
СОЦИАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ, ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И БЕЗОПАСНОСТЬ

SOCIAL, CULTURAL, HISTORICAL STUDIES AND SECURITY

Научная статья / Research Article

УДК 316.74

DOI: 10.14258/SSI(2025)2-06

Креативные индустрии Бурятии: формирование кластера и инновации городской среды

Ирина Николаевна Дашибалова

Институт монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН, Улан-Удэ, Россия,
dashibalonirina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4827-8533>

Аннотация. В статье представлен анализ формирующегося креативного кластера в Бурятии на основе проведенного в 2024–2025 гг. социологического исследования (экспертный опрос специалистов образования, науки, культуры, органов республиканской власти, $n = 10$), анализа нормативных актов и СМИ. На основе полученных эмпирических данных обнаружена специфика творческой сферы региона, выявлено три группы участников социокультурных проектов. Первую группу представляют инициативные горожане, интеллектуальные креаторы, ко второй группе относятся представители управленческих структур, третья группа, или остальная часть населения, — потребители, туристы, включенные или невключенные в сферу этнокультурного проектирования и инноваций городской среды. В современном обществе цифровой трансформации увеличивается роль креативных (творческих) и культурных индустрий, основанных на интеллектуальной собственности и «экономике впечатлений». В России происходит интенсивное становление креативной экономики благодаря государственной поддержке и частному партнерству.

Изучены проблемные зоны и точки развития креативного кластера в Республике Бурятия, особенности брендинга региона. Сделан вывод о потенциале креативных индустрий в регионе при наличии сформированной инфраструктуры, формировании творческих сетей профессионалов-креаторов. Раскрыты наиболее успешные креативные индустрии, реализованные социокультурные практики в г. Улан-Удэ как примеры значимого воздействия не только на городскую среду, но и в аспекте вторичной социализации. Выявлены региональные противоречия при реализации мастер-плана исторической части г. Улан-Удэ в оценках экспертов, как выражение доверия власти и проявления гражданской активности горожанами.

Ключевые слова: социокультурные процессы, креативная экономика, креативные (культурные, творческие) индустрии, резиденты креативных индустрий, цифровизация, культурный капитал, культурное наследие, бренд региона

Финансирование: статья подготовлена в рамках государственного задания, проект № 121031000243–5 «Россия и Внутренняя Азия: динамика геополитического, социально-экономического и межкультурного взаимодействия (XVII–XXI вв.)».

Для цитирования: Дашибалова И. Н. Креативные индустрии Бурятии: формирование кластера и инновация городской среды // Society and Security Insights. 2025. Т. 8, № 2. С. 89–99. doi: 10.14258/ssi(2025)2-06.

Creative Industries of Buryatia: Formation of a Cluster and Innovations of the Urban Environment

Irina N. Dashibalova

Institute of Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies SB RAS, Ulan-Ude, Russia, dashibalonirina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4827-8533>

Abstract. The article presents an analysis of the emerging creative cluster in Buryatia based on a sociological study conducted in 2024–2025 (expert survey of specialists in education, science, culture, republican authorities, n = 10), analysis of regulatory acts and the media. Based on the obtained empirical data, the specifics of the creative sphere of the region were discovered, three participants in socio-cultural projects were identified. The first group is represented by proactive citizens, intellectual creators, the second group includes representatives of management structures, the third group or the rest of the population, consumers included or not included in the sphere of ethnocultural design and innovation of the urban environment. In the modern society of digital transformation, the role of creative (creative) and cultural industries based on intellectual property and the “experience economy” is increasing. In Russia, there is an intensive formation of the creative economy, thanks to state support and private partnership. The problem areas and points of development of the creative cluster in the Republic of Buryatia, the features of branding the region are studied. A conclusion is made about the potential of creative industries in the region with the presence of a formed infrastructure, the formation of creative networks of pro-

fessional creators. The most successful creative industries, implemented socio-cultural practices in Ulan-Ude are revealed as examples of significant impact not only on the urban environment, but also in terms of secondary socialization. Regional contradictions in the implementation of the master plan for the historical part of Ulan-Ude are identified in expert assessments, as an expression of trust in the authorities and manifestations of civic activity by citizens.

