интеграция культуры, общества и технологий создают синергию креативного развития.

Ряд исследователей определяют креативность как потенциальный генератор инноваций, источник конкурентного преимущества и движущую силу экономического роста. Переход к экономике, основанной на знаниях и инновациях, выдвигает на первый план креативные секторы, способные генерировать новые идеи, продукты, услуги, решать

управленческие проблемы, тем самым стимулируя экономический рост и повышая качество жизни населения, полагаясь на интеллектуальные ресурсы.

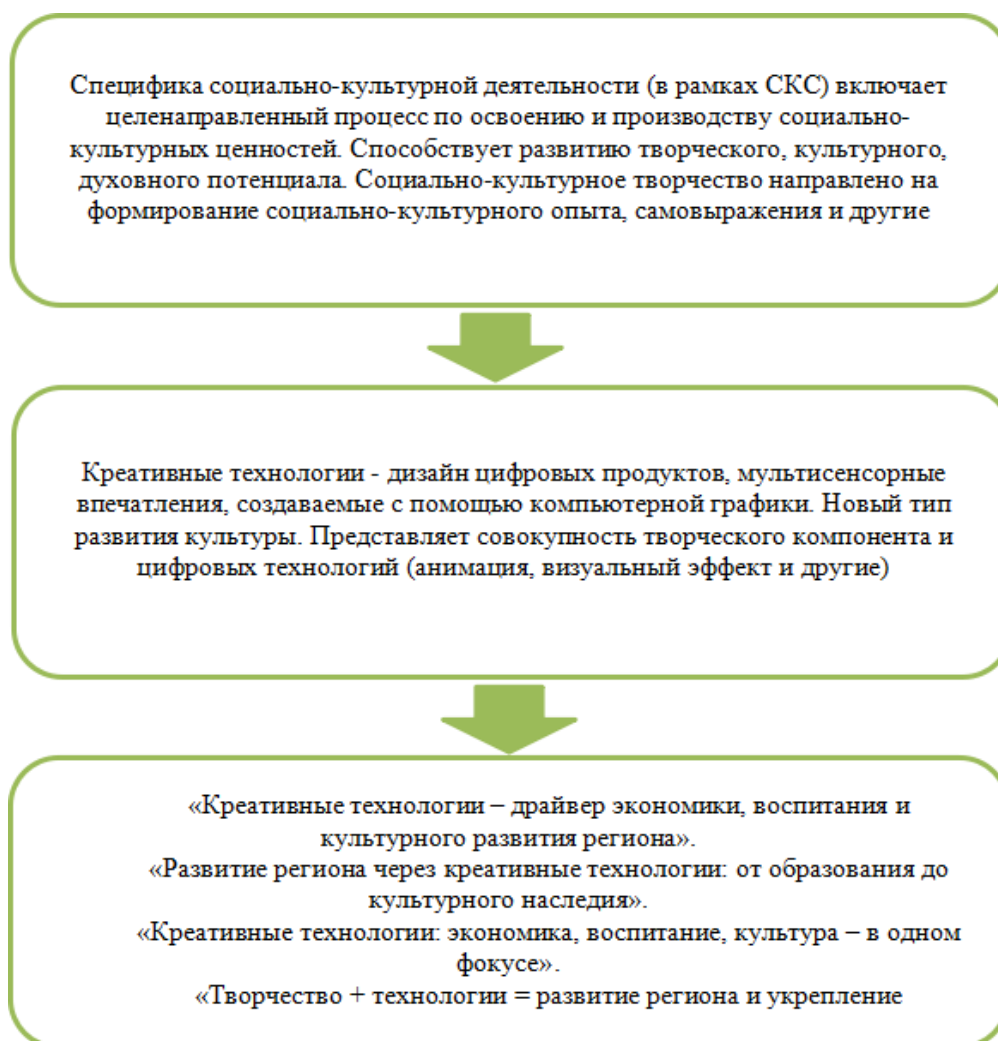


Рисунок - Модель включения креативных технологий в деятельность социально-культурной сферы

Цифровые технологии представляют огромный потенциал для творческих профессий, и их использование может стать ключевым фактором в достижении успеха в данной области. Тенденции в креативных профессиях связаны с развитием технологий и запроса рынка труда. Рост популярности анимации и 3D-графики влияют на профессию графического дизайна. Благодаря цифровым технологиям появились профессии, например, интерактивный дизайнер и виртуальный архитектор, что значительно расширяет возможности работы в различных областях [9].

