



DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9>

UDC 336.1
LBC 65.053



Submitted: 08.10.2021
Accepted: 22.10.2021

CREATIVE INDUSTRIES: NEW CAPABILITIES FOR THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN CITIES AND REGIONS

Elena G. Gushchina

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Elena V. Tarabanova

Volgograd State Technical University, Volgograd, Russian Federation

Abstract. A modern stage of scientific and technological transformation as well as global digitalization, growing value of intangible assets and intellectual property determine the development of creative industries as the most relevant sector of economics and society, which directly affects all of the man-induced branches. The article researches theoretical aspects of the creative industries' formation, provides statistical data and their development indices, analyses the structure of the world market of creative industries and institutional highlights of the Russian creative segment. As a scientific result, it was concluded that a huge potential of the sphere of creative industries still remains and serves as a driver of economic development of Russia. However, all of the above-mentioned requires the institutional support and the set of measures to form a proper infrastructure for the development of the creative industries especially in Russian cities and regions. As the development of megalopolises currently remains the basic trend of creative branches in the global economy it is obviously necessary to estimate this economic sector more precisely and to look for more opportunities of integration of the Russian market segment into the global emerging creative industries' markets. It is also significant to take the effects of the ongoing coronavirus pandemic on the development of creative industries into consideration.

Key words: creative economy, creative industries' market, social resource, innovative technologies, creative cities and regions.

Citation. Gushchina E.G., Tarabanova E.V. Creative Industries: New Capabilities for the Development of Russian Cities and Regions. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika* [Journal of Volgograd State University. Economics], 2022, vol. 24, no. 1, pp. 91-104. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9>

УДК 336.1
ББК 65.053

Дата поступления статьи: 08.10.2021
Дата принятия статьи: 22.10.2021

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ И РЕГИОНОВ

Елена Геннадьевна Гущина

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Елена Валерьевна Тарабанова

Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Современный этап научно-технологической трансформации и всеобщей цифровизации, возрастания значения нематериальных активов и интеллектуальной собственности детерминирует развитие креативных индустрий как важнейшего сектора экономики и общества, оказывающего непосредственное воздействие на все сферы человеческой деятельности. В статье исследуются теоретические аспекты формирования креативных индустрий, приводятся статистические данные и показатели их развития, анализируются структура мирового рынка творческих индустрий и институциональные особенности российского креативного сегмента. В качестве научного результата сделан вывод о том, что по-прежнему сохраняется огромный

потенциал сферы креативных индустрий как драйвера экономического развития России, ее городов и регионов. Это требует институциональной поддержки и разработки комплекса мер по формированию инфраструктуры творческих индустрий. Поскольку креативные отрасли в современной мировой экономике остаются базовым трендом развития мегаполисов, то очевидна необходимость более точной оценки этого сектора, поиска возможности интеграции российского рыночного сегмента в глобальные растущие рынки творческих индустрий и учета влияния на их развитие продолжающейся во всем мире пандемии коронавируса.

Ключевые слова: креативная экономика, рынок креативных индустрий, социальный ресурс, инновационные технологии, креативные города и регионы.

Цитирование. Гуцина Е. Г., Тарабанова Е. В. Креативные индустрии: новые возможности для развития российских городов и регионов // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2022. – Т. 24, № 1. – С. 91–104. – DOI: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2022.1.9>

Введение

Мы живем в эпоху стремительного цифрового прорыва, дающего импульс развитию самых разнообразных сфер экономики (включая области творческой деятельности), таких как разработка видео- и компьютерных игр, широкий спектр программных продуктов, продукты виртуальной и дополненной реальности, туризм и сервис, образование и научные разработки, музыка и литература, театральное и изобразительное искусство, мода и косметология, маркетинг и реклама, телевидение и радио, архитектура и дизайн, кинематография и анимация и многое другое, прямо или косвенно связанное с креативными индустриями.

С одной стороны, в рамках социокультурного пространства креативные индустрии выступают как новый вектор развития культуры, где объединяющим началом является творческий компонент, при активном использовании инновационных технологий и научных открытий. С другой стороны, креативные индустрии становятся значимым драйвером экономического роста, поскольку их капитализация, несмотря на связанную с текущей пандемией COVID-19 ситуацию, растет во всем мире и в рамках индустрии создаются новые рабочие места, как в развитых, так и в развивающихся странах.

Актуальность исследования формирования креативных индустрий связана с необходимостью более глубокого изучения относительно нового и перспективного сектора экономики – креативной экономики, или экономики знаний – ориентированного на развитие творческих и нестандартных форм занятости, производство благ и удовлетво-

ние меняющегося характера потребительских предпочтений в сфере культуры и искусства с привлечением инновационных, информационных и облачных технологий и сетевой коммуникации.

Теоретические предпосылки формирования креативных индустрий

Феномен креативных индустрий вызывает огромный интерес у исследователей, поскольку является одним из наиболее динамично и в то же время неоднозначно развивающихся направлений не только современного социокультурного пространства, но и предпринимательской деятельности. Не удивительно, что словосочетание «креативные индустрии» содержит целый ряд коннотаций – начиная с экономических и заканчивая социокультурными.

Креативная экономика представляет собой более емкий термин, под которым следует понимать новый вид экономики, существенным образом отличающийся от традиционной тем, что процесс производства строится не на традиционных видах ресурсов, а ценность продукта возрастает за счет воображения и креативности его создателя. Креативную экономику можно рассматривать как экономику, в которой действуют экономические агенты, создающие культурные, художественные, инновационные товары и услуги. При этом для создания своих продуктов им не нужны производственные фонды, они могут их создавать в городских, культурных пространствах, где можно показать свои работы и обмениваться идеями. Креативная экономика характеризуется с точки зрения креативного подхода, в основе которого лежит проектное мышление,

креативное воображение (моделирование), практическая направленность.

