

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ И ГОРОДАХ

Берендеева А.Б., Рычихина Н.С.

Берендеева Алла Борисовна (ORCID-0000-0001-7537-8241),
Рычихина Наталья Сергеевна (0000-0001-9872-424X)
Ивановский государственный университет,
г. Иваново, 153025, Ивановская область, г. Иваново, ул. Ермака, 39.
e-mail: abab60@mail.ru, richihina@mail.ru

В статье показано, что креативные индустрии приобретают все большее значение как новый фактор экономического роста городов. Раскрыто содержание определенных законом 16-и видов креативных индустрий как видов деятельности, которые развиваются на основе оригинальных идей и инновационных технологий. Раскрыты особенности развития креативных индустрий в нашей стране: гиперцентрализация, слабая институционализация, разнообразие креативных индустрий, недостаточное государственное участие, дотационность отрасли, др. Показано, что с 2020-х годов активно расширяется нормативно-правовая база развития креативных индустрий в России. В виде таблицы представлены направления исследования креативных индустрий в российских публикациях. Поднят вопрос об эффектах (социально-культурных, экономических) от развития креативных индустрий в городах, о роли «креативных локальностей» в преобразовании городской среды. Выделены уровни зрелости региональных систем развития креативных индустрий. В качестве примера по развитию креативных кластеров приводятся области Свердловская, Ивановская Ярославская, Мурманская. Показано, что креативные индустрии сосредоточены, в основном, в крупных городах, но при развитии креативных кластеров в них включаются малые и средние города, сельские населенные пункты. Выделены проблемы развития креативных кластеров в российских регионах и причины неудачных практик их создания. Представлены исследования по развитию креативных индустрий в городах, выделены ключевые факторы, влияющие на лидерство городов в кластерах. Выделены лидеры развития креативной экономики среди российских регионов и среди российских промышленных зон.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные (творческие) индустрии, креативные кластеры, регионы-лидеры развития креативной экономики, индекс креативных индустрий, креативный город, креативный потенциал города

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES AND CREATIVE CLUSTERS IN RUSSIAN REGIONS AND CITIES

Berendeeva A.B., Rychikhina N.S.

Berendeeva Alla Borisovna (ORCID-0000-0001-7537-8241),
Rychikhina Natalia Sergeevna (0000-0001-9872-424X),
Ivanovo State University
Ivanovo, 39 Ermaka str., Ivanovo, 153025.
E-mail: abab60@mail.ru, richihina@mail.ru

The article shows that creative industries are gaining importance as a new driver of economic growth; attract a highly educated, skilled workforce; contribute to overcoming social isolation and inequality, the development of the socio-cultural and economic space of cities. The content of 16 types of creative industries defined by law as types of activities that develop on the basis of original ideas and innovative technologies is disclosed. The features of the development of cre-

active industries in our country are disclosed: hypercentralization, weak institutionalization, diversity of creative industries, insufficient state participation, subsidization of the industry, etc. It is shown that since the 2020s, the regulatory framework for the development of creative industries in Russia has been actively expanding. The table shows the areas of research of creative industries in Russian publications. The question was raised about the effects (socio-cultural, economic) of the development of creative industries in cities, about the role of "creative localities" in transforming the urban environment. The maturity levels of regional systems for the development of creative industries have been highlighted. As an example for the development of creative clusters, the Sverdlovsk, Ivanovo Yaroslavl, Murmansk regions are given. It is shown that creative industries are concentrated mainly in large cities, but with the development of creative clusters, they include small and medium-sized cities, rural settlements. The problems of the development of creative clusters in the Russian regions and the reasons for the unsuccessful practices of their creation are highlighted. Research on the development of creative industries in cities is presented, key factors affecting the leadership of cities in clusters are highlighted. The leaders in the development of the creative economy among Russian regions and among Russian industrial zones have been highlighted.

Keywords: creative economy, creative (creative) industries, creative clusters, leading regions for the development of the creative economy, creative industries index, creative city, creative potential of the city

Для цитирования:

Берендеева А.Б., Рычихина Н.С. Исследование развития креативных индустрий и креативных кластеров в российских регионах и городах. *Современные наукоёмкие технологии. Региональное приложение*. 2026. № 1. С. 6-16. DOI: 10.6060/snt.20268501. 0001

For citation:

Berendeeva A.B., Rychikhina N.S. Research on the development of creative industries and creative clusters in russian regions and cities. *Modern high technology. Regional application*. 2026. N 1. P.6-16. DOI: 10.6060/snt.20268501.0001

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

В мировой и российской практике креативные индустрии (КИ) приобретают все большее значение как новый фактор экономического роста. Они привлекают высокообразованную, квалифицированную рабочую силу, способствуют преодолению социальной изоляции и неравенства, развитию социально-культурного и экономического пространства городов, и влияют на сохранение человеческого потенциала и социально-экономическое развитие территории через переосмысление историко-культурного наследия.

Согласно Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.: креативные (творческие) индустрии – это «сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества».

То есть, творческие индустрии – это виды деятельности, которые развиваются на основе оригинальных идей и инновационных технологий. К ним относят народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность, театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей, кино, видео, аудио, анимационное производство, разработка программного обеспечения, отрасли, связанные с созданием виртуальной и дополненной реальности, компьютерные и видеоигры, блогерство, печатная индустрия, СМИ, реклама, архитектура, дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и др. [1].