Зависимость креативной экономики от интеллектуального капитала отличает ее от традиционной экономики, базирующейся на материальных ресурсах. В креативной экономике отсутствует массовое производство, креативный продукт создается на основе элементов искусства, культуры, бизнеса, технологий и личности, обеспечивающих оригинальность, уникальность, культурную значимость продукта [4].

Институционализация креативной экономики в России вошла в активную фазу развития с 2020 года. Развитие национальной креативной экономики, основанной на человеческом капитале и историко-культурном наследии народов России нашло отражение в

Концепции развития креативных индустрий. Закрепление и характеристика базовых понятий, создание территориальной, финансовой и экспортной инфраструктуры заложило правовую основу для целостной, регулируемой государством отрасли [8].

С принятием в 2024 году Федерального закона № 330 от 08.08.2024 г. «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» дополнены основы правового регулирования субъектов и объектов креативной индустрии как сектора креативной экономики и меры государственной поддержки. На основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, Приказом Минэкономразвития России от 23.04.2025 г. № 266 утвержден перечень видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий. Закрепление статуса креативных кластеров, позволило регионам отбирать приоритетные творческие направления, определять критерии отнесения бизнеса к субъектам креативных индустрий и вводить меры поддержки. Креативный кластер, как территория, обладающая объектами недвижимости, создает предпосылки для обеспечения деятельности субъектов креативных индустрий, нуждающихся в мерах государственной поддержки.

Потенциал креативных индустрий отражают цифры. Креативный сектор в мировом сообществе – один из ключевых факторов роста современной экономики. Доля креативных индустрий в глобальном ВВП, на период 2024 года составила – 4,1%. Доля занятого населения – 6%. Положительная динамика с 2018 года по настоящее время, показывает рост креативной экономики с 4% до 18%., 39,7% креативных профессий – вне креативных индустрий [16].

Обобщая вышесказанное, можно заключить, что креативная экономика — это сектор экономики, базирующаяся на интеллектуальной собственности, технологиях и творческом потенциале субъектов, создающих уникальный продукт творческой деятельности в отраслях креативной индустрии с целью социально-экономического развития территорий на федеральном, региональном, локальном уровнях. Социально-культурная сфера создает условия для реализации креативного продукта в обществе.

Регионы в системе государственного управления являются проводниками общегосударственных интересов с учетом территориальной специфики, поскольку через регионы осуществляется управление государством в целом. С позиции системного подхода, социальная, экономическая и экологическая подсистемы определяют динамику развития региона с учетом рационального использования ресурсов и потенциала территории. Ключевым фактором устойчивого социально-экономического развития региона выступает взаимодействие субъектов - власти, бизнеса и общества. Заслуживает внимания подход к созданию экосистемы креативных индустрий, предложенный В.Е Барковской, безусловно интеграция усилий органов власти, науки, искусства и сферы образования вносит существенный вклад в развитие креативного пространства [2].

Региональная власть выполняет функции регулятора, координатора и инициатора развития, что проявляется в создании нормативно-правовой базы, стратегическом планировании, включая отраслевые приоритеты и территориальное развитие. Бизнес как движущая сила экономического роста создаёт новые рабочие места и способствует диверсификации экономики региона. Общество выступает как потребитель, инициатор и контролёр развития.

Эффективное развитие региона возможно только при согласованном взаимодействии трёх субъектов «власть - бизнес - общество» на основе:

- формирования и развития институциональных механизмов и финансовых инструментов;
- развития государственно-частного/общественного партнерства и другие.