Понятие «креативная экономика» было введено журналом *Business Week* в августе 2000 г. [Хезмондалш, 2014]. Однако термин «культурная индустрия» как таковой появился еще в середине XX в. в работе немецких философов Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика просвещения». Они охарактеризовали данную сферу деятельности как «разновидность товара, у которого есть производитель и потребитель. В качестве потребителя выступают массы, которые посредством стандартизированного искусства являются объектом манипулирования в капиталистическом обществе» [Криштаносов, 2016, с. 35]. Ученые подвергли критике массовое тиражирование произведений искусства и культуры. По их мнению, «культура» и «индустрия» должны были быть противниками, но при капиталистической демократии слились воедино.

На рубеже XX–XXI вв. место и роль культурных индустрий в общественной жизни существенно трансформировались. Рост творчества в различных сферах жизни во всем мире имел преимущественно экономическую этиологию. Дефицит материальных ресурсов привел к поиску новых видов и форм деятельности и организации. Креативность, не имеющая материального измерения, стала определяющим фактором развития. Это и послужило толчком к более глубоким теоретическим исследованиям данной сферы в контексте поиска. В 1973 г. классик теории индустриального общества Д. Белл отметил, что теоретическое знание становится все более важным фактором в экономике, что подтверждается формированием целого класса работников познания, состоящего преимущественно из ученых и инженеров [Белл, 1999].

Каноническое определение понятия «креативные индустрии», которым пользуется сегодня большинство исследователей, дал в 1998 г. Департамент культуры, медиа и спорта правительства Великобритании: «Это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [Криштаносов, 2016, с. 36].

В целом можно говорить о том, что соединение понятий «культура» и «индустрия» произошло уже в тот момент, когда появились новые технические средства, позволяющие тиражировать произведения искусства (фотография, репродукция, звукозапись и т. д.). С одной стороны, индустрия делала производство доступным широкому кругу людей, с другой – обращала его в предмет массового потребления и коммерческой эксплуатации.

Современная концепция креативной индустрии формируется на базе междисциплинарных исследований М. Портера, Р. Кэйвса, Р. Флориды, Ч. Лэндри, Д. Тросби, Ст. Каннингхама, Т. Флю, Дж. Хоукинса, Д. Хезмондалша, Н. Гарнхэма, Дж. Хартли, Дж. О'Конара и др. [Червакова, 2019; Хезмондалш, 2014; Флорида, 2007]. Из отечественных ученых, обратившихся к этой сфере, следует отметить Е.В. Зеленцову, Н. Гладких, а также Н.Ю. Замятину, В.М. Гнедовского, А. Пилясова, В.В. Криштаносова А.Я. Флиера, С.Г. Галаганову как сторонников идей Хоркхаймера и Адорно [Галаганова, 2014; Gushchina, 2017; Криштаносов, 2016]. Активная разработка концепции креативной индустрии во многом связана с постепенным осознанием на политическом уровне роли культурного капитала в экономическом росте, с возрастанием внимания социологов и философов к проблеме «дифференциации» сфер культуры и экономики [Замятина, 2013].

В России к теме креативных индустрий обратились относительно недавно. Возможно, с этим и связано отставание в развитии отечественного рынка. Впервые понятие «творческие индустрии» зафиксировано в государственном документе «Основы государственной культурной политики» в 2014 г.: «Творческие индустрии – компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельности по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке» [Левина, 2019, с. 180].

Креативные индустрии в России часто переводят как «творческие индустрии», стараясь таким образом «укоренить» это понятие в русском языке. Анна Бокова в своей диссертации, например, пишет о том, что творческие индустрии «по своей сути представ-

ляют сложные сетевые структуры, которые, с одной стороны, создают условия для эффективной деятельности творческой организации, с другой стороны, фиксируют индустриальный потенциал. Сетевой подход позволяет увидеть целостную картину структуры креативной индустрии в ее деталях и дает представление о том, какие части этой структуры реализуются на той или иной территории, и в связи с этим создает условие для формирования эффективной культурной политики и развития городской среды» [Бокова, 2019, с. 7].

Таким образом, проблематика, выдвинутая Хоркхаймером и Адорно, стала основанием для дальнейшего осмысления явления культурных индустрий специалистами разных областей – экономики, философии, социологии, культурологии, искусствоведения, психологии, политологии, менеджмента, урбанистики, расширила границы изучения данного феномена, что позволяет сделать вывод о двух взаимно конкурирующих теоретических подходах в определении роли креативных индустрий для общества.

Следует также отметить, что, несмотря на несколько замедленное развитие отечественного креативного рынка, в России наблюдается более углубленный теоретический подход к изучению данного феномена. Это может в будущем способствовать разработке и внедрению новых технологий, а также более планомерному и эффективно-му развитию данного сектора экономики во всех регионах страны.

Структура мирового рынка творческих индустрий и институциональные особенности российского креативного сегмента

Особенностью креативных индустрий является отсутствие необходимости привязки к определенной локации, не имеющей принципиального значения в условиях цифровизации, отвечающей за быстрый доступ к средствам креативного производства, использования аддитивных технологий и искусственного интеллекта. Это ориентирует создателей креативного контента на производство товаров и услуг преимущественно для международного рынка. При этом, по мнению экспертов,

вклад креативных индустрий в экономику страны у различных государств отличается.

Сегодня негласным лидером в креативной экономике считается Великобритания (судя по количеству людей и компаний, занятых в креативной сфере, госнаправленности в экономике, существенной прибыли от креативных продуктов), которая разработала и продолжает разрабатывать правовую базу, стратегические и политические документы развития национальной экономики через экономическое, культурное и социальное взаимодействие.

По оценкам исследователей ВШЭ, валовая добавленная стоимость сектора креативной экономики в экономике РФ в 2019 г. достигла почти 2,4 трлн руб. (104,6 млрд долларов США по паритету покупательной способности – ППС), или 2,4 % ВВП [Петрова и др.]. В Германии, Нидерландах и Великобритании цифры чуть выше – 3 %, в США и Италии – в районе 7 %, а самый высокий прирост наблюдался в Индонезии – 9 %. В целом ежегодный прирост данного сектора в мире составляет порядка 8 % [Freeman, 2012].

