

РОЛЬ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ

Ю. Н. Гамбеева, В. М. Смей

Филиал МГУ им. М. В. Ломоносова в Севастополе, Севастополь, Россия

В настоящее время интерес к изучению потенциала креативных индустрий в контексте социально-экономического развития территорий устойчиво растет и обусловлен тем, что все чаще креативную экономику упоминают как инновационную экономику, основанную на внедрении новых технологий и активизации интеллектуального и творческого потенциала общества. Инновационная, несырьевая экономика — новая доминирующая парадигма развития постиндустриальных стран, основанная не только на экономике технических достижений, но и на экономике творчества, креативности и знаний. Цель исследования заключается в обосновании основных подходов к определению креативных индустрий и их роли в социально-экономическом развитии территорий. В статье осуществлен анализ вклада креативных индустрий в экономику города Севастополя. В ходе исследования установлено, что для экономики города, как и в целом для российской экономики, это новый и еще недостаточно изученный сектор с довольно высоким потенциалом.

Ключевые слова: *креативная экономика, креативные индустрии, креативный класс, культурные индустрии, творческие индустрии, социально-экономическое развитие.*

Новая социально-экономическая реальность характеризуется динамичным развитием, появлением информационных и цифровых технологий, формированием индустрий нового типа, таких как индустрия 3.0 и индустрия 4.0. Происходит трансформация современного общества, сферы культуры и экономического развития. Если недавно говорилось об информационной экономике, то сегодня идет речь о креативной экономике, основанной на осознании потенциала и ценности культурного и творческого капитала. Творчество и креативность — ключевые факторы современной экономической реальности.

Появляются новые концепты: «креативная индустрия», «культурная индустрия», «творческая индустрия». В иностранных источниках данные понятия не различаются [2].

В России терминологическое разнообразие объясняется трудностями перевода. Creative industries переводится с английского языка как «творческие индустрии», а cultural industries — как «культурные индустрии». Однако не все сферы деятельности, включенные в creative industries можно отнести к творческим. Проблема заложена в смысловом содержании, которое подвижно в силу того, что понятия «творчество» и «креативность» в русском языке несут разную смысловую нагрузку и концептуально отличаются, поэтому создается ситуация неопределенности использования терминов.

Творчество — это процесс создания новых, оригинальных и неповторимых результатов [6], а креативность — это качество и способность к генерации уникальных, необычных идей и решений [12]. Таким образом, творчество — это тип деятельности, креативность — способ осуществления деятельности. В то же время существуют исследования, где эти понятия рассматриваются как синонимы и взаимозаменяемые [9], поэтому в русском языке мы встречаем все три понятия.

Дополнительная сложность заключается в отсутствии общепринятой системы критериев идентификации видов деятельности, свойственных «культурным», «творческим» и «креативным» индустриям, зачастую они описываются списком сфер деятельности, которые пересекаются. Подобное вольное трактование приводит к спорным результатам сравнительного статистического анализа.

Дифференцирование терминов культурных, креативных, творческих индустрий — процесс затруднительный. В большинстве источников они рассматриваются как взаимозаменяемые, поскольку креативность, творчество, культура являются обязательными элементами инновационной экономики, современной парадигмы экономического развития. Авторы разделяют позицию ряда исследователей о применимости широкого понимания креативных индустрий [2; 3] и не отделяют творческую и культурную составляющую от креативной индустрии.

Термин «креативные индустрии» имеет ряд коннотаций: от экономических до социокультурных, и на данный момент не существует единственно верного определения креативных индустрий.

В социокультурной сфере креативные индустрии рассматриваются как новый тип развития культуры, где объединяющей идеей всегда выступает творческий компонент и культурная инноватика, но при этом высока роль новых технологий и открытий [10]. Креативность выступает отличительной особенностью не только культурных направлений деятельности, в настоящее время она используется и при решении проблем широкого спектра — от производства до управления. Сущность креативных индустрий заключается не только в продукте интеллектуальной или творческой деятельности, но и в формулировании уникальных решений.

Креативная индустрия создает товары и услуги преимущественно для международного рынка. Привязка к определенной локации уже не имеет такого принципиального значения, самую важную роль играют создатели контента, проще говоря — интеллект. Импульс к развитию креативных индустрий дают технологии, например: цифровизация, отвечающая за оперативный доступ к средствам креативного производства, аддитивные технологии, искусственный интеллект [11].

