

**УДК 009.00**

## **АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ**

**Шавкунова К.А.** (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»),

**Научный руководитель – кандидат социологических наук, доцент Ненько А.Е.**

(Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

### **Аннотация**

В работе представлен анализ развития креативных индустрий в России и за рубежом. Поднимаются вопросы доли креативных индустрий в экономике и локализации креативных предпринимателей, которые способствуют быстрому развитию креативного сектора. Основной целью было проанализировать теоретические материалы по теме креативных индустрий и креативной экономики. В задачи исследования входит изучение существующих классификаций индустрий и креативных пространств, а также оценка доли креативных индустрий в экономике.

Развитие креативных индустрий выступает как один из весомых факторов социально-экономического развития постиндустриальной экономики. Считается, что креативная экономика характеризуется высокой добавленной стоимостью и изобретением новых благ в современных условиях автоматизации. Согласно докладу Организации Объединенных Наций, креативные индустрии стимулируют экономический рост. Например, в Лондоне и Берлине доля креативных индустрий в валовом внутреннем продукте города превышает данные по России в целом. Зарубежные исследователи изучали данную проблематику в разрезе глобализации и улучшения качества городской жизни.

Первые креативные пространства начали развиваться в Великобритании. В бывших промышленных городах появлялись небольшие творческие компании, которые со временем формировали креативные кварталы, кластеры или другие образования, которые заметно улучшали экономические показатели города.

На основе литературного обзора была выявлена проблема изучения креативных индустрий в России, которая заключается в сложности классификаций и границ между индустриями. В России также отсутствуют статистические данные, которые можно проанализировать.

Компании, которые основаны на творческом подходе и инновациях, сложно поддаются исчислению. Их объединяет идейная и инновационная составляющая, они могут появиться в любом секторе экономики. Существует много систем классификации креативных индустрий. Одним из первых, кто составил систему классификации креативных индустрий был Д. Тросби, который сформировал концентрический круг. Наиболее популярными зарубежными моделями классификации являются Британская модель, модель ВОИС, концентрическая модель, символично-текстовая модель. В каждой из них используется разные критерии отбора и, соответственно, состав отраслей. Модели различаются также из-за политических, социально-экономических и культурных особенностей стран, в которых они создаются.

На основе обзора примеров в Санкт-Петербурге и Москве был сделан вывод, что креативные пространства в России включают все отрасли развлечений. Местоположение креативных пространств определяется ценовой политикой на арендные помещения, поэтому большинство пространств располагается в бывших промышленных районах города или за чертой города. В организации пространств значительное внимание уделяется дизайну и благоустройству конкретного места

Поддержка и инициатива в создании и продвижении креативных индустрий не имеет единого сценария. Индустрии финансируются государством, частным инвестированием или самостоятельными усилиями предпринимателей.

Различные градостроительные механизмы могут способствовать объединению различных креативных предпринимателей для выхода инновационных креативных проектов на рынок и способствовать равномерному развитию креативных индустрий.

Шавкунова К.А. (автор)

Ненько А.Е. (научный руководитель)