Keywords: socio-cultural processes, creative economy, creative (cultural, creative) industries, residents of creative industries, digitalization, cultural capital, cultural heritage, regional brand

Financial Support: the article was prepared within the framework of the state assignment, project No. 121031000243-5 “Russia and Inner Asia: dynamics of geopolitical, socio-economic and intercultural interaction (XVII–XXI centuries)”.

For citation: Dashibalova, I. N. (2025). Creative Industries of Buryatia: Cluster Formation and Innovation of the Urban Environment. *Society and Security Insights*, 8(2), 89–99. (In Russ.). doi: 10.14258/ssi(2025)2-06.

Введение

Концепт «креативных индустрий» начинает устойчиво входить в поле государственной социально-экономической политики, он законодательно закреплён и реализуется на практике. В академическом дискурсе понятие имеет разные трактовки и используются аналоговые термины: «творческие индустрии», «культурные индустрии», «креативная экономика», «экономика впечатлений»; в то же время они трактуются как не совпадающие по содержанию (Хестанов, 2018). Изучение разных типов культурного производства на рубеже XX–XXI вв. связано с именем британского исследователя Д. Хезмондалша, который выделил культуру, информацию, креатив и интеллектуальную собственность как важную часть общественного устройства (Хезмондалш, 2014: 11). Им ставится акцент на глобальном производстве социального смысла, производстве текста культуры в ключевых культурных индустриях: радио и ТВ, киноиндустрия, интернет-контент, музыкальная индустрия, печать, видео и компьютерные игры, реклама и маркетинг (Хезмондалш, 2014: 28).

Р. Флорида обращает внимание на роль кластеризации, конкретных мест, аккумулирующих талантливых, продуктивных людей в экономическом росте городов и регионов. Инновации, экономические ресурсы, образование, масс-медиа, высокая плотность населения сконцентрированы в мегарегионах мира и являются притяжением предпринимателей, создающих синергетический эффект развития креативной экономики. В то же время сложились экосистемы передовых университетов, гибких рынков труда, научных центров, где менее выражена концентрация населения, но высок экономический эффект для ВВП региона. Таким образом, Флорида предлагает классификацию типов мест, обладающих креативным потенциалом, ведущая роль в которых отводится крупным городам (Флорида, 2007).

Понятие «креативная экономика» разработано Дж. Хокинсом, в определении которого лежит основание ведущей формы экономики в текущем столетии. Ключевым критерием креативной экономики является взаимосвязь интеллектуальной среды, бизнеса, общества и глобального развития (Хокинс, 2011). Д. Тросби предложил концентрическую модель креативных индустрий, ядром кото-

рых являются традиционные отрасли арт-индустрии и новые формы культурных практик: видеоарт, мультимедиа, компьютерное искусство (Тросби, 2013). Теоретическое обобщение концептов «креативности» осуществлено французским исследователем Б. Мьежем, определившим три базовые парадигмы символически производимых культурных благ: креативности, коллаборации, конвергенции (Мьеж, 2019). Концепция креативного города Ч. Лэндри успела широко адаптироваться в российских сценариях трансформации городского пространства, использующего местные ресурсы и направления туристических потоков, включение городских жителей в средовую деятельность (Лэндри, 2006). В креативных индустриях основной акцент ставится на извлечении коммерческой прибыли творческого продукта и формировании креативного сектора экономики. «Креативные индустрии — это новое аналитическое определение индустриальных компонентов экономики, в которых креативность является исходным материалом, а контент или интеллектуальная собственность — результатом» (Казакова, 2020: 2975).

Социокультурные процессы в эпоху цифровизации становятся неотъемлемой частью трансформации культурного пространства в регионах России. Российские исследователи раскрывают на примерах регионов возрастание значения нематериальных активов в экономике впечатлений и инновационного развития территорий (Абанкина, 2021; Гущина, Тарабанова, 2022; Земцов, 2022; Королева, Соколова, 2022; Новосельская, 2017; Сопина, 2021).