В экономике креативные индустрии — направления деятельности, которые основаны на творческой составляющей индивидуального труда, способные создавать добавленную стоимость и рабочие места вследствие использования интеллектуальной собственности. Креативные индустрии рассматриваются в качестве ядра и ключевого сектора экономики [8]. Креативные индустрии являются составной частью креативной экономики. Креативная экономика может успешно развиваться лишь в среде, где сформированы условия и атмосфера для создания идей и творчества. Ее основными составляющими являются креативный класс, креативный город и креативные индустрии [5].

Р. Флорида убежден, что именно креативный класс способен вывести креативные индустрии на новые уровни. Креативный класс формируется в релевантном социокультурном климате в виде различных ресурсов. Для вовлечения талантливых кадров, владеющих нетривиальной интеллектуальной собственностью, необходимо создать конкурентоспособную инфраструктуру, толерантную атмосферу в обществе, внедрять новые подходы к мотивации, а не только фокусироваться на повышении ставки заработной платы [14].

Креативные индустрии — сферы, связанные с созданием. Продукт данных отраслей генерируется в информационном (цифровом) секторе, а затем оказывает влияние на социальное и физическое пространство, тем самым воздействуя на экономику в целом.

В основном исследователи разделяют два подхода к рассмотрению креативных индустрий: административный и научный. Административный подход к содержательному определению креативных индустрий характеризуется отраслевой направленностью, так как основным критерием является экономический потенциал творческой деятельности или творческого продукта. В рамках научного подхода основной исследования выступает не потенциал, а воспроизводство и принципы функционирования культурных индустрий. Д. Хартли, например, дает следующее определение: «креативные индустрии — социальные сетевые рынки, которые представляют собой группу отдельных агентов, принимающих решение о производстве и потреблении, основанные на действиях других агентов сети» [цит. по: 1].

Дж. Поттс и С. Каннингем в своем исследовании взяли за основу экономическую ценность креативных индустрий и выявили четыре модели [16]:

1. Креативные индустрии, требующие вливания средств и поддержки.
2. Креативные индустрии, существующие в рамках современного рынка, имеющие потенциал к наращиванию мощностей в виде промышленных предприятий и производств.
3. Креативные индустрии, обладающие инвестиционной ценностью и востребованностью.
4. Креативные индустрии, продуктом которых являются инновации.

Данное разделение позволяет всесторонне рассматривать положение креативных индустрий, а также более системно изучить их структуру, что и отличает научный подход от административного.

В мировом сообществе нет четкого разделения, какая деятельность гарантированно относится к креативным индустриям. Первым о классификации креативных индустрий задумался Д. Хоукинс, выделив 15 направлений, где были и конструкторские разработки, и исполнительские искусства. Опираясь на исторически сложившиеся модели классификации креативных индустрий, помимо работ Д. Хоукинса можно выделить следующие: британская, американская, Д. Хесмондхала, Д. Тросби и модель Всемирной организации интеллектуальной собственности [5].

Во все модели включены: музыка, реклама, теле- и радиовещание, издательское дело и мода. Такие индустрии, как спорт, НИОКР, искусства и прочее, — уникальны.

В настоящее время существует перечень ООН, который является наиболее полным и конкретным, но при этом каждая страна вправе дополнить или видоизменить данный список. Например, в Великобритании к творческим индустриям не относят туризм и научно-техническую деятельность, а в Таиланде наравне с международно признанными отраслями креативными считаются народная медицина и традиционная кухня¹. В Италии культурные и креативные индустрии включают также виноделие и пищевую промышленность, развлекательные услуги, оказываемые дискотеками и ночными клубами, в то время как другие страны ЕС не учитывают данные категории в своей статистике креативных товаров и услуг. Аналогичным образом в одних странах ЕС (Дания, Финляндия, Испания, Литва) зоопарки и ботанические сады относятся к креативному сектору экономики, в других — нет. Все эти разночтения вносят определенные сложности в статистический анализ креативных индустрий и выстраивание согласованной экономической политики.

