

УДК 332.8; 353.2

DOI: 10.24412/1998-5533-2026-2-90-96

© Назаровский Е.Б., Дианов С.А., 2026

Креативные индустрии в промышленном регионе России: муниципальный уровень**Назаровский Егор Борисович**

Преподаватель кафедры информационных технологий в бизнесе
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»

(101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20; e-mail: EBNazarovskii@hse.ru;
ORCID: 0009-0001-9690-579X)

Дианов Сергей Александрович
Доктор исторических наук, профессор кафедры
государственного управления и истории Пермского национального
исследовательского политехнического университета

(614990, г. Пермь, Комсомольский проспект, д. 29; e-mail: sadianov@gmail.com;
ORCID: 0000-0001-6536-6853)



В статье содержатся результаты авторского исследования, посвященного изучению динамики развития креативных индустрий в промышленно развитых регионах России. Базой для наблюдения выбран Пермский край – промышленный регион, где за последние годы состоялось формирование креативных профилей (направлений) практически во всех муниципальных образованиях. Методологическим основанием для проведения исследования определен экономоцентристский подход, включающий теории креативного класса и креативного города, которые сегодня являются особенно востребованными в науке о государственном и муниципальном управлении. В ходе исследования были сделаны выводы о том, что к началу 2026 г. в Пермском крае получили наибольшее развитие креативные профили, связанные с организацией развлечения и досуга, а также объекты культурного наследия, исполнительских искусств, народно-художественных промыслов и ремесел, аудиовизуальных материалов. При этом серьезным риском признается установленный факт: двадцать один муниципалитет специализируется только на одном направлении, максимальный же потенциал развития имеют всего лишь четыре округа, включая город Пермь. Авторы полагают, что полученные данные могут использоваться при корректировке действующих социально-экономических стратегий развития территорий промышленного региона.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, промышленный регион, муниципальные образования, креативные профили, развитие территорий, диверсификация, Пермский край

Для цитирования: Назаровский Е.Б., Дианов С.А. Креативные индустрии в промышленном регионе России: муниципальный уровень // Вестник экономики, права и социологии. 2026. № 2. С. 90–96. DOI: 10.24412/1998-5533-2026-2-90-96.

Введение

Креативные индустрии являются важным фактором социально-экономического развития России, в особенности для ее регионов [1; 2]. В Российской Федерации активно формируются соответствующие политические и стратегические инициативы. В августе 2024 г. принят Федеральный закон № 330 «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», который вступил в силу 5 февраля 2025 г. и закрепил за Министерством экономического развития России полномочия по координации развития сектора, систематизации и расширению спектра мер поддержки для индивидуальных предпринимателей и представителей малого и среднего бизнеса, занятых в креативном секторе (рис. 1) [3].

На региональном уровне приоритетные направления развития креативных индустрий закрепляются в стратегических документах субъектов РФ, в более чем 55 регионах используется региональный стандарт развития креативных индустрий, разработанный и обновляемый Центром развития креативной экономики Агентства стратегических инициатив (АСИ) по поручению Президента РФ. В обновленном варианте содержится 14 шагов – от работы с инвестициями до вопросов интеллектуальной собственности [4].

Динамика развития креативных индустрий в фокусе теории и практики

Доля креативных индустрий в ВВП страны в 2025 г. составила 4,2 % (в 2024 г. – 3,9 % по уточненным данным Росстата) (рис. 2), средние темпы прироста ~0,2 % ВВП в год, достижение показателя в 6 % к 2030 г. было включено в перечень национальных целей развития страны [5]. Сектор малого и среднего предпринимательства в России является ключевым драйвером экономического роста и занятости (рис. 3). Структуру креативного сектора в большинстве формирует как раз малое и среднее предпринимательство (МСП), порядка 80 % среди всех творческих организаций. Поддержка данного сектора входит в число приоритетов государствен-

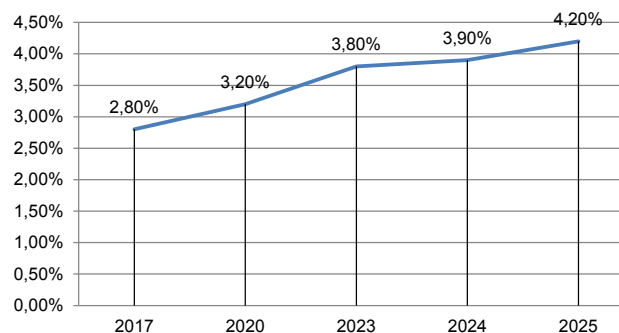


Рис. 2. Доля креативных индустрий в ВВП России в 2017–2025 гг., %

Составлено авторами на основе данных Росстата и Министерства экономического развития РФ.