Роль формирования культурного капитала в общероссийском медийном пространстве актуализирована в связи с необходимостью закрепления ценностей и символов отечественной культуры, исторического и культурного наследия региона. Коллаборации художников, архитекторов, дизайнеров на базе центров креативных индустрий с использованием платформ социальных медиа играют важную роль в обновлении городской среды. Выделяются три участника процесса: креаторы — создатели контента, товаров и услуг на основе историко-культурного наследия; городские жители и туристы — потребители; управленцы — представители органов власти.

Особенность креативных индустрий состоит во внедрении новых продуктов с использованием QR-кодов, в распространении информации с широким спектром услуг: дизайн, музыка, туризм, издательское дело, реклама, гастрономия и т.д. Брендинг региона с акцентом на этнокультурное содержание с учетом скорости передачи информации позволяет мгновенно распространять контент в социальных сетях и мессенджерах в связи со всеобщей доступностью электронных средств коммуникации и веб-приложений.

Цифровая капитализация культурных ресурсов обусловлена самообразующейся системой сетевой коммуникации с использованием в том числе визуального контента. Цифровой культурный капитал онлайн-предпринимателей включает медиа-компетенции, профессиональное образование и навыки, требующие постоянного самообучения и высокой скорости взаимодействия в стремительно изменяющихся социальных условиях.

Социокультурные практики креаторов в регионе воплощены в регулярном производстве цифрового продукта, формировании значимых событий (фестивали, форумы), изменении городской среды на основе культурных кодов традиционного и современного общества Бурятии. В этой связи новейшие цифровые социокультурные практики брендов территории, проектной деятельности креаторов Бурятии имеют возможность расширения социокультурного пространства республики.

Необходимость актуальной фиксации и интерпретации процессов становления креативных индустрий на примере региона Республика Бурятия и появление новых профессиональных групп креативной индустрии предопределили данное исследование. В статье раскрыты наиболее успешные креативные индустрии, реализованные социокультурные практики в г. Улан-Удэ, как примеры значимого воздействия не только на городскую среду, но и в аспекте вторичной социализации.

Методы

В 2024–2025 гг. осуществлен экспертный опрос в форме глубинного интервью специалистов высшего образования, науки, культуры, органов государственного управления ($n = 10$) по проблемам реализации мастер-плана г. Улан-Удэ, изучения гражданской активности населения города. Отбор экспертов производился по критериям: стаж работы, направление деятельности, ученая степень, пол, возраст, национальность. Специалисты дали независимые оценки инноваций городской среды. Анализ оценок показал, что население не всегда включено в принятие решений по изменению исторической части города и улучшению качества условий городского пространства. В то же время в связи с введением стандартов креативных индустрий столица региона имеет шансы формирования креативной экономики региона с этнокультурным контекстом. Была проанализирована в том числе нормативная база креативных индустрий РФ.

Результаты

В 2021 г. вышло Распоряжение Правительства РФ «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»²³. С 2023 г. введен региональный стандарт развития креативных индустрий, состоящий из 12 пунктов. В основе регионального стандарта лежит вовлечение региональных органов власти в креативную экономику и формирование единых критериев подготовки кадров, привлечения резидентов для креативного кластера. Агентством стратегических инициатив выпущен «Атлас креативных индустрий» в трех изданиях (2020, 2021, 2023), отражающий все действующие организации креативной экономики. Согласно Концепции в настоящее время во многих

²³ О Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городах и агломерациях до 2030 года: Постановление Правительства РФ №2613-р: [принято Правительством РФ 2021-09-20]. М., 2021. URL: <https://base.garant.ru/402845784/>.

регионах России внедрена системная подготовка управленческих кадров, создается инфраструктура и осуществляется поддержка талантливых предпринимателей в области креативных индустрий. Введение стандарта и создание опорной организации в каждом регионе направлено на выявление потенциальных резидентов с целью получения добавленной стоимости творческих продуктов, например производство фильмов, сувенирной продукции.