Стратегический подход регионов к реализации стратегии кластерного подхода акцентирует внимание на приоритетах в развитии креативного сектора, зонировании объектов. А основным механизмом реализации мероприятий служит дорожная карта, с

проработкой ключевых показателей: определения миграционной привлекательности региона для квалифицированных, творческих кадров; выявление увеличения доли креативных индустрий в экономике региона; расчет роста информационного и медиаохвата бренда и продуктов предприятий творческих индустрий, приоритетных для региона; рост количества специальных профессиональных мероприятий; развитие туризма за счет расширения ассортимента и качества и другие [5].

Только комплексный подход позволяет обеспечить устойчивое развитие региона и повышение благосостояния его жителей. Эффективное использование имеющихся на территории производственных, трудовых, природных ресурсов, во многом объясняется региональным экономическим интересом. Экономический интерес, являясь инструментом в хозяйственном механизме, оказывает влияние на характер и темпы рыночных преобразований в регионе, субъектами формирования которого выступают «власть - бизнес - общество». В основе креативных индустрий искусство, дизайн, мода, музыка, кино, телевидение, издательское дело, архитектура и разработка программного обеспечения. Подотрасли креативных индустрий имеют основополагающее значение в контексте формирования и сохранения культуры, социально-традиционной идентичности восприятия окружающего мира [11].

На отраслевое и региональное развитие существенную роль оказывает кластерная политика [17].

Кластерный подход позволяет исследовать регион как территорию и расположенные на ней объекты инфраструктуры, используемые для осуществления деятельности субъектами креативных индустрий. Продвижение креативных продуктов на внутренних и внешних рынках является частью кластерной политики. Территория может претендовать на статус креативного кластера, если отвечает критериям признания, изложенные в Постановлении Правительства РФ от 30 мая 2025 года №789. Поэтапный период формирования креативного кластера – это стратегический процесс, направленный на диагностику потенциала, определение специализации, разработку концепции и создание инфраструктуры. Преимущества креативного кластера очевидны:

- развитие смежных отраслей, за счет привлечения квалифицированных специалистов и инвестиций;
- создание благоприятной среды для инноваций и предпринимательства за счет цифровизации и сетевого взаимодействия;
- генерирует новые формы бизнеса и рабочие места с высокой добавленной стоимостью, в том числе за счет креативных индустрий на основе преобразования старых промышленных территорий;
- формирует конкурентное преимущество региона за счет создания инновационных производств;
- усиливает бренд и туристическую привлекательность территорий, даёт регионам инструменты для диверсификации и роста без опоры на сырьевые ресурсы; отвечает глобальным трендам на экономику знаний [18].

Синтез экономических, политических, социальных выгод регионов в контексте устойчивого развития территорий представлен в исследовании Василенко Л. А. и соавторов. Истоки понятия кластерной специализации территорий рассмотрены через призму взаимовыгодного сотрудничества субъектов, при использовании внутренних ресурсов как конкурентное преимущество [6].

Каждый регион, обладая элементами культурной идентичности стремится создать креативный кластер. Появление Регионального стандарта развития креативных индустрий по инициативе Центра развития креативной экономики Агентства стратегических инициатив, позволило регионам выстроить собственную креативную экосистему.

Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» опубликовал рейтинг субъектов Российской Федерации, вовлеченных в формирование креативного кластера. Используемая методология исследования основана на Российском региональном индексе креативных индустрий. Группировка субъектов Российской Федерации в рубрики по четырем тематическим разделам и дальнейшая группировка по индивидуальным профилям, позволила выявить сильные и слабые стороны изучаемых регионов, с акцентом на направления креативной экономики, требующие управленческих решений.

Хабаровский край в рейтинге регионов занял 74 место из 85-и. Выявлены сильные позиции региона при развитии креативной экономики. Хабаровский край демонстрирует сбалансированное развитие по ключевым направлениям. На наш взгляд, синергия цифровизации, качественного образования, защиты интеллектуальной собственности, продуманной нормативно-правовой базы и активного участия в федеральных программах, создаёт прочную основу для роста благосостояния населения и укрепления конкурентных позиций региона в Дальневосточном федеральном округе и России в целом. В таблице 1 представлены сильные позиции региона при формировании креативной экономики, что безусловно является результатом взаимодействия науки, бизнеса и органов власти.