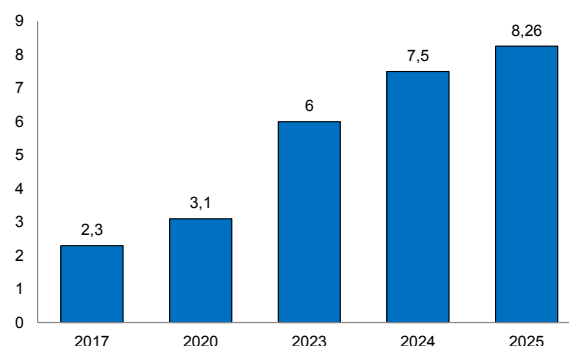


Рис. 3. Доля креативных индустрий в ВВП России в 2017–2025 гг., трлн руб.

Составлено авторами на основе данных Росстата и Министерства экономического развития РФ.

ной политики, что подтверждается реализацией национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика» (рис. 4). Прирост количества креативных МСП составил 11 % (за период с сентября 2024 г. по ноябрь 2025 г.), а общее количество таких предприятий превысило 405,7 тыс. (6,1 % от общего числа субъектов МСП в России). Доля молодых предпринимателей до 35 лет среди индивидуальных предпринимателей в сфере креативных индустрий составляет более 40 % [6].

Концепция «креативных индустрий» впервые стала формироваться как самостоятельная экономическая категория в конце XX в., тем

не менее исторические корни были связаны с более ранними попытками исследователей систематизировать творческую деятельность как объект рыночных и культурных процессов. Так, Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер в 1947 г. первыми предложили термин «культурные индустрии» (*cultural industries*) для описания процесса коммерциализации индустрии развлечений и их стандартизации, а именно в сфере фильмографии, радиопередач, звукозаписи и издательского дела [7]. Однако работа авторов



Рис. 1. Изучение нормативно-правовой базы в сфере креативных индустрий в России

Составлено авторами.

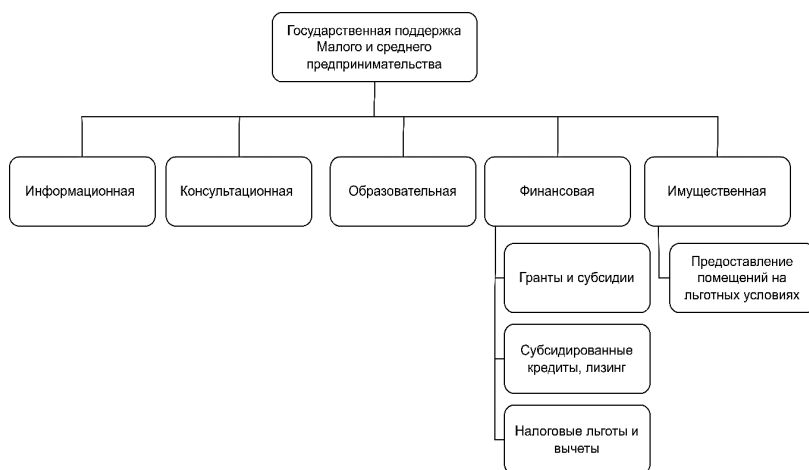


Рис. 4. Вариации государственной поддержки МСП в РФ

Составлено авторами.

сфокусировалась на индустриализации культурного производства, но не учитывала потенциала нематериальных ресурсов (информации, знаний) и индивидуальной креативности, который стал центральным в дальнейших исследованиях. Именно в период с конца 1940-х до начала 1990-х гг. в развитых странах наблюдался динамичный этап перехода от индустриального к постиндустриальному укладу. Производство переместилось в страны с дешёвой рабочей силой, а в экономике Запада росла доля сферы услуг и интеллектуального труда. Культура и бизнес тесно взаимодействовали: кино, телевидение, музыка, реклама приобретали всё большее экономическое и общественное значение среди населения. С 1970-х гг. взаимосвязь между культурой и экономикой усилилась. Кино, телевидение, музыка и реклама перестали быть чисто развлекательными инструментами и стали частью рыночных механизмов. Например, в 1970-е гг. Голливуд начал активно использовать маркетинговые стратегии, связанные с продажей сопутствующих товаров (игрушки, одежда, видеоигры), что превратило кино в глобальный бизнес. Аналогичная тенденция наблюдалась в музыке: крупные лейблы.