В Региональном стандарте развития креативной экономики (далее – Региональный стандарт) отмечается, что в мировой практике одно рабочее место в креативных индустриях поддерживает до 0,75 рабочих мест в экономике в целом. Также подчеркивается значение системного развития креативной экономики для страны, регионов, поскольку данная креативная экономика создает новые рабочие места; стимулирует освоение новых рынков и отраслей; увеличивает добавленную стоимость продукции базовых отраслей; способствует преобразованию экономики и создает

новую экономику, адаптированную к потребностям рынка, для устойчивого развития региона [2].

В докладе «Индекс креативного потенциала в городах России» обозначены особенности развития КИ в нашей стране:

- гиперцентрализация (высокое сосредоточение деловой и креативной активности страны в Москве и некоторых других крупных городах привело к концентрации человеческого капитала и креативных ресурсов вокруг одного, реже – нескольких рынков, что отрицательно сказывается на качестве КИ в других городах);

- слабая институционализация (субъекты и критерии отнесения к индустрии проходят через параллельное обсуждение внутри креативной среды, а также в государственных органах, при этом на данный момент не имеется единого консолидированного подхода, поддерживаемого всеми сторонами);

- разнообразие КИ (предмет деятельности КИ в России находится в широком диапазоне между культурно-художественным действием / услугой / продуктом и высокотехнологичным / инновационным производством на основе НИОКР, что затрудняет консолидацию отрасли и требует больших мер поддержки и регуляции);

- отсутствие государственного участия (интерес к КИ со стороны государства активизировался лишь в последние 2–3 года в виде аналитической, стимулирующей и регуляторной деятельности госорганов);

- дотационность отрасли (нехватка финансирования ощущается как в части культурных практик, так и в высоких технологиях);

- географическая и историческая особенность (российские города зачастую имеют разнообразные географические условия и исторические предпосылки ведения той или иной экономической деятельности; поэтому развитие отдельных сегментов КИ часто определяется логистическими, климатическими и демографическими факторами; также влияет исторический и культурный «бэкграунд» города) [3];

- неравномерность развития креативной экономики в России: всего пять направлений создают 75 % добавленной стоимости – это ИТ, реклама, архитектура, гастрономия, исполнительские искусства; 80 % выручки компаний креативной экономики концентрируется в 10 регионах – это преимущественно столичные города. Например, доля креативной экономики в ВРП Москвы – 10,1 %, Санкт-Петербурга – 4,6 %, Новосибирской области и Республики Дагестан – более 4 %, Калининградская область – 3,8 % [4].

С 2020-х годов активно расширяется нормативно-правовая база развития КИ в России. Так, приняты Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (2021), план мероприятий по реализации в 2022–2025 годах Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года (2022), Региональный стандарт развития креативной экономики (2023), федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (2024), постановление Правительства РФ «Об утверждении критериев признания территории креативным кластером и Правил признания территории креативным кластером» (2025), Стратегия развития креативной экономики до 2036 года (2025). В настоящее время согласно принятому законодательству в КИ входят 16 видов деятельности: Архитектура и урбанистика, Арт-индустрия, Гастрономия, Дизайн, Книжное дело, Мода (включая ювелирное дело), Культурное наследие, Народные художественные промыслы и ремесла, Музыка, Исполнительские искусства, Отдых и развлечения, Кино, телевизионные программы и фильмы, Медиа и средства массовой информации (СМИ), Видеоигры, Программное обеспечение, Реклама и пиар [5].

По данным Минэкономразвития России валовая добавленная стоимость сектора КИ в настоящее время составляет 7,5 трлн руб., а целевой показатель к 2030 г. должен достигнуть почти 20 трлн руб. КИ в нашей стране за последние 7 лет растут в 4 раза быстрее экономики в целом, их вклад достиг 4 % ВВП страны и к 2030 г. должен вырасти до 6 %, а экспорт креативных индустрий – до 3,5 % [4].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Как показало наше исследование, в экономической литературе популярна тема преимуществ креативных индустрий для регионов, городов, отмечается, что они приобретают все большее значение как новый фактор экономического роста; привлекают высокообразованную, квалифицированную рабочую силу; способствуют преодолению социальной изоляции и неравенства и способствует городскому и социальному возрождению [6]. Как пишет Н. Андрейченко, «креативные индустрии влияют на социально-экономическое развитие территории через переосмысление историко-культурного наследия креативные пространства в камерной обстановке ма-

лого города вдохновляют на преобразовательную деятельность и стимулируют развитие социокультурного потенциала города, отражающееся в результатах творческой деятельности населения противостоят коллективной пассивности и вдохновляют на преобразовательную деятельность...». По мнению автора, камерность обстановки малого города способствует тому, что личность отдельного человека становится более заметной, и, соответственно, его вклад каждого в развитие города. В случае позитивной мотивации создаются условия для раскрытия творческого потенциала человека, а в случае негативной мотивации человек может замкнуться в себе [7]. Изменение вектора культурной политики, развитие КИ может повлиять на образ городской среды, стиль жизни молодежи через взаимовлияния культуры и экономики, поскольку ценности культурного капитала сочетают в себе экономическую и культурную составляющие. Авторы Я. Дидковская, Ю. Вишневский и О. Нотман рассматривают роль «креативных локальностей» в преобразовании городской среды. Креативные локальности они определяют как «новые самоорганизующиеся формы социального пространства, для которых характерны определенная локализация и специфическое социальное взаимодействие, провоцирующее креативные процессы». Креативные локальности рассматриваются как социальный феномен со своим потенциалом влияния на изменение городской среды, как в физическом, так и в социальном плане.