Большинство специалистов видят верным такой базовый перечень отраслей креативных индустрий: мода, дизайн, отдельные ниши туризма, архитектура, реклама, исполнительские искусства, изобразительные искусства, сфера развлечений, теле- и радиовещание, киноиндустрия и мультипликация, музыкальная деятельность, литература и издательское дело, декоративное искусство и ремесла [15].

С 2015 г. ООН все больше признает и укрепляет тезис о высокой динамичности креативных индустрий (по данным ЮНКТАД, за 13 лет объем рынка креативной продукции увеличился более чем в 2 раза). В среднем, согласно мировой статистике, вклад креативных индустрий в ВВП оценивается в 6,6%, а в развитых странах — до 12%².

Креативный сектор составляет значительную долю экономики ЕС (более 4% ВВП) и обеспечивает качественные рабочие места (6,7 млн рабочих мест) специально для молодежи. С 2008 г. количество предприятий креативного сектора росло на 4,3%

¹ Влияние креативных индустрий на экономику России (<https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv>).

² Креативный локомотив (<https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/21/814145-kreativnii-lokomotiv>).

ежегодно, и теперь они составляют не менее 10% сектора услуг в большинстве стран ЕС³.

В Великобритании креативные индустрии внесли в экономику более 111,7 млрд фунтов стерлингов в 2018 г., что эквивалентно 306 млн фунтов стерлингов каждый день. Это на 7,4% больше, чем в 2017 г., и, таким образом, рост в секторе более чем в 5 раз превышает рост экономики Великобритании в целом, который увеличился на 1,4%⁴.

За пределами Великобритании, такие страны, как Франция и Германия, также переживают взлет креативной экономики. Притом что валовая добавленная стоимость этих стран равна 35 млрд и 49 млрд евро соответственно, а вклад креативных индустрий в нефинансовые секторы экономики в среднем составляет 3,65%. В Италии предприятия, которые с 2012 по 2015 г. приняли решение инвестировать в творческие проекты, увеличили свой оборот на 3,2%, что дополнительно подтверждает значимость креативного сектора. Такие инвестиции также оказали положительное воздействие на уровень занятости в культурной индустрии, что привело к созданию рабочих мест для 1,4 млн чел. (5,9% населения). Если взглянуть на остальную часть Европы, то при помощи берлинских стартапов было создано приблизительно 100 000 рабочих мест, и многие из них в креативных секторах. В Голландии добавленная стоимость, полученная в результате работы амстердамской креативной индустрии, составила 4,3 млрд евро — вклад 40 312 предприятий. Рим, Стокгольм, Мадрид и Будапешт также могут похвастать центрами креативной мысли, из чего следует вывод: креативная экономика является ключевым компонентом экономического развития на обширной территории⁵.

Сектор креативной экономики в России, по различным подсчетам, составляет от 3%⁶ до 4,37%⁷ ВВП. Оборот российских креативных индустрий в течение последних четырех лет ежегодно растет:

³ Creative Europe. Monitoring report 2018 (<https://catalogus.boekman.nl/pub/P19—0458.pdf>).

⁴ UK's Creative Industries contributes almost £13 million to the UK economy every hour (<https://www.gov.uk/government/news/uks-creative-industries-contributes-almost-13-million-to-the-uk-economy-every-hour>).

⁵ Think creative (https://canon.a.bigcontent.io/v1/static/636899603128963291MK_think_guides_03_ru).

⁶ Творчество как товар. Как развивается креативная экономика в России? (<https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/>).

⁷ АСИ оценило вклад креативных индустрий в экономику Якутии (<https://www.sakha.gov.ru/news/frontview/id/3239123>).

в 2017 г. — на 6%, в 2018-м — на 15%, в 2019-м — на 9%. По оценкам Центра стратегических разработок, к 2024 г. доля креативной экономики в ВВП страны может достичь 8,5%, а к 2035 г. — 10%.

Креативные индустрии позволяют регионам усилить производственный потенциал, туризм, малое и среднее предпринимательство, повысить уровень занятости, особенно среди молодежи, женщин и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В новой цифровой экономике нематериальные ценности все больше определяют материальную составляющую, поскольку потребители ищут нетривиальные технологии и модели. Способность создавать социальный опыт и создание креативных сетей в настоящее время являются фактором конкурентоспособности.

Е. Р. Метелева выделила следующие преимущества творческих индустрий как инструмента социально-экономического развития [7]:

1. Результат творческой деятельности может быть рассмотрен и как продукт (услуга) для резидентов и жителей территории и в качестве экспортного товара.