На данный момент не установлена четкая классификация секторов креативных индустрий, так как пока не существует единого перечня деятельностей, входящих в структуру данной отрасли. Согласно исследованиям Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации, на сегодняшний день выделяют два подхода (см. табл. 1), определяющих структуру отрасли креативных индустрий.

Исходя из таблицы 1, можно сделать вывод о том, что в США классификация отраслевых рынков креативных индустрий представлена более обширно и ориентирована на так называемого общего потребителя, в то время как английский рынок делает упор на продвижение и коммерциализацию таких элитарных и творчески индивидуальных отраслей, как, например, изобразительное искусство и антиквариат, музеи и наследие, живая и записанная музыка, что позволяет в некоторой степени формировать вкус покупателя, что впоследствии способно развивать творческий потенциал общества.

Агентство стратегических инициатив рассматривало в своем исследовании более 30 видов деятельности, которые основываются

ся на интеллектуальном труде и авторском праве. Соответственно, нельзя четко назвать размер креативной экономики. В России это прослеживается особенно, так как в стране пока не существует конкретного государственного института, который занимается разработкой программы и определяет политику развития креативной экономики, в отличие от западных стран (США, Франция, Испания, Великобритания и др.), где были созданы специальные ведомства, осуществляющие политику привлечения инвестиций в развитие различных креативных отраслей, в чем увидели возможность для устойчивого развития экономики [Креативные индустрии России ...].

В настоящее время существуют три крупнейших сегмента мирового рынка креативной индустрии: Азиатско-Тихоокеанский (АТР), Европейский, Североамериканский. АТР – крупнейший в мире рынок креативной индустрии с максимальной концентрацией потребителей, высочайшим спросом на газеты и видеоигры, «дом» для ряда лидеров креативной индустрии. Индийская книжная индустрия – 10-й по величине книжный рынок в мире с самыми высокими темпами роста доходов от продаж книг. Начатое в Сеуле в 1990-е гг. стимулирование развития ИКТ и медийных технологий привело сегодня город к вершине списка самых технологичных в мире. Колоссальные инвестиции в киберспорт сделали город лидером экспорта в этой сфере.

Европейский рынок креативной индустрии базируется на уникальной концентрации организаций, связанных с историческим наследием, искусством и модой. Например, 7 из 10 самых посещаемых музеев мира являются европейскими [Благова, 2020; Левина, 2019].

Из 69 креативных городов 30 – европейские. Великобритания – лидер на арт-рынке (особенно в области современного искусства). Развитие рынка креативной индустрии в США и Канаде связано с рынком креативных сервисов и аудиовизуальных медиа – телевидения, кинопроизводства и радио (182, 28 и 21 млрд долл. США соответственно). Здесь сосредоточено наибольшее число потребителей цифрового культурного контента – 47 %, что больше, чем в Азии (25 %) и Европе (24 %) [Благова, 2020].

США выступает нетто-экспортером продукции креативных индустрий начиная с 2006 г., экспортируя в основном дизайнерскую продукцию, печатную и аудиовизуальную продукцию. Стратегия креативного экспорта США является стратегией «глокализации», так как состоит из продукции и услуг, адаптированных к зарубежным потребителям. Единая федеральная политика развития креативных и культурных индустрий в США отсутствует. Несмотря на это, в США в рамках креативных индустрий в 2019 г. было создано свыше 30 млн рабочих мест. Политика куль-

Таблица 1. Творческие виды деятельности в рамках английского и американского подходов

Table 1. Creative activities in the context of English and American approaches

Английский подход	Американский подход
– Музеи и наследие	– Moda и искусство
– Издательское дело	– Компьютерные игры
– Изобразительное искусство и антиквариат	– Ремесла
– Радио, интернет	– Исполнительское искусство
– Телевидение	– Архитектура
– Кино и видео	– Реклама
– Исполнительское искусство	– Игры и игрушки
– Живая и записанная музыка	– Кино
– Компьютерные игры	– Музыка
– Графический дизайн	– Дизайн
– Дизайн одежды, мебели	– Телевидение и радио
– Ремесла	– Программное обеспечение
– Архитектура	– Издательское дело
– Реклама	– НИОКР

Примечание. Составлено по: [Галаганова, 2014; Gushchina, 2017; Замятина, 2013].

турных индустрий разрабатывается и реализуется в США на уровне штатов и муниципалитетов, где осуществляются различные культурные инициативы и эксперименты, опыт которых анализируется учеными и практиками, занятыми в исследовании популярного в США движения «креативных городов». В США существуют два культурных сектора, принцип построения которых различается: некоммерческий, зависимый от политической конъюнктуры и частных пожертвований сектор искусств. Культурная политика на уровне штатов и муниципалитетов, реализуя культурную миссию, обеспечивает гомогенизацию общества, снижает проблему социального исключения. Второй сектор включает в себя коммерческие, ориентированные на международный уровень корпорации – «копирайт-индустрии», подчиненные потребительскому спросу.

Развитие креативных индустрий в скандинавских странах (Швеция, Дания, Финляндия) формировалось на базе шведской модели социального государства. Здесь акцентируется система профессионального образования, формирующего навыки практического использования креативных навыков в предпринимательстве; осуществляется развитие грантовой поддержки сферы культуры и искусства, стимулирование инноваций и инвестиций в творчество. Программы развития креативных индустрий утверждены в каждой стране: в Норвегии действует Innovation Norway [Infrastructure Priorities ... , 2019] – программа финансирования творческой экономики; в Финляндии разработана стратегия разработки для предпринимательства в секторе креативных индустрий, в Дании уделяется большое внимание образованию в сфере культуры и искусств.

В настоящее время среднегодовой доход креативных индустрий в странах АТР составляет 33 % рынка, или 743 млрд долл., в Европе – 32 %, или 709 млрд долл., в Северной Америке – 28 % рынка, или 620 млрд долларов. Выручку российской креативной индустрии можно примерно оценить в 127 млрд долл., что составляет 6 % рынка [Yushkova et al., 2019].