Авторы анализируют условия и риски для успешного развития городской креативной среды и проявления субъектности молодежи и делают вывод о доминирующем значении самоорганизации и низовой инициативы в образовании и развитии креативных локальностей. Выявлено, что само их появление зависит от возможности активных субъектов-акторов собрать микрогруппу единомышленников, способных поддержать креативную идею, а их дальнейшее развитие – от эффективности «перекрестного» взаимодействия между различными креативными сообществами и достижения баланса между поддержкой извне (со стороны власти и бизнеса) и невмешательством в творческий процесс [8].

Экономический аспект развития креативных индустрий связан с инвестированием в креативные и научные объекты, создание новых рабочих мест и условий для самореализации населения, особенно молодежи, укрепление интеллектуального и творческого потенциала территорий. А. Баранов и О. Котлярова на примере Крыма показывают, что территория республики становится

значимой и ведущей площадкой для объединения тенденций инновационной экономики России [9].

З. Новокшнова отмечает, что «развитие данной сферы сможет благотворно повлиять на социальную жизнь граждан города, замедлить отток молодого населения, а также обеспечить приток туристов, что может привести к экономическому развитию данных территорий» [6].

Креативный сектор экономики в целом как фактор социального развития может способствовать преодолению демографического кризиса, «повышает удовлетворенность жизнью и ее качество, способствует развитию общественных отношений» [10]. Как отмечают ученые, «в центре стратегии развития современного города должен стоять человек, так как именно он является залогом существования и развития современного города» [11]. Развитие креативных индустрий должно быть связано с созданием условий для самореализации, особенно для молодых специалистов, привлечением их в разные сферы, в локальные креативные индустрии [12].

Как отмечает Ю. Балюшина, «жители городов являются не только производителями, но и потребителями продукта креативных индустрий. То есть рост доли творческих индустрий в структуре экономики и их качественное развитие окажет непосредственное влияние и на повседневные культурные практики горожан, реструктурируя их досуг, делая его более насыщенным, эффективным и интересным. Качество досуговых практик, в свою очередь, определяет полноценность отдыха человека, его «перезагрузки» после трудовых будней, сохраняет физическое и психическое здоровье, следовательно, в конечном итоге способствует сохранению и развитию человеческого капитала на данной территории». В целом, по мнению автора, «продвижение креативных индустрий будет способствовать развитию городского пространства (экономического, социального, культурного), что сделает их конкурентоспособными и привлекательными для проживания». На основе имеющихся ресурсов города необходимо развивать туризм и туристическую инфраструктуру, промыслы и ремесла, гастрономию, СМИ и т.д. [13].

К эффектам вследствие развития КИ в городах относятся, прежде всего:

- социально-культурные эффекты: создание и развитие объектов культурного наследия и ценностей, популяризация и продвижение бренда города, поддержание индивидуальной и общественной социокультурной активности;

– экономические эффекты: создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня бедности и рост благосостояния жителей города, развитие городской инфраструктуры, снижение оттока населения, трудоспособного населения из малого города.

В докладе «Индекс креативного потенциала в городах России» рассматриваются 4 вида эффектов (синергии, транспарентности, мультипликации, репрезентации), учет которых позволяет рассчитать динамический коэффициент и нивелировать статистическую аномалию, связанную с тем, что в ряде случаев города с небольшим населением в общем рэнкинге занимают место более высокое, чем города с большим размером населения и экономики, а, следовательно, большими предпосылками для развития КИ:

- эффект синергии (за счет увеличения интенсивности взаимодействия внутри и между индустриями, с ростом количества проектов и продуктов в городе меньшее количество проектов в относительном разрезе способно удовлетворить потребности большего количества горожан);

- эффект транспарентности (в крупных городах, в частности, региональных центрах, проекты не только закрывают потребности внутреннего рынка, но и активно работают на кроссрегиональном и даже межстрановом уровне);

- эффект мультипликации (в крупных городах отдельные проекты в среднем «покрывают» относительно большую аудиторию, а их вклад в городскую экономику оказывается более весомым);

- эффект репрезентации (внешняя представленность города на уровне силы брендов и культурного влияния не зависит от количества жителей) [3].

Среди регионов пилотным субъектом внедрения которого стала по развитию кластерных индустрий с 2020 г. стала Свердловская область.

В настоящее время там развиваются креативные кластеры «Домна» и «Л152» в Екатерин-

бурге, арт-резиденция «В Чёрной» в Черноисточинске, SAMORO.doc в Нижнем Тагиле, «На Заводе» в Сысерти, «Нити X Нити» в Арамиле [2].

В 2023 г. Агентством стратегических инициатив опубликован Региональный стандарт развития креативной экономики, представляющий собой лучшие практики развития креативных индустрий, двенадцать рекомендуемых шагов для создания и предоставления региональных мер поддержки КИ на уровне субъектов РФ. Стандарт разрабатывала команда Центра развития креативной экономики АСИ вместе с региональными экспертами. Стандарт включает практики семи российских регионов – лидеров развития креативной экономики. Москвы, Республики Саха (Якутия), Красноярского края, областей: Калининградской, Новгородской, Тюменской и Ульяновской.

Цель данного Стандарта – ускорение социально-экономического развития регионов через развитие элементов креативной экономики. На его основе регионы могут выстраивать собственную систему региональных мер поддержки креативных индустрий, вне зависимости от текущего уровня применяемых практик. В данном Стандарте выделяют 3 уровня зрелости региональных систем развития креативных индустрий: передовая, переходная и стартовая (табл. 1) [2]. Высшая школа экономики рассчитывает Российский региональный индекс креативных индустрий по субъектам РФ (РРИКИ). По итогам 2024 г. лидеры – прежние: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирская и Томская области. В топ-20 преобладают регионы из Европейской части России и Уральского федерального округа. Отмечается тенденция усиления поляризации между регионами, входящими в топ-10 и регионами из десятки, замыкающей рейтинг. Среди лидеров Центрального федерального округа – Ивановская область (6 место), Костромская область (7 место), Калужская область (11 место) [14].