2. Креативные индустрии обладают мультипликатором занятости и способствуют росту рабочих мест не только в творческих отраслях, но и сфере услуг.

3. Производительность труда в творческой деятельности достаточно стабильна, что дает преимущество в периоды кризисов и спадов экономической активности.

4. При развитии культурных индустрий проявляется эффект масштаба, эффект локализации (как следствие, концентрация большего количества ресурсов) и эффект урбанизации (облагораживание инфраструктуры и иных сопутствующих сфер жизни).

Развитие креативных индустрий в регионах создает точки роста для экономики, исходя из территориальных и исторических особенностей, уникальных компетенций и отраслевой специфики.

Развитие креативных индустрий влияет на экономическую и социально-культурную сферы жизнедеятельности в регионах и городах.

В первую очередь стоит отметить трансформацию городской среды. Креативные индустрии не только способствуют увеличению заинтересованности и вовлеченности в искусство, но и позволяют возрождать и популяризировать культурные традиции населения территории. Развитие творческих индустрий в городе подразумевает создание площадок для взаимодействия, обустройства

мест для работы и коммуникации, формирование атмосферы творчества.

Во-вторых, сложно оспорить тот факт, что культурным институтам необходимо перенимать черты и механизмы, используемые в коммерции, для поддержания конкурентоспособности, при неизменной поддержке региональных властей. Взаимодействие творчества и бизнеса открывает возможности изменения имиджа территории или предприятий и (или) объектов, определения уникальных ресурсов, принадлежащих отдельным учреждениям культуры.

Третьим весомым аргументом, характеризующим роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии территории, является тот факт, что креативная экономика выступает в качестве импульса к инновационному развитию, так как стимулирует экономику знаний, создающую конкуренцию сырьевому сектору.

При развитии креативных индустрий в регионах, где данное направление становится приоритетом, гарантированы следующие эффекты: новые рабочие места, возможность закладывать долгосрочные цели, уменьшение зависимости от мировых изменений цен, связанных, например, с добычей полезных ископаемых.

Таким образом, креативные индустрии задают новую парадигму развития регионального и местного уровней с осознанием и опорой на то, что создание хороших условий (инфраструктурных, социальных, экономических и т. д.) для привлечения творческих людей и предприятий становится не менее важным, чем создание рабочих мест в традиционных отраслях. Суть этих изменений касается различий, существующих между путями развития городов и регионов в условиях традиционной и новой экономики.

Креативная экономика является стратегическим ресурсом инновационного территориального развития, способствуя не только созданию качественно лучших социальных условий, но и возрастанию конкурентоспособности. Ресурсное восприятие и использование культурных объектов ведет к развитию креативности, улучшению социально-культурной атмосферы и экономическому росту территории за счет прибыли от учреждений сферы культуры, увеличения процента занятости населения, снижения уровня безработицы и увеличения благосостояния жителей данного региона вследствие развития транспортного, пищевого, туристического и других сопутствующих сфере культуры и креатива сегментов.

Практическим результатом данного исследования является оценка вклада креативных индустрий в экономику города Севастополя. В рамках исследования были рассмотрены показатели сферы финансов, предпринимательства и занятости. Для сбора информации использовались базы данных Росстата и Международной информационной группы.

Организации, включенные в анализ, должны быть действующими на период 2019 г., вести экономическую деятельность и не находиться в состоянии банкротства или ликвидации.

Рассматривались следующие группы данных:

- численность организаций (юридические лица и индивидуальные предприниматели);
- среднесписочная численность работников;
- годовая выручка;
- расходы на оплату труда.

Были собраны прочие данные: размер ВРП по всем регионам РФ; среднесписочная численность работников организаций (по ОКВЭД 2) по всем муниципалитетам.

По итогам оценки вклада креативных индустрий в экономику Севастополя получены следующие результаты:

— 2,8 тыс. организаций задействованы в креативных индустриях региона, что составляет 10,1 % всех организаций региона;

— среднесписочная численность работников организаций креативных индустрий региона — 3,3 тыс. чел., или 4,4 % всей численности сотрудников региона;

— выручка организаций креативных индустрий региона — 5,5 млрд руб., или 4,3 % суммарной выручки всех организаций региона.