Особое богатство культурного наследия следует отметить в России. В отличие от международных практик, сектор креатив-

ной индустрии «Искусство и культура» (особенно в части культурного наследия) превосходит среднемировые показатели в пять раз [Creative Economy Outlook ...]. Как отмечают отдельные российские ученые, креативная индустрия имеет огромный социально-экономический потенциал для развития территорий [Галаганова, 2014; Yushkova et al., 2019]. Отрасли креативной индустрии обеспечивают приемлемые формы занятости, в том числе для лиц с ограниченными возможностями здоровья, позволяют находить дополнительные резервы для развития сельских территорий, моногородов путем развития отраслей области креативной индустрии «Культурное наследие».

Тем не менее, несмотря на вышеперечисленное разнообразие креативных областей, сегодня среди отечественных отраслей креативной индустрии первая строчка принадлежит сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг, вторая – рекламе и маркетингу, а тройку лидеров по доходности замыкает отрасль «Издательская деятельность» [Бокова, 2019].

В настоящее время в России наиболее интенсивно развивается экспорт услуг ИКТ. Данные об экспорте других креативных отраслей, включая продажи через зарубежные представительства российских компаний, представлены в таблице 2.

Объемы экспорта креативных услуг за последний год незначительно снизились за счет нестабильной экономической обстановки в условиях пандемии. Основной рост объема за весь этот период приходится на такие отрасли, как ИКТ, исследования и разработки и новые медиа. В период 2019–2020 гг. значительно вырос также экспорт креативных услуг, в то время как экспорт креативных товаров, наоборот, снизил свои позиции. В целом можно судить о планомерном росте общих объемов экспорта креативных индустрий.

На развитие креативной экономики оказывает влияние рост доли услуг в общем объеме выпуска, а также изменение требований к работникам со стороны работодателей. Сегодня работник должен быть инициативным, самостоятельно принимать решения, уметь нестандартно мыслить. Эти требования и способствуют появлению креативного продукта,

то есть продукта (услуги), в основе которого лежит уникальная инновационная идея. Подтверждением этому является рост количества таких объектов интеллектуальной собственности, как изобретения, базы данных, программное обеспечение. Как показали исследования, креативная индустрия вносит существенный вклад в экономику страны, и с каждым годом он будет только увеличиваться. Растет доля продуктов и услуг в общем объеме производства, созданного за счет интеллектуального капитала. Если учесть долю государства в строительстве цифровой экономики, то число занятых в креативных секторах будет только увеличиваться.

Креативные города как инновационные среды развития творческих индустрий

С развитием креативных индустрий в мире сформировалось понятие «креативный город». В 2018 г. на сессии «Новая экономика городов: креативный капитал и территориальное развитие» в рамках Сочинского экономического форума компания PwC и фонд Calvert 22 представили Индекс креативного капитала российских городов [Индекс ...]. Под креативным капиталом создатели Индекса понимают особенности социальной и культурной инфраструктуры, возможности инновационно-

креативного сектора и свойства институциональной среды, способствующие привлечению представителей креативных профессий и реализации их потенциала в экономическом разрезе в рамках отдельно взятого города. Предполагается, что индекс может стать основой для мониторинга креативной экономики в регионах России.

Пилотная версия индекса была разработана на базе девяти городов: Воронежа, Екатеринбурга, Казани, Краснодара, Москвы, Нижнего Новгорода, Новосибирска, Санкт-Петербурга и Тюмени. Для расчета использовались как данные опросов, так и общие показатели состояния экономики в регионах. Учитывались пять блоков: «город» (включает общие условия состояния среды, развития культуры, здравоохранения и образования); «люди» (социокультурная активность, открытость и терпимость, креативность горожан); «бизнес» (учитывает концентрацию предпринимателей в креативных индустриях и наличие инфраструктуры для их развития); «власть» (как поддержка бизнес-проектов, а также развития культуры); «бренды» (имидж города и наличие узнаваемых местных брендов).

В тройку лидеров по сумме баллов вошли Москва (75,4 балла), Санкт-Петербург (67,9 балла) и Казань (64,7 балла). Вклад Москвы и Санкт-Петербурга в ВРП составил

Таблица 2. Объемы российского экспорта креативных индустрий, млрд долл.

Table 2. The capacity of Russian export of creative industries, bln dollars

Отрасли	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Креативные товары	1,62	1,57	1,54
Художественные промыслы	0,02	0,01	0,01
Аудиовизуальные средства	0,12	0,12	0,11
Дизайн	0,5	0,53	0,53
Новые медиа	0,04	0,05	0,07
Исполнительское искусство	0,01	0,01	0,01
Издательская деятельность	0,85	0,79	0,75
Изобразительное искусство	0,08	0,06	0,06
Креативные услуги	6,4	7,04	6,89
Реклама, исследования рынков и опросы общественного мнения	3,25	3,51	3,55
Архитектурные, инженерные и прочие технические услуги	2,47	2,13	2,15
Исследования и разработки	0,37	1,16	0,92
Персональные, культурные и рекреационные услуги	0,31	0,24	0,27
Услуги ИКТ	4,22	4,98	5,21
Креативные индустрии, всего	12,24	13,59	13,64

Примечание. Составлено авторами по: [Благова, 2020; Влияние пандемии ... ; Креативные индустрии России ... ; Наука и инновации; Россия ...].

18,5 и 12,6 % соответственно. Однако по отдельным факторам зачастую лидируют регионы. Так, например, самое креативное население – в Краснодаре, а власти Казани наиболее открыты предложениям бизнеса из творческих отраслей [Yushkova et al., 2019].