В 2024 г. в Бурятии при поддержке АСИ, Министерства Дальнего Востока и Арктики, Главы РБ и Правительства РБ в рамках государственного партнерства создана опорная организация — АНО «Центр креативных индустрий» наряду с созданием подобных пяти центров в Дальневосточном федеральном округе. Ранее в республике созданы Школа креативных индустрий «Байкал Арт», занимающаяся обучением школьников арт-технологиям, и Центр создания креативных прототипов. Объединение данных организаций предполагает запуск гибридной экосистемы творческих площадок, привлечение различных сообществ к трансформации городской среды.

Основными чертами креативных индустрий как современной отрасли экономики являются кросс-канальность информации, внедрение информационных технологий, обеспечение альтернативной занятости, цифровая инфраструктура. Данные факторы обеспечивают кумулятивный эффект влияния интеллектуальной деятельности креаторов и медиаперсон на аудиторию.

Выход из традиционных площадок — мастерских и музейных залов в более широкое городское пространство совпал с трендами на урбанистические изменения. Аккумуляцию дизайнерских решений воплощают центры креативных индустрий, в которых выделяются такие направления, как искусство и художественная деятельность; дизайн: графический, промышленный, интерьерный, мода; музыка: создание и запись музыкальных произведений; кино и телевидение: производство фильмов, передач, циклов документальных фильмов, анимация; издательское дело: создание и распространение книг, журналов; реклама: разработка рекламных кампаний; творческое письмо: написание сценариев, художественных текстов.

В Бурятии в 2018–2024 гг. благодаря «низовым активностям» и в дальнейшем при поддержке федеральных и коммерческих институций, Министерства культуры РБ, Администрации г. Улан-Удэ осуществлены оригинальные художественные решения в культурном пространстве города. Представители творческой среды, известные персоны, эксперты, руководители общественных организаций предложили проекты изменения городского исторического центра, объектов уличного искусства, открытых лекций по истории и искусству Бурятии.

В 2021 г. в г. Улан-Удэ создан центр креативных индустрий «Хэб-Хаб», ярко заявивший о себе в качестве культурного пространства, аккумулирующего талантливую молодежь республики. Были организованы значимые мероприятия: Дни Венгрии в Бурятии, Третий Международный фестиваль дизайна, каллиграфии и книгоиздания «Үзэгэйшунад — Типомания в Бурятии», Первый Международный фестиваль книжной иллюстрации и визуальной литературы «МОРС-УУ!», выставка «Типо100», посвященная 100-летию Республиканской типографии. Регулярно в выставочном

пространстве проводятся мастер-классы, ярмарки, лекции, панельные дискуссии. Событийность и реальная творческая энергия креаторов создала интересную ситуацию независимых проектов параллельно или за несколько лет до внедрения государственно-частного партнерства в области креативных индустрий.

В 2023–2024 гг. уникальным реализованным социокультурным проектом командой «Хэб-Хаб» при инвестиционной поддержке ВЭБ. РФ стал «САЙНУУ! ГЭР (Дом)». Инициатива включала множество мероприятий, основными из которых являются дизайн новых школ и городских автобусов, уличные выставки, арт-остановки, лектории по искусству, съемка документальных фильмов, роликов, создание аудиогuida на бурятском и русском языках, городских путеводителей, издание выставочного каталога. Все это свидетельствует о зарождении креативной отрасли, а также о формировании новой идентичности горожан, обнаруживающих столицу республики с нетривиальной стороны.

Важной чертой социокультурных проектов Центра креативных индустрий «Хэб-Хаб» является не только коллаборация с официальными институциями (Министерство культуры, Национальный музей РБ, Бурятский государственный национальный театр песни и танца «Байкал»), но и вторичная социализация жителей Бурятии. Горожане, туристы стали участниками креативных акций: записывали устные истории об Улан-Удэ, раскрашивали арт-объекты, становились участниками фестивалей, ярмарок и перформансов.