Таблица 1

Классификация регионов по уровню зрелости региональных систем развития креативных индустрий
Table 1. Classification of regions according to the level of maturity of regional systems for the development of creative industries

Уровни зрелости	Характеристика	Значение Стандарта
Передовая	входят регионы, у которых уже реализованы шесть или более шагов Стандарта	могут дополнить свою существующую систему развития креативных индустрий на базе Стандарта, а также изучить лучшие практики регионов, которые приведены в Приложении к Стандарту, с целью дальнейшего внедрения в своем регионе
Переходная	входят регионы, которые реализовали менее шести шагов Стандарта, но не менее одного	могут внедрить недостающие шаги и изучить лучшие практики регионов.
Стартовая	входят регионы, которые еще не начали реализовывать мероприятия по развитию креативных индустрий	таким регионам рекомендуется разработать меры по внедрению всех 12 шагов Стандарта

Источник: составлено авторами по Региональному стандарту [2]

Наше изучение научных публикаций в e-library в 2024 и 2025 гг. показало, что креативные индустрии и креативные кластеры сосредоточены, в основном, в крупных городах, что характерно и для развитых стран мира, и для России. Так, многочисленны исследования развития КИ в Москве, Санкт-Петербурге, крупных, крупнейших городах и городах-миллионниках (Воронеж, Екатеринбург, Омск, Иркутск, Саратов, др.) – это обусловлено тем, что в крупных городах есть как спрос (потребители), так и предложение (специалисты). Вместе с тем в источниках приводятся примеры практики развития креативных кластеров в малых и средних городах – в Тульской области [15], Свердловской области (малый город Арамилы с численностью населения менее 2 тыс. чел. [16]). Исследование охватывает малые города и поселки нескольких субъектов РФ: Свердловской области (пос. Черноисточинск, малые города Сысерть и Арамилы, средний город Полевской), Челябинской области (г. Сатка), Кемеровская область (средний город Междуреченск), Алтайский край (Заринский район Тягунский сельсовет, малый город Белокуриха, средний город Новоалтайск) [17]. С развитием креативных индустрий в науке появляется понятие «креативного города», которое не только прорабатывается в теории, но и внедрено и практику, а также разрабатываются методики оценки креативности города [18].

В научном докладе «Индекс креативного потенциала городов» представлена группировка городов по кластерам. Объектом исследования выступили города разные по численности населения (от городов-миллионников до средних и малых городов), в число которых из ЦФО вошли следующие города:

- город-миллионник Воронеж, крупный город – Балашиха, большие города: Брянск, Владимир, Иваново, Калуга, Кострома, Курск, Орел, Смоленск, Тамбов, Тверь,

- средние и малые города (до 100 тыс. чел.): Липецк, Рязань, Тула, Ярославль; Ковров (Владимирская область), Новомосковск (Тульская область), Обнинск (Калужская область), Рыбинск (Ярославская область), Города были разделены на 6 кластеров: космополиты, региональные центры, города с «достатком», города местного значения, холодные города, точки притяжения.

Перечень показателей креативного потенциала включает: по разделу «Бизнес» – 13 показателей, по разделу «Бренды» – 12 показателей, по разделу «Город» – 20 показателей, по разделу «Власть» – 7 показателей, по разделу «Люди» – 8 показателей [3]. Графические профили городов Владимир, Иваново, Кострома, Ярославль представлены на рис. 1.