Таблица 1

Сильные позиции Хабаровского края при реализации направлений креативной экономики

№ п.п.	Направление	Содержание
1	Нормативно-правовая и государственная поддержка	<p>Стратегия социально-экономического развития Хабаровского края на период до 2030 года, направлена на преобразование региона в ключевой экономической центр Дальнего Востока с инновационной экономикой и высокотехнологичной промышленностью. Ведется работа над разработкой регионального закона и развитии креативных индустрий, что упростит доступ к господдержке.</p> <p>Деятельность Агентства креативных индустрий (АКИ) Хабаровского края в поддержке творческого бизнеса (работа над созданием Каталога брендов креативных индустрий края как части бренда «Сделано в Хабаровском крае» и др). Корпорации развития Дальнего Востока и Арктики (КРДВ) (сотрудничество с другими регионами ДФО в рамках соглашений о развитии креативных индустрий, например, с Забайкальским краем.). Агентство инвестиций и развития (АПИРИ) Хабаровского края взаимодействуя с другими институтами развития участвует в создании инфраструктуры для новых производств. Три субъекта дополняют друг друга в экосистеме поддержки креативных индустрий. АКИ работает над локальными инициативами и прямым взаимодействием с креаторами, КРДВ</p>

		координирует межрегиональные и федеральные проекты, а АПИРИ обеспечивает инфраструктурную и инвестиционную поддержку.
2	Цифровизация	Развитие цифровой инфраструктуры в рамках национального проекта «Цифровая экономика», позволяет подключение к сети Интернет социально-значимых объектов. Внедрение элементов «Умный город» - интеллектуальное освещение, онлайн-мониторинг транспорта и другие. Внедрение цифровых двойников при управлении крупными предприятиями края (КНААЗ) и другие.
3	Образование	Тихоокеанский государственный университет (ТОГУ) реализует программы по IT-специальностям, цифровой экономике, инновационному менеджменту, креативной анимации. Развиваются IT-клуб Роботрек для комплексного развития детей и подростков; Школа креативных индустрий для подростков. Программы дуального образования и стажировки на предприятиях (КНААЗ, Амурский судостроительный завод), совместные лаборатории с вузами и другие.
4	Интеллектуальная собственность	Увеличение заявок на патенты от вузов, НИИ и предприятий края, особенно в судостроении, авиастроении, биотехнологиях. Краевые гранты, центры развития инноваций, позволяющие продвигать СТАРТАПы. Рост числа зарегистрированных знаков в креативной индустрии.
5	Основные направления творческих индустрий ХК	Анимация, Архитектура, инженерия, мода, дизайн, информационные технологии.

При этом, Хабаровский край уступает другим регионам-амбассадорам креативной экономики по направлениям кадры и продукция. Государственная поддержка играет ключевую роль в развитии вышеуказанных направлений. Краевой Фонд поддержки предпринимательства, центр «Мой бизнес», бизнес-инкубатор в Комсомольске-на-Амуре, бренд «Сделано в Хабаровском крае», оказывают существенную поддержку субъектам, заинтересованным в развитии креативной индустрии в Хабаровском крае. Отраслевой кластер «Искусство и креативные индустрии» призван объединить бизнес, учреждения культуры и творческих предпринимателей. При грантовой поддержке Президентского фонда культурных инициатив успешно реализован проект «Анимационный кластер Хабаровского края». При реализации проекта оборудовано более 20 детских анимационных студий в районах края; обучено 35 педагогов для работы в студиях. Одной из первоочередных задач в развитии «Анимационного кластера» в крае является обучение педагогов детских студий анимации. Открыта Школа креативных индустрий на базе Хабаровского краевого колледжа искусств, филиал Всероссийского государственного университета кинематографии имени С. А. Герасимова, что укрепило образовательную базу для подготовки кадров в сфере кино и

анимации. Проведён ряд крупных мероприятий: Открытый Всероссийский фестиваль анимационного кино, Краевой конкурс для подростков «КартунДвиж», Международный фестиваль «Анимур», Межрегиональный фестиваль детских мультфильмов «МультФест27» и другие.