По настоящему ключевым этапом в становлении современного определения стало появление термина «креативные индустрии» (*creative industries*) в Великобритании в 1998 г. Оно было связано с политикой «новых лейбористов», которые взяли курс на модернизацию экономики и обновление имиджа страны. Ранее, в 1992 г. правительство консерваторов Британии путем слияния нескольких ведомств сформировало Министерство национального культурного наследия (*DNH*) для контроля за развитием искусств, телерадиовещания, киноиндустрии, спорта, архитектуры и исторических мест, королевских парков и туризма. После прихода к власти правительство лейбористов Тони Блэра в 1997 г. создало Министерство культуры, медиа и спорта (*DCMS*), которое учредило рабочую группу по креативным

индустриям, целью которой стало определение и измерение влияния креативной экономики. В отчёте *DCMS* креативные индустрии были определены как «деятельность, которая берет начало в индивидуальном творчестве, навыках и талантах, которые имеют потенциал для создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет создания и эксплуатации интеллектуальной собственности». Данный подход лег в основу государственной политики и стал отправной точкой для международных исследований. В докладе *DCMS* были впервые выделены 13 креативных направлений: от архитектуры до разработки ПО и компьютерных игр (рис. 5) [8].

Расширение концепции произошло в начале 2000-х гг. благодаря работам Дж. Хокинса, который ввёл термин «креативная экономика» (*creative economy*). В книге 2001 г. «Креативная экономика: как люди зарабатывают на идеях» Хокинс рассматривал креативность как стратегический ресурс, способный генерировать инновации и конкурентоспособность на глобальных рынках, включая технологии, образование и предпринимательство. В своем исследовании он выделил 15 креативных направлений, включая дизайн, кино, музыку, литературу, цифровые технологии и моду, подчеркивая их роль в глобальной трансформации экономики [9].

В это же время организация ЮНЕСКО активно продвигала идею культурной политики, связывающей устойчивое развитие с творческим потенциалом стран, подчёркивая роль креативных индустрий в объединении традиций и инноваций, особенно в развивающихся регионах. В 2011 г. ученые из Кейптауна на основе британского подхода к креативным индустриям представили исследование, в результате которого авторы смогли расширить определение, подчеркнув, что креативные индустрии включают не только традиционные культурные секторы (искусство, музыка, литература), но и современные



Рис. 5. Перечень креативных индустрий DCMS (1998)

коммерческие направления, такие как цифровые технологии, дизайн и архитектура. Дополнительно авторы представили структуру креативной экономики, содержащую три основных блока. Индустрии авторского права включают в себя индустрии поставки, продаж и распределения, а также культурные индустрии [10].

Сектор креативных услуг обладает потенциалом создания высокой добавленной стоимости, что делает его привлекательным не только для малых и средних предпринимателей, но и для инвесторов. Большинство открытых креативных индустрий обладают низким барьером входа на рынок, что дает малонаселённым пунктам дополнительные возможности к преодолению ограничений развития и обеспечению сбалансированного территориального роста. В то же время оценка креативной экономики традиционно сталкивается с фундаментальной методологической проблемой: как измерить нематериальную ценность, инновационность и культурное влияние? Мониторинг состояния креативных индустрий как в зарубежной практике, так и в РФ в настоящее время строится на комплексном анализе количественных показателей. Анализ состояния субъектов креативных индустрий в российских регионах основывается на данных, предоставляемых преимущественно Росстатом РФ, Федеральной налоговой службой РФ, Федеральной таможенной службой и Банком России [11; 12]. К числу основных показателей относятся: численность субъектов малого и среднего предпринимательства, объем импорта/экспорта креативных товаров и услуг, производительность труда, доля креативного сектора в ВВП/ВРП [13].

Пермский край: территории и креативные профили

Для выявления и оценки креативных видов экономической деятельности на муниципальном уровне Пермского края как крупного промышленного

региона страны целесообразнее всего использовать многомерную типологию, сочетающую анализ количественных данных и качественной специфики развития креативных индустрий, выделив группы муниципальных образований Пермского края (40 муниципальных, 3 городских округа – данные согласно ОКТМО (ОК 033-2013) по Пермскому краю с изменениями от 01.02.2025). Для определения креативных профилей территории использовались данные платформы СПАРК, Росстат (табл. 1–2).