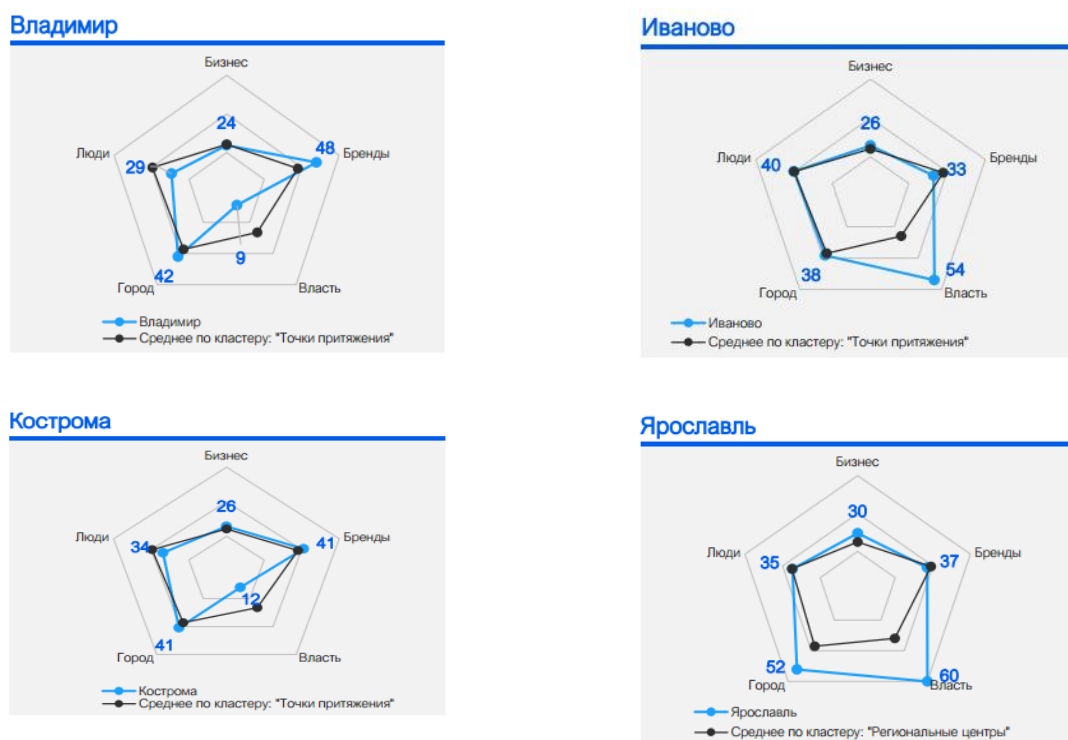


Рис. 1. Графические профили городов [3]
Fig. 1. Graphic profiles of cities

В докладе «Индекс креативного потенциала в городах России» даются следующие рекомендации для кластеров городов, например:

- для городов с «достатком» – это административные (поддержка культурных и образовательных проектов на базе уже существующих институций, создание финансовых и нефинансовых программ поддержки проектов в сфере КИ), инфраструктурные (обновление и актуализация культурных объектов, создание общественных зон и формирование комфортной городской среды);

- для городов-точек притяжения – это инфраструктурные (обеспечение доступности культурных объектов, стимулирование общественной дискуссии и интереса к КИ, создание общественных зон и формирование комфортной городской

среды); образовательные (создание и поддержка образовательных проектов в сфере КИ, создание краткосрочных и долгосрочных программ на базе существующих образовательных учреждений); финансовые (создание фондов развития и грантовых программ для проектов в сфере КИ);

- для городов местного значения – административные (расширение культурной повестки, формирование разнообразного досугового предложения; разработка и развитие актуального бренда города, актуализация исторического наследия); образовательные (создание краткосрочных и долгосрочных программ на базе существующих образовательных учреждений) [3].

Ключевые факторы, влияющие на лидерство городов, в кластерах представлены в табл. 2.

Таблица 2

Ключевые факторы, влияющие на лидерство городов в кластерах
Table 2. Key factors influencing urban leadership in clusters

Кластеры городов	Ключевые факторы	Эффекты
города с «достатком»	культурное предложение, доступность культурных объектов и культурного наследия.	Определяют степень вовлечения жителей в культурную повестку.
	интенсивность культурной жизни (количество выставок и подобных мероприятий); инфраструктурная доступность культуры и степень удовлетворенности городской средой.	Обеспечивает спрос на новые смыслы и диалог, трансформирующийся в креативные проекты.
	наличие программ поддержки и реально действующих инструментов развития креативных индустрий.	Влияет на успешность города. Внедрение бренда города является частью этих процессов и работает на синергию.
Города местного значения	Высокий спрос на образование и развитие со стороны местных жителей.	Образование является социальным лифтом и инструментом обретения экономической устойчивости. Интерес к творческим темам в поисковиках говорит об интересе населения городов в самовыражении и, возможно, запросе на более широкую реализацию.
	У всех городов-лидеров высокая доступность культурного наследия (доля населения, проживающего в 3 км от объектов культуры и досуга).	Может говорить как о формировании локального предложения и экономики вокруг культурно-досуговых объектов, так и о дефиците иных «якорных» направлений и точек роста в городах в области креативных индустрий.
	Туристическая привлекательность городов-лидеров.	Влияет на успех: высокая оценка местного ресторанного предложения говорит о значимости этого фактора, как для местных жителей, так и туристов, оценивающих уровень и качество этой части рынка.
города-точки притяжения	Интегральный показатель качества образования.	Важен для городов-лидеров кластера (актуальная повестка как для жителей, так и для власти). Города-лидеры имеют крупные университеты с высокими позициями во внутрироссийских рейтингах.
	Доступность культурных и досуговых объектов и интенсивность культурной жизни.	Создает эффект синергии вместе с образованием (высокий уровень образования создает запрос на качественное и разнообразное культурное предложение, которое повышает уровень человеческого потенциала)
	Города-лидеры кластера реализуют свой туристический потенциал различными способами, однако одинаково обращают внимание на символические оценки (рейтинги).	Для одних городов актуальна оценка уровня кафе, ресторанов и баров (косвенные оценки повышают интерес туристов и, как следствие, рост соответствующего предложения). Для других городов это выражается во внимании властей к развитию бренда своего города.

Источник: составлено авторами по [3]

Наше исследование развития креативных кластеров (КК) в регионах показало следующее. В Стратегии-2036 выделен проект «Создание креативных кластеров в регионах России» – как один из проектов в сфере развития инфраструктуры [5]. Согласно федеральному закону от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»: «креативный кластер» – определенная территория, на которой расположены объекты недвижимости и необходимая инфраструктура, используемые для осуществления деятельности субъектами креативных индустрий и иными лицами, деятельность которых направлена на создание условий для эффективной деятельности субъектов креативных индустрий, и существуют условия для создания, продвижения на внутреннем и внешнем рынках, распространения и (или) реализации креативных продуктов и развития человеческого потенциала» [19, 20]. В России действует Союз креативных кластеров, миссия которого заключается в качественном изменении экономической модели России: переход от преимущественно сырьевой к преимущественно креативной экономике. Его цель – создание условий для развития креативных кластеров, креативных индустрий и творческих профессионалов. На сайте Союза отмечены лидеры креативного развития среди российских промышленных зон названы Центр творческих индустрий «Фабрика» (Москва), Центр современного искусства «Винзавод» (Москва), Центр дизайна ARTPLAY (Москва), Творческий индустриальный кластер «Октава» (Тула), Культурный центр «Октябрь» (Белгород), Креативный кластер «КАМЕНКА» (Красноярск), Центр креативных индустрий SVOBODA2 (Челябинск), Креативный кластер "Дизайн Центр" (Саратов), Центр графической культуры "Графит", Городской центр "Арт-КВАДРАТ" (Уфа), ДК Кирова (Санкт-Петербург) и Арт-завод "Доренберг" (Иркутск).