Волгоградская область, несмотря на низкий вклад в ВРП и размер выручки (2 и 1,2 % соответственно), в 2021 г. заняла 6-е место по количеству организаций в креативных индустриях, а в пункте «терпимость» поднялась на 3-ю позицию по стране [Козлов]. Лидерами по выручке оказались такие сектора, как архитектура, производство текстильных изделий, разработка ПО. Хотя с точки зрения, например, того же классического туризма Волгоград удачно расположен географически (1000 км от Москвы на скоростном поезде, водная артерия в центре города), обладает благоприятным южным климатом, а также богатым культурно-историческим наследием в виде мемориального комплекса «Мамаев курган», музеев-заповедников «Сталинградская битва», «Старая Сарепта», а также оперного театра «Царицынская опера», Центрального концертного зала Волгоградской областной филармонии и многих других памятников культуры и искусства. Однако для формирования местного креативного класса необходимо развивать инфраструктуру и инвестировать средства в осуществление различных творческих проектов в регионе. Пока это происходит лишь по инициативе отдельных личностей (как, например, директора театра «Царицынская опера»), и, к сожалению, отсутствует единая региональная политика разработки стратегий развития креативных индустрий. Одним из шагов к решению данной проблемы может стать выстраивание и укрепление связей между бизнесом и властью.

В целом одной из главных задач креативных городов является создание инновационной среды, продукция или услуги которой могут внедряться в первую очередь на территории этого же города [Колесникова, 2019]. На долю креативных секторов экономики приходится 4,21 % от общего объема выручки всех российских организаций [В Москве создано ...]. Творческие индустрии способствуют трансформации городов в глобальные инновационные центры со ста-

бильными показателями роста благосостояния, увеличением числа рабочих мест, с грамотным распределением городских ресурсов.

Влияние пандемии на креативные индустрии

Вследствие коронавирусной пандемии сфера креативных индустрий оказалась одной из самых пострадавших. По данным UNESCO, к середине мая 2020 г. 86 % объектов культурного наследия и 90 % музеев в мире были закрыты. Прогнозируемые потери в этой сфере в России за период весна – лето 2020 г., по оценкам, превысят 120–150 млрд рублей. Игроки рынка находятся в ситуации высокой степени неопределенности и ожидают серьезных убытков до конца года [UNESCO ...].

Одна из основных причин столь высокого уровня потерь состоит в том, что сфера культуры и креативных индустрий отличается высокой степенью фрагментированности и значительной долей малого и среднего бизнеса, самозанятых и фрилансеров. Так, в Европе доля самозанятых в сфере культуры составляет 32 % (что почти в 3 раза выше, чем доля самозанятых в среднем по всем отраслям – 14 %). Доходы представителей индустрии редко являются фиксированными, в связи с чем их, как правило, трудно кредитовать. В условиях пандемии многие участники сферы оказались вовсе отрезаны от каких-либо источников финансирования. Отмена проектов, остановка съемок, перенос мероприятий и уход спонсоров могут привести не только к убыткам, но и к прекращению деятельности ряда игроков рынка. Так, по данным исследования Международного совета музеев (ICOM), 13 % музеев могут никогда не открыться снова [UNESCO ...].

В мае – июне 2020 г. разные страны начали постепенно открывать учреждения культуры, однако возврат в прежний режим работы не будет быстрым, а введенные требования на ограничение количества посетителей (не более 30–50 % от общей вместимости) не позволят быстро вернуться к прежним показателям по доходам. Так, например, в Австрии театры будут открыты с соблюдением

норм социального дистанцирования зрителей (не более 30 % от общей вместимости зала), а актеры не смогут исполнять любовные или боевые сцены, в которых расстояние между ними будет меньше метра. Во Франции были открыты небольшие музеи и библиотеки, но крупные культурные объекты и концертные площадки останутся закрытыми на неопределенное время [Новая нормальность ... , 2020].

Важными направлениями цифровизации станут, во-первых, работа с контентом, на основании которого необходимо создавать новые диджитал-продукты; во-вторых, работа с новой цифровой аудиторией, которую многим игрокам отрасли еще только предстоит исследовать. Рост цифровизации в сфере культуры и креативных индустрий также может привести к усилению уже существующего неравенства в доступе к объектам культуры и искусства. Так, например, исследование посещения жителями Великобритании музеев и галерей в десятилетней динамике демонстрирует, что рост пользователей цифровых музейных сервисов происходит в первую очередь за счет офлайн-посетителей, основная часть которых относится к группам с более высоким социальным статусом и культурным капиталом (престижное образование, высокодоходная профессия, определенный район проживания, принадлежность к доминирующей этнической группе) [Национальная программа ...]. Представители этой группы обладают и значительно более развитыми цифровыми навыками, что позволяет им активнее вовлекаться в новые культурные онлайн-форматы. Массовое использование культурно-досуговых онлайн-сервисов, несмотря на их относительно низкую стоимость, пока ограничено недостаточными цифровыми компетенциями представителей низших слоев общества. Таким образом, уже существующий разрыв только усиливается из-за использования цифровых технологий в сфере культуры. За время пандемии была переосмыслена роль культуры в обществе, что также в будущем способно повлиять на формирование структуры рынка в данной отрасли.

Оказавшись в «заточении» дома, люди обратились именно к культуре как к источнику восстановления душевного спокойствия и психологического равновесия. Многие продук-

ты культуры, такие как сериалы, для значительной части населения приобрели статус продуктов первой необходимости. Разумно предположить, что спрос на онлайн-контент будет расти и дальше, особенно среди пользователей в возрасте до 40 лет. Однако, как показала практика, в России, например, многие потребители пока не готовы за него платить.

После пандемии сфера креативных индустрий, как и другие сектора экономики, естественным образом претерпит изменения и в России. По данным Агентства инноваций города Москвы, в первую очередь ускорится цифровизация отрасли, особенно в традиционно «аналоговых» секторах, таких как театры, музеи и культурные центры [В Москве создано ...]. Несмотря на текущий спад, пандемия станет катализатором обновления культуры и креативных индустрий, ускорив наметившиеся тренды и открыв новые направления для развития. Если отдельные подотрасли, такие как кино, телевидение, дизайн, уже давно активно использовали современные технологии, то для других этот путь только начинается.