Был составлен рейтинг организаций, осуществляющих деятельность по кодам ОКВЭД, относящимся к креативным индустриям по показателям, выбранным для оценки (см. таблицу ниже).

Согласно общей оценке потенциала развития креативных индустрий 85 регионов РФ на основе синтетической классификации, составленной при совместной работе с аналитической группой Центра городских компетенций Агентства стратегических инициатив, город Севастополь находится на уровне ниже среднего:

— по среднесписочной численности сотрудников креативных индустрий Севастополь занимает 61-е место;

— по общей выручке креативных индустрий — 67-е место;

— по количеству организаций, осуществляющих деятельность в рамках креативных индустрий, — 60-е место.

При этом, по приближенной оценке вклада креативных индустрий в ВРП, Севастополь занимает 10-е место в рейтинге субъектов РФ, что объясняется высоким уровнем занятости на предприятиях, осуществляющих деятельность в области разработки компьютерного программного обеспечения, консультационных услуг и других сопутствующих услуг в данной сфере; деятельности в области архитектуры и инженерно-технического

Рейтинг организаций креативных индустрий по показателям исследования в Севастополе

	Топ-3 ОКВЭД региона по количеству организаций		Топ-3 ОКВЭД региона по среднесписочной численности сотрудников		Топ-3 ОКВЭД региона по суммарной выручке	
1	Разработка программного компьютерного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги (ОКВЭД 62)	566	Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях (ОКВЭД 71.1)	1312	Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях (ОКВЭД 71.1)	2515
2	Деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях (ОКВЭД 71.1)	428	Разработка программного компьютерного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги (ОКВЭД 62)	1045	Разработка программного компьютерного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги (ОКВЭД 62)	1453
3	Образование дополнительное (ОКВЭД 58)	391	Деятельность рекламная (ОКВЭД 73.1)	203	Деятельность в области информационных технологий (ОКВЭД 63)	332

Примечание: составлено авторами на основе проведенного исследования.

проектирования, технических испытаний, исследований и анализа. Данные предприятия составляют 33 % общего числа организаций, представляющих креативные индустрии города Севастополь.

Помимо указанных видов деятельности в Севастополе перспективным направлением является событийность, которую возможно развивать на базе креативных кластеров и пространств. Успешным примером реализации данных возможностей выступает проект «Театральная улица» — единственное в Крыму и Севастополе открытое креативное пространство. В 2019 г. в Артбухте были установлены объекты благоустройства, формирующие собой уникальный оборудованный сценический комплекс. За несколько месяцев функционирования проекта прошло более 150 бесплатных мероприятий (концертов, спектаклей, фестивалей, конкурсов, выставок, мастер-классов, лекций, кастингов и т. п.), которые посетили более 15 тыс. зрителей.

Кроме того, для Севастополя еще одним перспективным решением выступает создание гибридного креативного винного кластера с учетом формирования дизайна социокультурной среды. Специализация кластера — создание творческого имиджа города. В основе проектирования винного кластера лежат локальное мастер-планирование и формирование визуального кода пространств и продукции. Подобные решения позволят развивать туристическое направление в регионе, что будет способствовать дальнейшему увеличению креативной интенсивности местных предприятий вне креативных индустрий. А наращивание креативного капитала, в свою очередь, будет стимулировать социально-экономическое развитие города.

Одним из основных выводов исследования является тезис о том, что у Севастополя, как и у большинства регионов РФ, имеется огромный потенциал развития креативных индустрий, сдерживаемый рядом причин [4]:

- недостаточное финансирование креативных отраслей экономики;
- превалирование иностранных компаний на лицензионном рынке;
- неразвитость профильных программ в сфере образования;
- диспропорции в структуре занятости и положении самозанятых в сфере креативных отраслей;
- креативность населения располагается в теневом секторе, не созданы условия для того, чтобы она концентрировалась и капитализировалась;
- отсутствие экономических параметров для разработки и мониторинга эффективности государственных стратегий развития креативной экономики и финансовой поддержки.

дарственных стратегий развития креативной экономики и финансовой поддержки.