По результатам анализа определено количество упоминаний и удельный вес каждого профиля в общей структуре креативных специализаций Пермского края (табл. 3).

Также рассчитан показатель уровня диверсификации креативных профилей муниципалитетов Пермского края (табл. 4).

Заключение

Анализ муниципальных образований Пермского края показал, что в регионе преобладают направления, связанные с организацией развлечения и досуга, а также объекты культурного наследия, исполнительских искусств, народно-художественных промыслов и ремесел, аудиовизуальных материалов. Средний уровень диверсификации составляет 1,60 профиля на одну территорию, при этом двадцать один муниципалитет специализируется только на одном направлении, а максимальный потенциал развития имеют лишь четыре округа, включая региональный центр – город Пермь. Полученные данные могут использоваться как дополнительные материалы для реализации действующих социально-экономических стратегий развития территорий, понимания перспектив и рисков при создании межмуниципальных кластеров и запуска эффективных проектов, основанных на сильных сторонах каждой территории промышленного региона.

Таблица 1

Креативные профили (сформированы на основе приказа Министерства экономического развития РФ № 266 от 23.04.2025)

Креативный профиль	Описание
«Культурный код и искусство»	Совокупность индустрий, направленных на сохранение и творческое использование исторической памяти, локальной идентичности и культурного потенциала через народные промыслы, музейно-выставочную деятельность, защиту объектов наследия, а также профессиональное музыкальное искусство
«Медиа и коммуникации»	Индустрии по созданию и распространению массового контента (кинопроизводство, издательское дело, телерадиовещание), работу цифровых медиаплатформ и новых медиа, а также сферу рекламы и связей с общественностью
«Технологии и проектирование»	Включают разработку ПО, видеоигр, архитектуру, урбанистику, дизайн, а также инженерное проектирование, промышленный дизайн и иные формы прикладных технологических решений
«Индустрии впечатлений»	Создание и организация опыта, эмоций и событий для человека через туризм, отдых, развлечения, гастрономию, культурно-досуговые и событийные практики, а также через формирование уникальных пространств и сценариев взаимодействия с территорией

Составлено авторами.

Таблица 2

Выделение креативных профилей
для территорий Пермского края

№	Территория	Профили
1	Александровский муниципальный округ	«Технологии и проектирование»
2	Бардымский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
3	Березовский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
4	Большесосновский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
5	Верещагинский муниципальный округ	«Технологии и проектирование»
6	Гайнский муниципальный округ	«Культурный код и искусство»
7	Горнозаводский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
8	Город Березники	«Технологии и проектирование», «Культурный код и искусство»
9	Город Кизел	«Индустрии впечатлений»
10	Губахинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений», «Культурный код и искусство»
11	Добрянский муниципальный округ	«Технологии и проектирование», «Индустрии впечатлений»
12	Еловский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
13	ЗАТО Звездный	«Технологии и проектирование»
14	Ильинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
15	Карагайский муниципальный округ	«Технологии и проектирование»
16	Кишертский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
17	Косинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
18	Кочевский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
19	Красновишерский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений», «Культурный код и искусство»
20	Краснокамский муниципальный округ	«Технологии и проектирование»
21	Кудымкарский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Медиа и коммуникации», «Индустрии впечатлений»

Продолжение таблицы 2

№	Территория	Профили
22	Куединский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
23	Кунгурский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Технологии и проектирование»
24	Лысьвенский муниципальный округ	«Технологии и проектирование», «Культурный код и искусство»
25	Нытвенский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Технологии и проектирование»
26	Октябрьский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
27	Ординский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
28	Осинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
29	Оханский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
30	Очерский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
31	Пермский городской округ	«Технологии и проектирование», «Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений», «Медиа и коммуникации»
32	Пермский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
33	Сивинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
34	Соликамский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
35	Суксунский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений», «Технологии и проектирование»
36	Уинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
37	Чайковский городской округ	«Индустрии впечатлений»
38	Частинский муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
39	Чердынский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений», «Медиа и коммуникации»
40	Чернушинский муниципальный округ	«Технологии и проектирование»
41	Чусовской муниципальный округ	«Индустрии впечатлений»
42	Юрлинский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»
43	Юсьвинский муниципальный округ	«Культурный код и искусство», «Индустрии впечатлений»

Составлено авторами.