По данным экспертов, наиболее резкий рост произошел в сегменте онлайн-кинотеатров [Креативные индустрии России ...]. По данным НАФИ, 40 % россиян стали тратить больше времени на просмотр фильмов, сериалов и развлекательных передач. Приложения онлайн-кинотеатров впервые стали лидерами категории развлечения в App Store. КиноПоиск вошел в топ-10 приложений России (поднявшись на 150 позиций в рейтинге мобильных приложений), Premier – в топ-20 (плюс 250 позиций), Okko поднялся со 124-го до 31-го места [Креативные индустрии России ...]. Такой стремительный рост связан не только с повышением интереса к онлайн-развлечениям, но и с эффективной маркетинговой политикой провайдеров онлайн-сервисов, предложивших клиентам выгодные условия подписки. Очевидно, что льготные условия подписок не будут постоянными, поэтому в краткосрочной перспективе спрос на досуговые онлайн-сервисы снизится. Затруднительная финансовая ситуация, в которой оказались многие жители России, не позволит им в ближайшей перспективе продолжить пользоваться подпиской на новых платных условиях. Среди россиян сохранить подписку в онлайн-

кинотеатры планирует только 25 % опрошенных, 14 % – будут продолжать посещать онлайн-концерты или спектакли и еще меньше – онлайн-экскурсии по музеям.

Также будущее за гибридными моделями и омниканальностью, при этом соотношение между онлайн и офлайн в разных секторах культуры будет разным. В секторах, где важны эмоции и личное присутствие (например, спектакли, концерты), онлайн вряд ли сможет заменить офлайн.

Выводы

В сравнении с развитыми странами понятия «креативная индустрия», «креативный город» для России относительно новые. Однако в последние годы в нашей стране уделяется все большее внимание проблемам развития этого сектора экономики и созданию инфраструктуры для его развития. Несмотря на то что центром создания креативной инфраструктуры по-прежнему остается Москва как город, в котором в одном месте собраны креативные специалисты, дальновидные инвесторы и лояльные управленцы, столица представляет положительные примеры экономической и культурной трансформации для региональных центров России. Международная практика показывает, что во всех странах развитие творческих индустрий опирается на программные меры государственной поддержки. Россия пока отстает в этом направлении, отдельные меры принимаются во многих городах, но необходима систематическая государственная поддержка, включающая введение понятия креативных индустрий в законодательство, выработку стратегии их развития в каждом регионе, создание креативных кластеров, а также бизнес-инкубаторов при федеральных вузах, соответствующую перестройку образовательной сферы, льготное кредитование, популяризацию и поддержку экспорта культурных индустрий [Gushchina, 2017].

На сегодняшний день Правительство РФ уже приступило к разработке законопроекта о системной поддержке креативных отраслей и равномерной коммерциализации продуктов интеллектуальной собственности [Законопроект ...]. Помимо этого, в сентябре 2021 г. была утверждена концепция о развитии националь-

ной креативной экономики до 2030 г. [Концепция ...]. Принятие таких мер подтверждает растущий интерес к креативному сектору экономики и может способствовать в будущем более планомерному его развитию в регионах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М. : Академия, 1999.
- Благова, И. Ю. Зарубежный опыт развития креативных индустрий / И. Ю. Благова // Проблемы современных социокультурных исследований : сб. науч. тр. по материалам Международ. науч.-практ. конф., 27 окт. 2020 г. – Белгород : Агентство перспективных научных исследований, 2020. – С. 45–48. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://apni.ru/article/1232-zarubezhnij-opit-razvitiya-kreativnikh-indust>. – Загл. с экрана.
- Бокова, А. Культурные, креативные, творческие индустрии как явление современной культуры: опыт концептуализации : дис. канд. филол. наук / Бокова Анна Викторовна. – Томск, 2019. – 174 с.
- Влияние пандемии COVID-19 на креативные сектора экономики. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/9c05ace1aae8261ef8b73017ed1817a4/obzor_praktik.pdf. – Загл. с экрана.
- В Москве создано Агентство креативных индустрий для поддержки и развития творческих отраслей бизнеса. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.mos.ru/news/item/76438073>. – Загл. с экрана.
- Галаганова, С. Г. Мифология креативного класса / С. Г. Галаганова // Гуманитарный вестник. – 2014. – Вып. 3. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/hum/socio/186.html>. – Загл. с экрана.
- Законопроект «О внесении изменений в закон Российской Федерации “Основы законодательства Российской Федерации о культуре” в части закрепления института творческих (креативных) индустрий». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://iz.ru/1177224/olesia-ternopolskaia/tvorcheskii-podkhod-kak-v-rossii-podderzhat-kreativnyi-biznes>. – Загл. с экрана.
- Замятина, Н. Ю. Креативный класс, символический капитал и территория / Н. Ю. Замятина // Общественные науки и современность. – 2013. – № 4. – С. 130–139. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>