В группе приграничных регионов наиболее выражена креативная специализация «Гастрономия» и фокусирование на международное сотрудничество.

Так гастрономия Камчатского края – не просто кухня, а полноценный элемент креативной экономики, объединяющий традиции, природу и инновации. Камчатка – амбассадоры ДВ кухни, артефакты отражают код территории – зонтичный бренд «Тихоокеанская кухня»-папоротникраб. Гастрономическая специализация Камчатки направлена на: укрепление региональной идентичности; привлечение туристов; создание новых рабочих мест в сельских районах; экспорт уникальных продуктов (краб, икра, вяленая рыба); развития смежных креативных отраслей.

Хабаровский край вошел в группу «Приграничные регионы». Международное сотрудничество выступает эффективной формой колобараии. Дальний Восток уникален своим культурным потенциалом и культурным кодом. Который может понравится и быть близок жителям Азиатского-тихоокеанского региона. Потенциал Дальнего Востока с точки зрения международного сотрудничества для коллабораций креативных бизнесов и экспорта креативного продукта предлагает:

- международное взаимодействие в формате международных площадок, форумов, нетворкинга;

- наращивание сотрудничества и коллаборации в сфере современного цифрового искусства в индустрии видеоигр, содействия продвижению российских и китайских компьютерных игр на рынках двух сторон;

- совместные проекты, образовательные программы воркшопы, обмен опытом, витрина проектов;

- совместные российско-китайские проекты для системной работы над совместными проектами: разработка и реализация креативных концепций, интерактивных инсталляций, 3D-проекций, событийных арт-проектов, мультимедийного контента;

- участие в международных событиях: Международной конференции АСИ – Russian International Creative Seasons с целью поиска бизнес-партнеров по межстрановым кроссекторальным проектам для глобальных рынков; масштабном культурном событии VK-FEST, которое объединяет молодежную культуру – музыку, технологии, блогеров, науку, моду;

- развитие общих каналов дистрибуции и партнерство в рамках акселератора по совместному производству, в т.ч. в мультимедийных программах.

В республике Саха (Якутия) накоплен значительный опыт сотрудничества в сфере креативных продуктов со странами БРИКС. Среднегодовая численность занятых в креативных индустриях на 2024 г – 9,7%. 11,5% число креативных индустрий в общем числе предприятий. Объединение творчества и бизнеса создает образ Якутии – территории – креативного центра притяжения. В планах на 2028 год создание парка будущих поколений – создание образовательных кластеров; проект «Большой Кластер» как продолжение масштабирования креативного кластера «Квартал Труда», Дальневосточного многофункционального кинопавильона полного цикла; университета креативной интенсивности. Квартал труда» – это креативное пространство, объединяющее резидентов, работающих в области IT, кино, анимации, моды, дизайна, музыки, компьютерной графики, изобразительных искусств, фото и видеопродакшна. Анимационная студия «Тундра» (Tundra Animation Studio), занимается 3D-анимацией, созданием и продвижением в 3D анимации

культуры Севера. Креативные пространства стимулируют и развивают туристскую и креативную индустрию в регионах [14].

Безусловно, культурный потенциал, культурный код территории Дальнего Востока, возможность качественного перевода позволяет продвигать творчество в другие страны. Нацеленность на формирование креативных индустрий полного цикла, особенно если это аудиовизуальный контент, не отвергает развитие отдельных компонентов производственных цепочек. Появление небольших, локальных компаний, которые делают конкретные компоненты в рамках больших цепочек – это потенциал для Дальнего Востока.