Таблица 3
Количество упоминаний и удельный вес
креативных профилей по муниципалитетам
Пермского края

Профиль	Количество упоминаний	Удельный вес (в % от всех упоминаний)	Удельный вес (в % от всех 43 муниципалитетов)
«Индустрии впечатлений»	32	45,7 %	74,4 %
«Культурный код и искусство»	22	31,4 %	51,2 %
«Технологии и проектирование»	13	18,6 %	30,2 %
«Медиа и коммуникации»	3	4,3 %	7,0 %

Составлено авторами.

Таблица 4
Уровень распределения креативных
профилей Пермского края

Тип территории	Кол-во территорий Пермского края
Монопрофильные (1 профиль)	21
Двухпрофильные (2 профиля)	18
Многопрофильные (3-4 профиля)	4

Составлено авторами.

Литература:

- Цёхла С.Ю., Полищук Е. А. Креативные индустрии России как вектор экономического роста и занятости населения // Сервис в России и за рубежом. 2025. Т. 19. № 4. С. 101–108.
- Домнин О.В., Домнина С.В. Креативные индустрии как фактор устойчивого развития региона (на примере Самарской области) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 4. С. 17–29.
- Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912?ysclid=mpgg144p2jl03213831> (дата обращения: 21.05.2026).
- АСИ: креативный регистрант 2.0 учтет защиту интеллектуальной собственности/ URL: <https://tass.ru/ekonomika/25927165> (дата обращения: 21.05.2026).
- Вклад креативной экономики в ВВП в 2025 г. составил 8,26 трлн рублей/ URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/vklad_kreativnoy_ekonomiki_v_vvp_v_2025_godu_sostavil_826_trln_rubley.html?ysclid=mpggixtmpd954000981 (дата обращения: 21.05.2026).
- Корпорация МСП: молодежь в 2 раза чаще выбирает бизнес в креативных индустриях/ URL: <https://mcp.pf/services/news/detail/korporatsiya-msp-molodezh-v-2-raza-chashche-vybiraet-biznes-v-kreativnykh-industriyakh/?ysclid=mpggtyer64445543598> (дата обращения: 21.05.2026).
- Вейнмистер А.В., Иванова Ю.В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 38-48.
- Creative Industries Mapping Document / UK Department for Digital, Culture, Media & Sport. London : DCMS, 2001. 20 p.
- Хокинс Д. Креативная экономика. Как люди зарабатывают на идеях. М.: Классика XXI, 2011. 256 с.
- Understanding Creative Industries: their definitions, models, measurements and drivers / CAJ for Arterial network; compiled by C. Mabious. [S. l.]: Arterial Network, 2011. 34 p.
- Боос В.О., Гершман М.А., Гохберг Л.М., Куценко Е.С., Остащенко Т.В., Абанкина Т.В. Рейтинг креативных регионов России. Научный дайджест. Спецвыпуск № 3 / Отв. ред.: О.В. Ворон. НИУ ВШЭ, 2023. 34 с.
- Атлас экономической специализации регионов России / В.Л. Абашкин, Л.М. Гохберг, Я.Ю. Ефетин и др.; под ред. Л.М. Гохберга, Е.С. Куценко; НИУ «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2021. 264 с.
- Карпова Г.А., Михайлова А.В. Оценка устойчивости потенциала развития креативных индустрий в региональной экономике в условиях резильентности // Устойчивое промышленное развитие в условиях развития интеллектуальной экономики резильентности. СПб.: Изд-во Политех-Пресс, 2025. С. 229–252.

Creative Industries in Russia's Industrial Region: Municipal Level**Egor Borisovich Nazarovsky¹, Sergey Alexandrovich Dianov²**¹National Research University «Higher School of Economics» (Moscow, Russia),²Perm National Research Polytechnic University (Perm, Russia)

This article presents the results of a study examining the development dynamics of creative industries in industrialized regions of Russia. The Perm Krai, an industrial region where creative profiles (directions) have emerged in virtually all municipalities in recent years, served as the base for observation. The study's methodological basis is an econocentric approach, incorporating theories of the creative class and the creative city, which are particularly in demand today in the science of public and municipal administration. The study concluded that by the beginning of 2026, creative profiles related to entertainment and leisure, as well as cultural heritage sites, performing arts, folk arts and crafts, and audiovisual materials, would have developed most in Perm Krai. However, the established fact that twenty-one municipalities specialize in only one direction, while only four districts, including the city of Perm, have the greatest development potential, is recognized as a serious risk. The authors believe that the obtained data can be used to adjust current socioeconomic development strategies for the industrial region.

Keywords: creative economy, creative industries, industrial region, municipalities, creative profiles, territorial development, diversification, Perm Krai