В регионах создаются креативные кластеры, например, в Краснодарском крае – кластер социальных и креативных индустрий, в Ярославской области – кластер креативных индустрий и IT и т.д. Также в Ярославле развивается образовательный кластер СПО «Искусство и креативная индустрия». Он создан на базе Ярославского государственного колледжа, при этом колледжами-партнерами выступают Переславский колледж им. А. Невского, Рыбинский полиграфический колледж, Ярославский колледж управления и профессиональных технологий. Миссия данного кластера – создание эффективной практико-ориентированной системы подготовки кад-

ров в сфере «Искусство и креативная индустрия» Ярославской области. В Мурманской области утверждена стратегия создания и развития Кластера северного дизайна до 2020 г. и на период до 2025 г.

В Меморандуме о создании кластера Северного дизайна на территории Мурманской области записано, что «кластер северного дизайна Мурманской области это кластер субъектов сферы дизайна и смежных отраслей, в котором дизайн, искусство, творчество, образование, производство, прикладная наука через совместную деятельность и события превращаются в новые проекты, связи, энергию, идеи и продукты».

В городах Мурманской области представлены субкластеры, выступающие как точки роста: Дизайн / Архитектура; Издательское дело; Маркетинг, Moda / текстиль / одежда; Муниципалитет; Ремесла, Цифровые технологии.

Выделяются проблемы развития КК в российских регионах: проблемы в области интеллектуальной собственности и защиты авторских прав; отсутствие комплексных и системных мер поддержки недостаточное развитие кадровой политики и талант-менеджмента; наличие межрегиональной конкуренции и борьбы за ресурсы и рынки сбыта между предприятиями, производящими аналогичную продукцию, др.; слабое развитие инфраструктуры, бюрократические и административные барьеры, затрудняющие функционирование и развитие креативных кластеров [21, 22], др.

К причинам неудачных практик создания КК ученые и аналитики относят: слабую систему управления и маркетинга; недостаточно проработанную стратегию создания; отсутствие поддержки со стороны местных органов власти; недостаточное финансирование, что влияет на состояние инфраструктуры, отсутствие маркетинговой поддержки; недоучет специфики региона, где планируется создание кластера.

Так, авторы предлагают методику оценивания потенциалов региона при создании креативного кластера: социально-экономического потенциала – по показателям экономической структуры (5 показателей), социальной среды (5), человеческого капитала (5) и инфраструктурного потенциала – по показателям транспортной доступности (3), коммуникационной инфраструктуры (2), деловой инфраструктуры (3), специализированной инфраструктуры (3), городской среды (4).

Высказывается мнение, что единого шаблона для создания кластеров нет, многое зависит от особенностей региона, возможностей и запросов со стороны творческого сообщества; а для устойчивого развития региона необходима взаи-

мосвязь креативных индустрий региона с ключевыми отраслями экономики, имеющими наибольший вклад в валовой региональный продукт. В Стратегии социально-экономического развития-2030 (далее Стратегия) Ивановской области предусмотрено развитие туристско-рекреационного кластера и промышленного кластера (в текстильном и швейном производстве). В Стратегии в сфере текстильно-швейного кластера обозначены задачи, связанные с разработкой креативных продуктов и технологий: поддержка создания и развития российских брендов одежды; развитие производства из вторсырья (вторичная переработка), экосырья (натуральные волокна и красители); создание современного R&D-центра потребительских предпочтений; др. Данный кластер создаст «точку роста» Ивановской области – за счет формирования конкурентоспособного туристского продукта и вовлечения в туристский оборот исторических и культурных достопримечательностей, как Ивановской области, так и соседних областей (Владимирской, Костромской, Нижегородской и Ярославской). В Ивановской области успешно развивается текстильная и fashion-индустрия; серьезное внимание уделяется развитию КИ в малых городах.

С целью раскрытия потенциала КИ в Ивановской области летом 2025 г. в городах Юрьевце и Шуе прошел первый всероссийский форум «Российская креативная неделя. Малые города». В центре внимания были традиционные для области сферы: текстиль и мода, народные художественные промыслы, гастрономия, кинематограф. Цель креативной недели была связана с разработкой практических рекомендаций и дорожных карт по развитию креативного сектора в малых городах региона. В Шуе прошли дискуссии о роли креативных индустрий в формировании ценностного пространства малых городов; развитие гастротуризма и продвижение локальных продуктовых брендов; развитие текстильной промышленности (решение кадровых вопросов, модернизация производств, коллаборация с дизайнерами). В Юрьевце обсуждались вопросы монетизации ремесленного труда и поддержке мастеров; использование культурного и природного потенциала Ивановской области для привлечения кинопроектов. Осенью 2025 г. в Ивановской области прошел арт-фестиваль «квАRTал» – на базе Ивановской областной библиотеки для детей и юношества мероприятие объединило современное искусство, музыку и интерактивное творчество. Программа включала мастер-классы, постановки плейбэк-театра «Точка сборки», выступления кавер-

группы «Полтакта», музыкальные и арт-квизы, фотозоны и многое другое. На фестивале каждый мог попробовать себя в роли художника, музыканта или перформанс-артиста. В малых городах и исторических поселениях Ивановской области развиваются более 20 видов народных художественных промыслов и ремесел: берестоплетение, бисероплетение, бондарство, глиняная игрушка, гончарство, деревянная игрушка, ковроткачество, кружевоплетение, роспись по дереву, лозоплетение, лоскутное шитьё, мыловарение, народная кукла, ручное мокрое валяние, ручное ткачество, строчевая вышивка, художественная вышивка, художественная деревообработка, в том числе резьба, художественная соломка, ювелирное ремесло, др. Координацией развития народных промыслов и ремесел выступает Ивановский областной координационно-методический центр культуры и творчества.