В настоящее время практически нет ни одной общественной сферы, где бы не был возможен этнический дизайн: от наружной рекламы, моды и спорта до гастрономии. В 2023–2024 гг. примером этнического арт-стрита стали изображения на крупных архитектурных объектах г. Улан-Удэ. Авторская работа «Мелодия родной земли» З. Доржиева — 31-метровое полотно с подсветкой на фасаде гостиницы «Бурятия» — реализована в рамках «Туристского кода центральной части г. Улан-Удэ» нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Мурал — монументальная живопись занимает обычно стену, либо это роспись всего общественного здания, она очень ярко трансформирует безликое или устаревшее дизайнерское решение, отражает художественную идею, преобразует окружающее пространство и привлекает туристов. Динамично развивающееся искусство мурал-арт, как и во многих крупных городах мира, России, но уже с этническим кодом становится яркой иллюстрацией движения креативных индустрий в Бурятии.

Значимым феноменом в бурятской культуре стало использование бурят-монгольской письменности — каллиграфии как универсального дизайна в стиливых решениях одежды, керамики, издательском деле, сувенирной продукции и даже в уличном искусстве. Традиционная письменность стала символической креативностью ввиду своей эксклюзивности, вариативного исполнения, глубокой образности. Следующим примером этнического арт-стрита в 2024 г. является мурал, выполненный художниками-резидентами ЦКИ «Хэб-Хаб» на здании Республиканской типографии — многослойное изображение по всему периметру здания с каллиграфическим дизайном, изображением этнических элементов, птиц, буддийской богини Янжимы — покровительницы искусств, типографских инструментов.

Примером использования этнических муралов и одновременно включения широкой аудитории в творческие проекты являются настенные полотна в новых общеобразовательных школах Улан-Удэнской городской агломерации в 2023 г. В росписи фасадов и стен школ принимали активное участие совместно с молодыми художниками школьники и их родители.

Воплощением креативного исторического ренессанса стал в 2019 г. проект «Старый город». Мастерами арт-дизайна были предложены реконструкция объектов деревянного зодчества в историческом центре и проведение выставок, экскурсий, кинопросмотров, квестов на месте разрушающихся домов XIX в. Команда архитекторов, художников, реставраторов ремонтируют и обновляют старинные фасады, и в этом проекте также принимают активное участие студенты, волонтеры и все желающие, неравнодушные к истории города.

Дискуссионным моментом является восприятие жителями города и специалистами происходящих буквально на глазах текущих изменений в Улан-Удэ. По мнению эксперта, *«наши горожане, улан-удэнцы практически не интересуются городом и не участвуют во всех этих процессах. Создаются искусственные сайты, которые не работают, в которых предлагается какая-то совершенно дичайшая вариация двух вариантов. В одном некрасивый вариант реально, во втором красивый. И человеку ничего не остается сделать, как выбрать вот этот вариант. Но люди же понимают, что там где-то, скорее всего, идет отмывание денег. Просто решили создать с помощью нейросети какую-то простенькую схему улучшения парка. И по нему работают. Те зеленые насаждения, которые были, их вырубili и заново насадили какие-то новые. Ну как это можно воспринимать? Только как отмывание денег. И сразу же возникает недоверие к власти, к муниципалитету, к администрации города. И возникает вопрос, зачем я здесь должен жить, если ко мне так относятся, если меня никуда не привлекают, если меня не считают, с моим мнением не считаются»* (ж., преподаватель вуза, бурятка, 54 г.).

В Бурятии, по мнению экспертов по истории региона, есть значимый потенциал продвижения бурятской культуры, этнокультурного единства народов, населяющих республику: *«Надо развивать свое всегда, развивать язык с детского садика. Если молодежь знает свой язык, они будут патриотами. Они никуда не поедут, они будут знать свой язык, культуру, традиции. И историю не просто, а легендарную, героическую историю хунну, тюрков, монголов, они на самом деле будут стараться оставаться на этой земле, на этом месте, где они родились. И никуда-то не бежать, там, далеко, в Европу или куда-то в другое место. Просто создавать условия для них здесь, чтобы они здесь оставались на месте»* (м., руководитель общественной организации, бурят, 56 г.).