- data/2015/05/25/1251201460/130-139_Zamyatina.pdf. – Загл. с экрана.
- Индекс креативного капитала. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html>. – Загл. с экрана.
- Козлов, В. Не проспать креативные индустрии / В. Козлов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://expert-ru.turbopages.org/expert.ru/s/south/2021/05/ne-prospat-kreativnyye-industrii/>. – Загл. с экрана.
- Колесникова, К. М. Умный город: перспективы и тенденции развития / К. М. Колесникова, Т. В. Орешина // Смотр-конкурс научных, конструкторских и технологических работ студентов Волгоградского государственного технического университета (г. Волгоград, 13–17 мая 2019 г.) : тез. докл. – Волгоград : Изд-во ВолГТУ, 2019. – С. 216–217.
- Концепция Правительства РФ «О развитии креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://sudact.ru/law/gasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-20092021-n-2613-r/>. – Загл. с экрана.
- Креативные индустрии России. Исследование Агентства стратегических инициатив. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://100gorodov.ru/creativeindustries>. – Загл. с экрана.
- Криштаносов, В. В. Современные культурные индустрии: теоретический аспект / В. В. Криштаносов // Вестник Белорусского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 2 (26). – С. 33–39.
- Левина, Е. В. Креативизация рынка труда как современный фактор конкурентоспособности столичных мегаполисов / Е. В. Левина // Экономика и социум: современные модели развития. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 177–192. – DOI: 10.18334/ecsoc.9.2.40863.
- Наука и инновации // Федеральная служба государственной статистики. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/14477>. – Загл. с экрана.
- Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/activity/directions/858/>. – Загл. с экрана.
- Новая нормальность. Образ жизни, рынки, инфраструктура и коммуникации после пандемии : аналит. спецпроект. – М. : Изд-во НАФИ, 2020. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: https://nafi.ru/upload/New%20normal_NAFI%20project.pdf. – Загл. с экрана.
- Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf>. – Загл. с экрана.
- Петрова, В. В ВВП есть место творчеству / В. Петрова, Д. Бутрин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4929650>. – Загл. с экрана.
- Россия в центре креатива. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/12/24/819475-rossiya-kreativa>. – Загл. с экрана.
- Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М. : Классика-XXI, 2007. – 421 с.
- Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш. – М. : ВШЭ, 2014. – 456 с.
- Червакова, Ю. И. Оценка влияния «креативного класса» на социально-экономическое развитие в России / Ю. И. Червакова, Д. Д. Черных // Смотр-конкурс научных, конструкторских и технологических работ студентов Волгоградского государственного технического университета (г. Волгоград, 13–17 мая 2019 г.) : тез. докл. – Волгоград : Изд-во ВолГТУ, 2019. – С. 213.
- Creative Economy Outlook. Trends in International Trade in Creative Industries 2002–2015. – Electronic text data. – Mode of access: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf. – Title from screen.
- Freeman, A. Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries / A. Freeman // SSRN Electronic Journal. – 2012. – DOI: 10.2139/ssrn.2074338.
- Gushchina, E. G. Factors, Criteria, and Determinants of the Increase in the Effectiveness of University Education in Russia / E. G. Gushchina // International Journal of Educational Management. – 2017. – Vol. 31, iss. 4. – P. 485–496.
- Infrastructural Priorities and Regularities of Spatial Development of Regional Systems / N. G. Yushkova [et al.] // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS). Vol. LIX: Proceedings of The International Scientific and Practical Conference “Contemporary Issues of Economic Development of Russia: Challenges and Opportunities” CIEDR 2018 (12–13 December, 2018). – UK : FutureAcademy, 2019. – P. 474–483. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.futureacademy.org.uk/files/images/upload/CIEDR2018F51.pdf>. – Title from screen.
- UNESCO, Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker. – Electronic text data. – Mode of access:

<https://en.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-and-response-tracker>. – Title from screen.

Yushkova, N. G. Optimization of Planning of Territorial Systems in the Context of Strategic Tasks of Advanced Development / N. G. Yushkova, D. G. Dontsov, E. G. Gushchina // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. Vol. 698: The International Scientific Conference “Construction and Architecture: Theory and Practice for the innovation Development” (CATPID-2019), 01–05 October 2019. – Electronic text data. – Mode of access: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/698/3/033008>. – DOI:10.1088/1757-899X/698/3/033008. – Title from screen.

REFERENCES

- Bell D. *Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo: opyt socialnogo prognozirovaniya* [The Coming of Post-Industrial Society: A Venture of Social Forecasting]. Moscow, Akademiya Publ., 1999.
- Blagova I. Yu. Zarubezhnyy opyt razvitiya kreativnykh industriy [Foreign Experience in the Development of Creative Industries]. *Problemy sovremennykh sociokul'turnykh issledovaniy: sb. nauch. tr. po materialam Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 27 okt. 2020 g.* [The Problems of Modern Sociocultural Research. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (October 27, 2020)]. Belgorod, Agentstvo perspektivnykh nauchnykh issledovaniy, 2020, pp. 45-48. URL: <https://apni.ru/article/1232-zarubezhnyy-opit-razvitiya-kreativnykh-indust>.
- Bokova A. *Kul'turnye, kreativnye, tvorcheskie industrii kak yavlenie sovremennoj kul'tury: opyt konceptualizacii: dis. ... kand. filol. nauk* [Creative Industries As a Phenomenon of Modern Culture: Conceptualization Experience. Cand. philol. sci. diss.]. Tomsk, 2019. 174 p.
- Vliyaniye pandemii COVID-19 na kreativnye sektora ekonomiki* [The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Creative Economy]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/9c05ace1aae8261ef8b73017ed1817a4/obzor_praktik.pdf.
- V Moskve sozdano Agentstvo kreativnykh industriy dlya podderzhki i razvitiya tvorcheskikh otrasley biznesa* [Creative Industries Agency Established in Moscow to Support and Develop Creative Business Sectors]. URL: <http://www.mos.ru/news/item/76438073>.
- Galaganova S.G. Mifologiya kreativnogo klassa [Mythology of the Creative Class]. *Gumanitarnyy vestnik*, 2014, iss. 3. URL: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/hum/socio/186.html>.
- Zakonoproekt «O vnesenii izmenenij v zakon Rossijskoj Federacii “Osnovy zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii o kul'ture” v chasti zakrepleniya instituta tvorcheskih (kreativnykh) industriy»* [Bill “On Alteration in the Part of Consolidating the Institution of Creative Industries in the Law “Legislation Bases in Culture of Russian Federation”]. URL: <https://iz.ru/1177224/olesia-ternopolskaia/tvorcheskii-podkhod-kak-v-rossii-podderzhat-kreativnyi-biznes>.
- Zamyatina N. Yu. Kreativnyj klass, simvolicheskij kapital i territoriya [The Creative Class, Symbolic Capital and Territory]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 2013, no. 4, pp. 130-139. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2015/05/25/1251201460/130-139_Zamyatina.pdf.
- Indeks kreativnogo kapitala* [Creative Capital Index]. URL: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html>.
- Kozlov V. *Ne prospat' kreativnye industrii* [Not to Miss the Creative Industries]. URL: <https://expert-ru.turbopages.org/expert.ru/s/south/2021/05/ne-prospat-kreativnyye-industrii>.
- Kolesnikova K.M., Oreshina T.V. Umnyj gorod: perspektivy i tendencii razvitiya [Smart City: Development Trends]. *Smotr-konkurs nauchnykh, konstruktorskih i tekhnologicheskikh robot studentov Volgogradskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta (g. Volgograd, 13–17 maya 2019 g.): tez. dokl.* [Scientific, Design and Technological Review Competition Among the Students of Volgograd State Technical University (Volgograd, May 13–17, 2019). Collection of Abstracts]. Volgograd, Izd-vo VolgGTU, 2019, pp. 216-217.
- Koncepciya Pravitel'stva RF «O razvitii kreativnykh (tvorcheskih) industriy i mekhanizmov osushchestvleniya ih gosudarstvennoj podderzhki v krupnykh i krupnejshih gorodskih aglomeracijah do 2030 g.»* [The Concept of the Government of the Russian Federation “On the Development of Creative Industries and Mechanisms for Their State Support in Large and Major Urban Agglomerations Up to 2030”]. URL: <https://sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-20092021-n-2613-r>.
- Kreativnye industrii Rossii. Issledovanie Agentstva strategicheskikh iniciativ* [Creative Industries in Russia. Research of the Agency of Strategic Initiatives]. URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries>.
- Krishtanosov V.V. Sovremennye kul'turnye industrii: teoreticheskij aspekt [Modern Cultural