ВЫВОДЫ

В настоящее время для креативной экономики и креативного пространства России характерна гиперцентрализация и концентрация человеческого капитала и креативных ресурсов в Москве и некоторых других крупных городах, что вызывает необходимость более весомой поддержки развития креативных индустрий в малых и средних городах. Наше исследование показало, что большинство публикаций касается развития креативных кластеров в городах-миллионниках, крупных и крупнейших городах России.

С 2020-х гг. в нашей стране активно формируется нормативно-правовая база дальнейшего развития и поддержки креативных индустрий.

Пилотным субъектом внедрения креативных кластеров с 2020 г. стала Свердловская область, где наряду с региональной столицей г. Екатеринбург и большим городом Нижний Тагил в кластер включены два малых города Арамилы и Сысерть, а также посёлок Черноисточинск. Наше исследование показало, что малые города тоже активно включаются как в развитие креативных индустрий, так и в создание креативных кластеров. Например, дальнейшее развитие креативного кластера в Свердловской области предусматривает создание двух новых креативных кластеров в малых городах: Невьянск и Алапаевск.

В Ярославской области кластер креативных индустрий развивается параллельно с кластером IT и образовательным кластером СПО «Искусство и креативная индустрия». В Ивановской области креативные индустрии развиваются параллельно с развитием других кластеров: текстильно-

швейного и туристического. В регионе успешно развивается текстильная и fashion-индустрия. В Ивановской области развиваются народные художественные промыслы и ремесла 20 видов. В Ивановской области проходят событийные мероприятия в сфере креативных индустрий: I Всероссийский форум «Российская креативная неделя. Малые города» (август 2025 г.), арт-фестиваль «квARTал» (сентябрь 2025 г.).

В настоящее время ставится задача сделать малые города области «точками» экономического роста и привлечения инвестиций.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов, требующего раскрытия в данной статье.

The authors declare the absence a conflict of interest warranting disclosure in this article

ЛИТЕРАТУРА

REFERENCES

1. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. <http://static.government.ru/media/files>.
2. Региональный стандарт развития креативной экономики АСИ. 2023. С. 5. <https://asi.ru/creative/standart>.
3. Индекс креативного потенциала в городах России. ВЭБ. РФ; Технология доверия. Июнь 2022. 120 с. <https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative>.
4. МЭР: вклад креативных индустрий к 2030 году вырастет до 6%. <https://tass.ru/ekonomika>.
5. Стратегия развития креативной экономики в Российской Федерации до 2036 года (проект). <https://www.economy.gov.ru/material/file/5221cb1fd9eea32c500bb3f4>.
6. **Новокшорова З.В.** Потенциал развития малых и средних городов в сфере креативных индустрий на примере Верхней Салды. Труды III Гранберговской конференции, Всерос. конф. «Пространственный анализ социально-экономических систем: история и современность»: сб. докладов (г. Новосибирск, 11–13 октября 2023 г.). Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2023. С. 269–275.
7. **Андрейченко Н.Н.** Креативные индустрии как стимул социально-экономического развития малых городов. *Мир русскоговорящих стран*. 2024. № 3 (21). С. 133–137.
8. **Дидковская Я.В., Вишневецкий Ю.Р., Нотман О.В.** Молодежные креативные локальности как объект социологического исследования. *СОЦИС*. 2025. № 3. С. 54–64.
9. **Баранов А.В., Котлярова О.В.** Практические исследования креативных городских пространств: региональный аспект. *Вестник экспертного совета*. 2020. № 2-3 (21-22). С. 3–10.
10. **Аксеник М.А.** Креативные индустрии: возможности для развития города. Бренд-менеджмент пространств: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт. Тюмень: Тюменский государственный университет, 2020. С. 182–188.
11. Творческие индустрии как фактор развития социокультурного пространства: монография. Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2015. С. 148.
12. **Грицких Н.В., Кононова О.Н., Рыбак Н.С.** Развитие креативных индустрий в условиях цифровизации. *Социология*. 2022. № 6. С. 39–47.
13. **Балюшина Ю.Л.** Креативные индустрии как фактор развития малых провинциальных городов России. Милутинские чтения. Личность в условиях российской провинции: сб. науч. работ Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. (г. Череповец – г. Вологда, 20–22 апреля 2023 г.). Череповец: Изд-во «Сад-огород», 2024. С. 71–77.
1. The concept of the development of creative industries and mechanisms for their state support in large and major urban agglomerations until 2030. <http://static.government.ru/media/files>.
2. The ASI Regional Standard for the Development of the Creative Economy. 2023. P. 5. <https://asi.ru/creative/standart>.
3. Index of creative potential in Russian cities. WEB. Russian Federation; Technology of trust. June 2022. 120 p. <https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative>.
4. MAYOR: the contribution of creative industries will grow to 6% by 2030. <https://tass.ru/ekonomika>.
5. Strategy for the development of the creative economy in the Russian Federation until 2036 (draft). <https://www.economy.gov.ru/material/file/5221cb1fd9eea32c500bb3f4>.
6. **Novokshonova Z.V.** The development potential of small and medium-sized cities in the field of creative industries on the example of Verkhnyaya Salda. Proceedings of the III Granberg Conference, All-Russian Conference "Spatial analysis of socio-economic systems: history and modernity": collection of reports (Novosibirsk, October 11-13, 2023). Novosibirsk: IEOPP SB RAS, 2023. P. 269–275.
7. **Andreichenko N.N.** Creative industries as an incentive for the socio-economic development of small towns. *The world of Russian-speaking countries*. 2024. N 3 (21). P. 133. 137.
8. **Didkovskaya Ya.V., Vishnevsky Yu.R., Notman O.V.** Youth creative localities as an object of sociological research. *SOCIS*. 2025. N 3. P. 54–64.
9. **Baranov A.V., Kotlyarova O.V.** Practical research of creative urban spaces: a regional aspect. *Bulletin of the Expert Council*. 2020. N 2-3 (21-22). P. 3–10.
10. **Aksenik M.A.** Creative industries: opportunities for the development of the city. Brand management of spaces: collection of articles of the All-Russian scientific and practical conference. Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Tyumen State University, Institute of Finance and Economics. Tyumen: Tyumen State University, 2020. P. 182–188.
11. Creative industries as a factor in the development of socio-cultural space: a monograph. Novosibirsk: Publishing house of ANS SibAK, 2015. P. 148.
12. **Gritskikh N.V., Kononova O.N., Rybak N.S.** The development of creative industries in the context of digitalization. *Sociology*. 2022. N 6. P. 39–47.
13. **Balyushina Yu.L.** Creative industries as a factor in the development of small provincial towns in Russia. Milutin readings. Personality in the conditions of the Russian province: collection of scientific works of All Russian (from the international scientific and practical conference (Cherepovets Vologda, April 20-22, 2023). Cherepovets: Sad-Ogorod Publishing House, 2024. P.71-77.