Со стороны специалистов органов государственного управления озвучено предложение о необходимости большой *«целенаправленной работы, в том числе и на региональном уровне, по созданию своих продуктов, телевизионных проектов, фильмов, музейных экспозиций, научно-популярных изданий, внедрении грантовой системы по поддержке творческих авторов»* (м., руководитель, русский, 52 г.).

Обсуждение

В статье приведены некоторые примеры творческих организованностей в Бурятии, начатых инициативными группами креаторов и получивших грантовую и инвестиционную поддержку. Наблюдаются потоки активностей, самоорганизованные через неформальную коммуникацию, сетевое взаимодействие, культурный обмен и связи с творческими институтами российских крупных городов. Вместе с тем в формировании креативных индустрий республики механизмы взаимодействия культуры и экономики неоднозначны. Кластер креативных индустрий в структуре экономики Республики Бурятия относится к значительно отстающим от других регионов России, показатели их деятельности невысоки согласно результатам исследований Центра городских компетенций АСИ²⁴.

В то же время с использованием диверсифицированного подхода в типологии регионов с учетом их специфики и уникальности, сглаживания факторов удаленности современными цифровыми технологиями, наращивания профессиональных творческих сетей обнаружено, что Бурятия относится к среднекреативным регионам (Акимова, 2022). Во-первых, г. Улан-Удэ является примером развития небольших российских городов, следующих по пути от «сырьевой» экономики через туризм, инновации. В этой связи продолжается поиск идей, способов остановить выбытие молодежи из региона и одновременно стать донором федеральных средств на развитие территорий Дальнего Востока. Следовательно, поддержка резидентов креативных индустрий должна иметь долгосрочный системный характер. Во-вторых, креативная экономика базируется на показателях качества жизни. Для большинства населения актуализировано в первую очередь решение социальных проблем и поддержание витальных ценностей, т.е. существует вопрос повышения потребительского спроса на предложения креативных индустрий. В-третьих, при безусловном ценностном содержании упомянутых креативных проектов отметим необходимость масштабирования творческих продуктов, серийного производства и формирования рынков сбыта, т.е. отрасль креативных индустрий пока в стадии становления.

Заключение

Подводя итоги реализации творческих активностей в Бурятии в последние годы, можно констатировать формирование бренда региона «САЙНУУ! ГЭР» и «Старый город». Они близки по своей насыщенности и новизне. Ключевой объединяющей и результирующей идеей данных проектов является понимание г. Улан-Удэ как уникального места, воплощающего «сгусток» разных культур, производство социального смысла в новой этничности, координацию креаторов Бурятии и активное включение горожан в сотворчество. Креативные индустрии производят интеллектуальный, ни на что не похожий продукт, вместе с тем доступный для жителей города всех возрастов. Создается неотекст этнической культуры, ви-

²⁴ Журавлева Т. Атлас креативных индустрий Российской Федерации. Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries/>; М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2021. 558 с.

зуально насыщенный, тиражируемый благодаря возможностям издательского дела и информационных технологий. Социальная значимость креативных индустрий в Бурятии, набирающих свою высоту, состоит в возникновении коллаборации государственных традиционных институций: музеев, архивов, библиотеки, театры — с независимыми арт-объединениями, а также во вторичной социализации различных слоев населения. Креативные индустрии Бурятии не только создают условия для творческой самореализации молодых талантов, на уровне фестивалей удовлетворяют потребности в досуге и развлечениях различных групп населения, но и несут глубинную смысловую нагрузку: обнаружить мощное культурное поле, культурные коды, бренд территории, сформировать новые групповые идентичности. Для Республики Бурятия одним из таких открытых и переформулированных культурных кодов стала бурят-монгольская каллиграфия, используемая не только как арт-объект, но и в прикладном дизайне: одежде, керамике, рекламе.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Абанкина Т. В., Николаенко Е. А., Романова В. В., Щербакова И. В. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития. М.: Grey Matter. 2021.

Акимов О. Е., Волков С. К., Симонов А. Б. Креативные индустрии в России: тенденции развития и потенциал роста // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2022. № 1. С. 96–114. DOI: 10.38050/01300105202215.