Для развития креативных индустрий большое значение имеет создание инфраструктуры — креативных кластеров и бизнес-инкубаторов. Развитие креативных индустрий тесно связано с креативным классом, концентрацией «креативной массы», для чего необходимо создавать особое пространство и инфраструктуру. В Севастополе, например, объявлено о создании молодежного арт-кластера и центра современного искусства в пустыющей промзоне¹, а также открытая на базе Севастопольского государственного университета «Точка кипения» позволяет аккумулировать инициативы молодежи и представителей креативных индустрий².

Выстраивая государственную политику в сфере креативных индустрий, следует обратить внимание на сферу образования и развитие креативности как важного элемента человеческого капитала. О том, что развитие креативной экономики связано с качеством человеческого капитала, писал автор термина «креативный класс» Р. Флорида, призывая государства развивать его: «Креативность предполагает определенные типы мышления и характера, которые необходимо культивировать как на индивидуальном уровне, так и в обществе, окружающем человека» [14].

Еще одним проблемным полем в развитии креативного сектора является защита авторского права и интеллектуальной собственности, без нее невозможно нарастить экспорт креативной продукции. В России для многих сегментов этот процесс не отлажен.

Стратегически важным вопросом в области креативной экономики выступает развитие малого и среднего бизнеса. В США доля малого бизнеса в этом секторе достигает 50—60%, в Китае — 55%, в Европе — 70%, в Канаде — 90%, а в России — только 15—20%. Представители творческих индустрий столкнулись с серьезными барьерами получения субсидий и других льгот даже в период коронакризиса. Наиболее эффективными вариантами базовых мер поддержки являются: предоставление налоговых преференций и льготных кредитов, офисных и производственных помещений в аренду по низким ставкам.

¹ Представители креативной индустрии Севастополя примут участие в онлайн-митапе (<https://sevastopolmedia.ru/news/964368/>).

² В Севастопольском госуниверситете открыта «Точка кипения» (<https://ntinews.ru/news/regiony/tochka-kipeniya-sevgu-predstoit-stat-tochkoy-kipeniya-trety-stolitsy.html>).

Регионы России обладают большим, но в недостаточной степени реализованным потенциалом развития креативной экономики. Мировые исследования подчеркивают важность вклада креативных индустрий в социально-экономическое развитие территорий: этот сектор способен генерировать от 7 до 10% ВВП, обеспечивать рабочими местами до 8% активного населения

и ежегодно растет в 3—5 раз быстрее остальных секторов экономики. Развитая экосистема креативных индустрий активизирует инновационную активность предприятий; создает условия для формирования и развития предпринимательских и креативных навыков; привлекает перспективных молодых специалистов, туристов и инновационные компании.

Список литературы

1. Бокова А. В. Креативные индустрии: административный и научный подходы к определению понятия // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 389. С. 98—101.
2. Буката Дж. Ф., Сидорня А. А. Теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий // Молодой исследователь Дона. 2018. № 2 (11). С. 155—161.
3. Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 38—48.
4. Жаров Е. К., Патласов О. Ю. Оценка потенциала развития креативного сектора экономики России // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 3 (29). С. 190—198.
5. Каменских М. А. Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 8. С. 62—68.
6. Макаров Т. Г. Понятие творчества в психологии и юриспруденции // Ученые записки Казанского университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2018. № 2. С. 302—306.
7. Метелева Е. Р. Оценка социально-экономического эффекта от развития городских кластеров креативных и культурных индустрий // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. Региональная и отраслевая экономика. 2011. № 3. С. 26—43.
8. Пономаренко А. А. Концептуальные основания креативных индустрий // E-Scio. 2020. № 3 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-osnovaniya-kreativnyh-industriy> (дата обращения 29.02.2021).
9. Рожкова С. В. Сравнительный анализ понятий «креативность» и «творчество» // Гаудеамус. 2018. № 1 (35). С. 85—87.
10. Соловьев М. С., Латкин В. В. Креативные индустрии как сектор культуры // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2017. № 5. С. 10—12.
11. Суминова Т. Н. Творческие/креативные индустрии как вариант модернизации сферы культуры и искусства // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 3 (47). С. 30—36.
12. Шишкина Л. И. Креативность и творчество: соотношение понятий // Управленческое консультирование. 2015. № 4 (76). С. 176—182.
13. Федотова Н. Г. Креативные индустрии (Creative industries): теория и практика // Культурное обозрение: информ.-аналит. сб. № 4. Великий Новгород, 2012. С. 51—72.
14. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2007. 421 с.
15. Moore L. Cultural and Creative Industries Concept — A Historical Perspective // Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2014. Vol. 110. P. 738—746.
16. Potts J., Cunningham S. Four models of the creative industries // International Journal of Cultural Policy. 2008. Vol. 14 (3). P. 233—249.