Список литературы:

1. Аузан А.А., Бахтигараева А.И., Брызгалин В.А. Развитие креативной экономики в России в контексте современных вызовов // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 2 (54). С. 213-220. URL: <https://www.elibrary.ru/ipxsig>
2. Барковская В.Е., Алексахина В.Г., Чуева И.И. Менеджмент креативных индустрий: тенденции и проблемы развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2025. № 6 (248). С. 124–136. URL: <https://www.elibrary.ru/dozkeq>
3. Брижак О.В. Креативный потенциал современных корпораций: требования новой экономической реальности // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2023. Т. 12, № 3 (44). С. 20-24. DOI: https://doi.org/10.57145/27128482_2023_12_03_04
4. Волков С. Креативная экономика и креативное предпринимательство: академическое измерение // Общество и экономика. 2020. № 11. С. 21-30. URL: <https://www.elibrary.ru/kdhppo>
5. Викторова М.С. О Стратегии развития креативных индустрий Мурманской области до 2030 года // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2023. Т. 227. С. 80-86. URL: <https://www.elibrary.ru/xfnrst>
6. Василенко Л.А., Богданова Л.В., Каримова И.Ю. (2024). Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик // Проблемы развития территории. Т. 28, № 1. С. 61–77. DOI: <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.1.129.5>
7. Гетманенко А.О. Феномен креативности: культурологический аспект // Мир культуры и культурология. 2024. Т. 1. № 1-2. С. 91-99. URL: <https://www.elibrary.ru/rjaivy>
8. Денисова О.Т. Креативные индустрии в сфере культуры: диагностика эффективности перехода // Челябинский гуманитарий. 2024. № 2 (67). С. 23-31. URL: <https://www.elibrary.ru/fowhoe>
9. Жунусова Л.С. Креативные профессии в эпоху цифровых технологий: как новые инструменты воздействуют на выбор профессий и мир творчества // Инновационная наука. 2023. № 5-2. С. 68-72. URL: <https://www.elibrary.ru/zwwwug>
10. Жупарова А.С., Исмаил Г.Ж. Экономика креативных индустрий: сущность и основные характеристики // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2021. № 3 (39). С. 36-45. DOI: <https://doi.org/10.21685/2227-8486-2021-3-4>
11. Ключко Е.Н., Коваленко Л.В. К вопросу о перспективах развития креативных индустрий в современной социально-экономической среде // Естественно-гуманитарные исследования. 2024. № 6 (56). С. 370-373. URL: <https://www.elibrary.ru/userpqu>
12. Мальцева Е.С. Креативный класс и креативный человеческий капитал: сущность, тренды и проблемы измерения (экономический аспект) // Бизнес и дизайн ревю. 2025. № 4 (40). С. 27-37. URL: <https://www.elibrary.ru/datlka>
13. Михайлова А.В. Исследование сущности категорий «креативная экономика», «креативный потенциал экономики», творческие (креативные) индустрии // Экономика и

предпринимательство. 2023. № 10 (159). С. 1350-1356. DOI: <https://doi.org/10.34925/EIP.2023.159.10.277>

14. Михайлова А.В., Шкурко Н.С. Роль креативных пространств и креативного туризма в регионах Российской Федерации для формирования креатосферы // Креативная экономика. 2023. Т. 17, № 8. С. 2873–2886. DOI: <https://doi.org/10.18334/ce.17.8.118767>

15. Прокофьева Д.А., Шамардина Н.В. Влияние креативной экономики на современный менеджмент креативных индустрий // Вестник университета. 2020. № 7. С. 120-127. DOI: <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-7-120-127>

16. Смехов В.В., Оберник Л.А. Концепция устойчивого развития и реализация в креативной экономике и креативных индустриях // Журнал монетарной экономики и менеджмента. 2025. № 3. С. 190-198. DOI: <https://doi.org/10.26118/2782-4586.2025.63.59.031>

17. Степанова И.Д. Эффективность политики в сфере креативных индустрий в российских условиях // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2022. Т. 7, № 3. С. 39-62. DOI: <https://doi.org/10.17323/cmd.2022.16107>

18. Сыркина А.Н. Рациональная коллаборация как креативная технология в брендинге // Язык. Коммуникация. Общество. 2025. № 1 (8-9). С. 31-38. URL: <https://www.elibrary.ru/ykbhko>