Гущина 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.

Земцов С. П. Креативные индустрии в арктических регионах России. // Арктика 2035: актуальные вопросы, проблемы, решения. 2022. Т. 4, № 12. С. 4–15. DOI: 10.51823/74670_2022_3_4.

Казакова М. В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т. 14, № 11. С. 2875–2898. DOI: 10.18334/ce. 14.11.111156.

Королева И. Б., Соколова И. Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 3. С. 14.

Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2006. 399 с.

Мьеж Б. Креативные индустрии: в поисках стабильности концепта // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2019. Т. 3, № 4. С. 22–37.

Новосельская В. В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 4. С. 164–174.

Сопина Н. В. Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 2. С. 277–294.

Тросби Д. Экономика и культура. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2013. 255 с.

Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2007. 421 с.

Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: ИД ВШЭ, 2014. 456 с.

Хестанов Р. Креативные индустрии — модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17, № 3. С. 173–196.

Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011. 255 с.

REFERENCES

Abankina, T. V., & Nikolaenko, E. A., Romanova, V. V., Shcherbakova, I. V. (2021). *Creative industries in Russia: trends and development prospects*. Moscow: Grey Matter. (In Russ.).

Akimova, O. E., Volkov S. K., Simonov A. B. (2022). Creative Industries in Russia: Development Trends and Growth Potential. *Bulletin of Moscow University. Episode 6. Economics*. 1, 96–114. doi: 10.38050/01300105202215. (In Russ.).

Gushchina, E. G., Tarabanova, E. V. (2022) Creative industries: new opportunities for the development of Russian cities and regions. *Bulletin of Volgograd State University. Economics*. 24(1), 91–104. (In Russ.).

Zemtsov, S. P. (2022) Creative industries in the Arctic regions of Russia. *Arctic 2035: current issues, problems, solutions*. 4(12), 4–15. DOI: 10.51823/74670_2022_3_4. (In Russ.).

Kazakova, M. V. (2020). Cultural and creative industries: boundaries of concepts. *Creative Economy*. 14(11), 2875–2898. doi: 10.18334/ce. 14.11.111156. (In Russ.).

Koroleva, I. B., Sokolova, I. L. (2022). Creative industries in Russia and the world: state, trends and problems of development management. *Baikal Research Journal*. 13(3), 14. (In Russ.).

Lendri, Ch. (2006). *Creative city*. Moscow: Klassika-XXI. (In Russ.).

Miezh, B. (2019). Creative industries: in search of concept stability. *Communications. Media. Design*, 3(4), 22–37. (In Russ.).

Novoselskaya, V. V. (2017). Creative industries in innovative development of territories: features of functioning. *Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. 4(78), 164–174. (In Russ.).

Sopina, N. V. (2021). Development of creative industries in the regions of Russia: opportunities and their implementation. *Creative Economy*. 15(2), 277–294. (In Russ.).

Trosby, D. (2013). *Economics and Culture*. Moscow: ID NIU VShE (In Russ.).

Florida, R. (2007). *The creative class: people who are changing the future*. Moscow: Klassika-XXI. (In Russ.).

Hezmondalsh, D. (2014). *Cultural Industries*. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.).

Khestanov, R. (2018). Creative industries — development models. *The sociological review*, 3, 173–196. (In Russ.).

Hawkins, J. (2011). *Creative economy. How to turn ideas into money*. Moscow: Classics-XXI. (In Russ.).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ирина Николаевна Дашибалова — канд. филос. наук, старший научный сотрудник отдела истории, этнологии и социологии Института монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН, г. Улан-Удэ, Россия.

Irina N. Dashibalova — Cand. Sci. (Philosophy), Senior Researcher at the Department of History, Ethnology and Sociology of the Institute of Mongolian Studies, Buddhology and Tibetology of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Ulan-Ude, Russia.

Статья поступила в редакцию 01.04.2025;
одобрена после рецензирования 10.05.2025;
принята к публикации 15.05.2025.
The article was submitted 01.04.2025;
approved after reviewing 10.05.2025;
accepted for publication 15.05.2025.