14. Петрова Л.Е., Быстрова Т.Ю. Сайнс слэм в работе с наследием: кейс Арамилского креативного кластера, 2023. *Теории и практики культуры*. 2023. № 4. С. 24–33.
15. Баскакова И.В., Дербенева В.В., Тургель И.Д., Цепелева А.Д. Локальная идентичность как основа формирования креативных кластеров в городах Урала и Сибири. *Креативная экономика*. 2023. Том 17. № 12. С. 4729–4748.
16. Домнина С.В., Дворцова О.Г., Кусков В.М. Практика создания сельских культурно-туристических кластеров в креативной экономике региона. *Экономика и предпринимательство*. 2024. № 6 (167). С. 695–699.
17. Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации».
18. Союз креативных кластеров. <https://www.unitedclusters.ru>
19. Николаева Е.Е., Берендеева А.Б., Рычихина Н.С. Социально-экономические характеристики малых городов разных типов (на примере Ивановской области). *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2023. №4 (76). С. 40–54. DOI:10.6060/snt.20237604.0006
20. Валинурова А.А., Валинуров Т.Р., Данилова С.В. Методика рейтинговой оценки регионов на основе управления дефицитом бюджета. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2023. № 2(56). С. 53–61. DOI: 10.6060/ivecofin.2023562.643
21. Баринов М.А. Социально-экономический генезис регионов: показатели инновационного развития. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2025. № 4(84). С. 13–20. DOI:10.6060/snt.20258404.00002.
22. Алексеев О.А. Комплексный анализ бюджетной устойчивости региона (на примере Ставропольского края). *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2025. № 04(66). С. 6–18. DOI: 10.6060/ivecofin.2025664.739
14. Petrova L. E., Bystrova T. Yu. Science Slam in working with heritage: the case of the Aramil Creative Cluster, 2023. *Theories and practices of culture*. 2023. N 4. P. 24–33.
15. Baskakova I.V., Derbeneva V.V., Turgel I.D., Tsepeleva A.D. Local identity as the basis for the formation of creative clusters in the cities of the Urals and Siberia. *Creative economy*. 2023. V 17. N 12. P. 4729–4748.
16. Domnina S.V., Dvortsova O.G., Kuskov V.M. The practice of creating rural cultural and tourist clusters in the creative economy of the region. *Economics and entrepreneurship*. 2024. N 6 (167). P. 695–699.
17. Federal Law No. 330-FZ dated 08.08.2024 "On the Development of Creative Industries in the Russian Federation".
18. Union of Creative Clusters. <https://www.unitedclusters.ru>
19. Nikolaeva E.E., Berendeleva A.B., Rychikhina N.S. Socio-economic characteristics of small towns of different types (on the example of the Ivanovo region). *Modern high technology. Regional application*. 2023. N 4 (76). P. 40–54. DOI: 10.6060/snt.20237604.0006
20. Valinurova A.A., Valinurov T.R., Danilova S.V. Methodology for rating regions based on budget deficit management. *Ivekofin*. 2023. N 2(56). P. 53–61. DOI: 10.6060/ivecofin.2023562.643
21. Barinov M.A. Socio-economic genesis of regions: indicators of innovative development. *Modern high technology. Regional application*. 2025. N 4(84). P. 13–20. DOI:10.6060/snt.20258404.00002.
22. Alekseev O.A. Comprehensive analysis of the budgetary stability of the region (on the example of the Stavropol Territory). *Ivekofin*. 2025. N 04 (66). P. 6–18. DOI: 10.6060/ivecofin.2025664.739

Поступила в редакцию (Received): 11.12.2025
Принята к опубликованию (Accepted): 05.02.2026