References:

1. Auzan A.A., Bakhtigaraeva A.I., Bryzgalin V.A. (2022). Development of Russia's creative economy in the context of modern challenges. *Journal of the new economic association*, 2 (54), 213-220. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/ipxsig>

2. Barkovskaya V.E., Aleksakhina V.G., Chueva I.I. (2025). Management of creative industries: Trends and development issues. *Vestnik of sSamara State University of Economics*, 6, 124-136. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/dozkeq>

3. Brizhak O.V. (2023). Creative potential of modern corporations: requirements of a new economic reality. *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*, 12 (3), 20-24. (In Russian). https://doi.org/10.57145/27128482_2023_12_03_04

4. Volkov S. (2020). Creative economy and creative entrepreneurship: the academic dimension. *Society and Economy*, 11, 21-30. (In Russia). <https://www.elibrary.ru/xfnrst>

5. Victorova M.S. (2023). On the development strategy of creative industries of the Murmansk Region until 2030. *Works of the St. Petersburg State Institute of Culture*, 227, 80-86. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/xfnrst>

6. Vasilenko L.A., Bogdanova L.V., Karimova I. YU. (2024). Creative economy and creative clusters in territorial development: analysis of Russian practices. *Problems of territory's development*, 28(1), 61-77. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/ptd.2024.1.129.5>

7. Getmanenko A.O. (2024). The phenomenon of creativity: cultural aspect. *World of Culture and Culturology*, 1(1-2), 91-99. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/rjaivy>

8. Denisova O.T. (2024). Creative industries in the cultural sphere: diagnostics of transition efficiency. *Chelyabinsk Humanities*, 2, 23-31. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/fowhoe>

9. Zhunusova L.S. (2023). Creative professions in the digital age: how new tools affect the choice of professions and the world of creativity. *Innovation Science*, 5-2, 68-72. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/zwwwug>

10. Zhuparova A.S., Ismail G.ZH. (2021). Economics of creative industries: Essence and main characteristics. *Models, Systems, Networks in Economics, Engineering, Nature and Society*, 3, 36-45. (In Russian). <https://doi.org/10.21685/2227-8486-2021-3-4>

11. Klochko E.N., Kovalenko L.V. (2024). To the question of the prospects for the development of creative industries in the modern socio-economic environment. *Natural Sciences and Humanities Research*, 6, 370-373. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/usepqy>
12. Maltseva E.S. (2025). The creative class and creative human capital: Essence, trends, and measurement issues (economic aspect). *Business and Design Revue*, 4, 27-37. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/datlka>
13. Mikhaylova A.V. (2023). Study of the essence of the categories "Creative economy," "Creative potential of the economy," "Creative (creative) industries". *Economics and Entrepreneurship*, 10, 1350-1356. (In Russian).
14. Mikhaylova A.V., Shkurko N.S. (2023). The role of creative spaces and creative tourism in Russian regions in creatosphere formation. *Creative Economy*, 17(8), 2873-2886. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/ce.17.8.118767>
15. Prokofeva D.A., Shamardina N.V. (2020). Influence of the creative economy on modern management of creative industries. *Vestnik Universiteta*, 7, 120-127. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-7-120-127>
16. Smehov V.V., Obernik L.A. (2025). The concept of sustainable development and its implementation in the creative economy and creative industries. *Journal Of Monetary Economics and Management*, 3, 190-198. (In Russian). <https://doi.org/10.26118/2782-4586.2025.63.59.031>
17. Stepanova I.D. (2022). The performance of the Russian state policy in the field of creative industries. *Communications. Media. Design*, 7(3), 39-62. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/cmd.2022.16107>
18. Syrkina A.N. (2025). Rational collaboration as a creative technology in branding. *Language. Communication. Society*, 1, 31-38. (In Russian). <https://www.elibrary.ru/ykbhko>

Submitted: 19 March 2026

Accepted: 19 April 2026

Published: 20 April 2026