Сведения об авторах

Гамбеева Юлия Николаевна — старший преподаватель кафедры управления филиала МГУ им. М. В. Ломоносова в Севастополе, Севастополь, Россия. jgambeeva@bk.ru

Смей Вероника Максимовна — студентка 4-го курса филиала МГУ им. М. В. Ломоносова в Севастополе, Севастополь, Россия. smeynika@gmail.com

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2021. № 6 (452). Economic Sciences. Iss. 73. Pp. 89—96.

THE ROLE OF CREATIVE INDUSTRIES IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TERRITORY

Yu. N. Gambeeva

Lomonosov Moscow State University, Branch in Sevastopol, Sevastopol, Russia, jgambeeva@bk.ru

V. M. Smey

Lomonosov Moscow State University, Branch in Sevastopol, Sevastopol, Russia, smeynika@gmail.com

Interest in studying the potential of creative industries in the context of socio-economic development of territories is growing nowadays. The trend is explained by the mention of the creative economy as an innovative economy, which is based on the introduction of new technologies and the launch of the intellectual and creative potential of society. An innovative, non-resource-based economy is a new dominant development paradigm for post-industrial countries, based not only on the economy of technical achievements, but also on the economy of creativity, creativity itself and knowledge. The purpose of the study is to substantiate the main approaches to the definition of creative industries and their role in the socio-economic development of territories. The article analyzes the contribution of creative industries to the economy of the Sevastopol. The study found that for the city's economy, as well as for the Russian economy as a whole, this is a new and still insufficiently studied sector with a relatively high potential.

Keywords: *creative economy, creative industries, creative class, cultural industries, creative industries, socio-economic development.*

References

1. Bokova A. V. (2014) *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 389, pp. 98—101 [in Russ.].
2. Bukata Dzh. F., Sidornya A. A. (2018) *Molodoy issledovatel' Dona*, no. 2 (11), pp. 155—161 [in Russ.].
3. Veynmeyster A. V., Ivanova Yu. V. (2017) *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury*, no. 1 (26), pp. 38—48 [in Russ.].
4. Zharov Ye. K., Patlasov O. Yu. (2017) *Nauka o cheloveke: gumanitarnyye issledovaniya*, no. 3 (29), pp. 190—198 [in Russ.].
5. Kamenskikh M. A. (2014) *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, no. 8, pp. 62—68 [in Russ.].
6. Makarov T. G. (2018) *Uchenyye zapiski Kazanskogo universiteta*, no. 2, pp. 302—306 [in Russ.].
7. Meteleva Ye. R. (2011) *ETAP: ekonomicheskaya teoriya, analiz, praktika. Regional'naya i otraslevaya ekonomika*, no. 3, pp. 26—43 [in Russ.].
8. Ponomarenko A. A. (2020) *E-Scio*, no. 3 (42) [in Russ.].
9. Rozhkova S. V. (2018) *Gaudeamus*, no. 1 (35), pp. 85—87 [in Russ.].
10. Solov'yev M. S., Latkin V. V. (2017) *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i yestestvennykh nauk*, no. 5, pp. 10—12 [in Russ.].
11. Suminova T. N. (2012) *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, no. 3 (47), pp. 30—36 [in Russ.].
12. Shishkina L. I. (2015) *Upravlencheskoye konsul'tirovaniye*, no. 4 (76), pp. 176—182 [in Russ.].
13. Fedotova N. G. (2012) *Kul'turnoye obozreniye*, no. 4, pp. 51—72 [in Russ.].
14. Florida P. (2007) *Kreativnyy klacc: lyudi, kotoryye menyayut budushcheye* [Creative class: people who change the future]. Moscow, Classic-XXI. 421 p. [in Russ.].
15. Moore L. (2014) *Procedia — Social and Behavioral Sciences*, vol. 110, pp. 738—746.
16. Potts J., Cunningham S. (2008) *International Journal of Cultural Policy*, vol. 14 (3), pp. 233—249.