- Industries: Theoretical Aspect]. *Vestnik Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 2016, no. 2 (26), pp. 33-39.
- Levina E.V. Kreativizaciya rynka truda kak sovremennyy faktor konkurentosposobnosti stolichnyh megapolisov [Creativity of the Labor Market As a Modern Factor in the Competitiveness of Metropolitan Megacities]. *Ekonomika i socium: sovremennyye modeli razvitiya* [Economics and Society: Contemporary Models of Development], 2019, vol. 9, no. 2, pp. 177-192. DOI: 10.18334/eecsoc.9.2.40863.
- Nauka i innovacii [Science and Innovations]. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki* [Federal State Statistics Service]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14477>.
- Nacional'naya programma «Cifrovaya ekonomika Rossijskoj Federacii»* [National Programme "Digital Economy of the Russian Federation"]. URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858>.
- Novaya normal'nost'. Obraz zhizni, rynki, infrastruktura i kommunikacii posle pandemii: analit. spetsproekt* [New Normality. Model of Life, Markets, Infrastructure and Communications After the Pandemic of COVID-19. Analytical Special Project]. Moscow, Izd-vo NAFI, 2020. URL: https://nafi.ru/upload/New%20normal_NAFI%20project.pdf.
- Obrazovanie i kreativnaya industriya v zerkale mezhdunarodnyh i otechestvennyh praktik* [Education and Creative Industry in the Mirror of International and Domestic Practices]. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf>.
- Petrova V., Butrin D. *V VVP est' mesto tvorchestvu* [There is a Place for Creativity in the GDP]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4929650>.
- Rossiya v centre kreativa* [Russia in the Center of Creativity]. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/12/24/819475-rossiya-kreativa>.
- Florida R. Kreativnyj klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee [The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life]. Moscow, Klassika-XXI Publ., 2007. 421 p.
- Hezmondalsh D. *Kul'turnye industrii* [Cultural Industries]. Moscow, VShE, 2014. 456 p.
- Chervakova Yu.I., Chernyh D.D. Ocenka vliyaniya «kreativnogo klassa» na social'no-ekonomicheskoe razvitie v Rossii [Assessment of "Creative Class" Influence on Socio-Economic Development of Russia]. *Smotr-konkurs nauchnyh, konstruktorskih i tekhnologicheskikh rabot studentov Volgogradskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta (g. Volgograd, 13–17 maya 2019 g.): tez. dokl.* [Scientific, Design and Technological Review Competition Among the Students of Volgograd State Technical University (Volgograd, May 13–17, 2019). Collection of Abstracts]. Volgograd, Izd-vo VolgGTU, 2019, p. 213.
- Creative Economy Outlook. Trends in International Trade in Creative Industries 2002–2015*. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf.
- Freeman A. Is Creation an Industry? A Constructive Critique of the Economics of the Cultural and Creative Industries. *SSRN Electronic Journal*, 2012. DOI: 10.2139/ssrn.2074338.
- Gushchina E.G. Factors, Criteria, and Determinants of the Increase in the Effectiveness of University Education in Russia. *International Journal of Educational Management*, 2017, vol. 31, iss. 4, pp. 485-496.
- Yushkova N.G., Gushchina E.G., Gaponenko Yu.V., Doncov D.G., Gushchin M.S. Infrastructural Priorities and Regularities of Spatial Development of Regional Systems. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS). Vol. LIX: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Contemporary Issues of Economic Development of Russia: Challenges and Opportunities" CIEDR 2018 (12–13 December, 2018)*. UK, Future Academy, 2019, pp. 474-483. URL: <https://www.futureacademy.org.uk/files/images/upload/CIEDR2018F51.pdf>.
- UNESCO, Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker*. URL: <https://en.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-and-response-tracker>.
- Yushkova N.G., Doncov D.G., Gushchina E.G. Optimization of Planning of Territorial Systems in the Context of Strategic Tasks of Advanced Development. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. Vol. 698. The International Scientific Conference "Construction and Architecture: Theory and Practice for the Innovation Development" (CATPID-2019), 01–05 October 2019*. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/698/3/033008>. DOI: 10.1088/1757-899X/698/3/033008.

Information About the Authors

Elena G. Gushchina, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor, Department of Management and Marketing, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, 1055@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3185-7675>

Elena V. Tarabanova, Master of Economics, Volgograd State Technical University, Prosp. im. V.I. Lenina, 28, 400005 Volgograd, Russian Federation, helentaro@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6654-2804>

Информация об авторах

Елена Геннадьевна Гушина, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента и маркетинга, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, 1055@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3185-7675>

Елена Валерьевна Тарабанова, магистр экономики, Волгоградский государственный технический университет, просп. им. В.И. Ленина, 28, 400005 г. Волгоград, Российская Федерация, helentaro@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6654-2804>