



УДК 911.3:312

DOI <https://doi.org/10.26516/2073-3402.2019.29.53>

Креативная экономика и креативная география: методологические подходы и практика

Т. И. Заборцева

*Институт географии им. В. Б. Сочавы СО РАН, г. Иркутск, Россия
Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

А. В. Балязина

Институт географии им. В. Б. Сочавы СО РАН, г. Иркутск, Россия

Аннотация. Тенденции к гуманизации географии способствуют укреплению контактов со смежными общественными дисциплинами, формируя новые научные направления исследований. Ведущими экономико-географами среди современных направлений как «полюсов роста» названа и креативная экономика, суть которой в настоящих условиях – смещение акцентов с материально-вещественных ресурсов на ресурсы интеллектуального и информационного характера. Статья посвящена обзору креативной экономики как базовому элементу «строительства» креативного города, создания инновационной среды, развития креативных отраслей, что с позиций пространственно-временного подхода в обозримом будущем составляет основу формирования отдельного научного направления – креативной географии. Определен современный состав творческих индустрий: реклама, художественный и антикварный рынок, архитектура, ремесла и прикладное искусство, мода, дизайн, кино и видео, музыка, исполнительные искусства (драматический и музыкальный театр, современный танец, различные шоу), литература и книгоиздание, программное обеспечение мультимедиа и интерактивные компьютерные программы, телевидение и радио. Указан потенциал формирования направлений креативной географии в отдельных научных областях, обучающих дисциплинах. Опыт экономико-географического изучения народных художественных ремесел представлен на примере Байкальского региона. Развитию ремесел способствует в числе прочих факторов возрастающий туристический поток на оз. Байкал (2,2 млн чел. в 2018 г.), обеспечивающий спрос на предметы творчества. Исходные данные настоящего исследования представлены преимущественно материалами экспедиционных тематических опросов. Пространственную характеристику, видовое разнообразие сибирских народных традиционных художественных ремесел представляет тематическая карта (в основе которой база данных самой крупной в Иркутской области общественной организации – Ассоциации мастеров народного творчества и художественных ремесел «Оникс»).

Ключевые слова: креативная экономика, креативная география, креативные индустрии, Байкальский регион, народные художественные ремесла.

Для цитирования: Заборцева Т. И., Балязина А. В. Креативная экономика и креативная география: методологические подходы и практика // Известия Иркутского государственного университета. Серия Науки о Земле. 2019. Т. 29. С. 53–67. <https://doi.org/10.26516/2073-3402.2019.29.53>

Введение

Интеграционные процессы в современной географии, тесное взаимодействие общественных наук заметно усилились в последней четверти XX столетия, что объясняется тенденцией гуманизации науки в целом. В свою

очередь современная гуманизация общественной географии способствует укреплению контактов со смежными общественными науками, в результате чего развиваются такие пограничные дисциплины, как пространственная экономика, экономическая климатология, география образа жизни, география социально-экономического развития и т. д. Важнейшим направлением постсоветской трансформации российской социально-экономической географии (СЭГ) стало расширение ее предметного поля за счет новых тем и направлений при сохранении старых. Особо отмечены (как «полюсы роста») П. Я. Баклановым, А. И. Трейвишем, В. Е. Шуваловым такие направления исследования, как «география развития общества (эволюционная СЭГ), его факторов и способов самоорганизации; пространственная мобильность; анализ пульсаций и самих метрик социальных пространств; полимасштабный принцип их изучения; география рынков, цен и конкуренции; *третичной и креативной экономики* (выделено нами. – *Авт.*); институтов; прикладные аспекты когнитивной географии, маркетинг и брендинг территорий; геополитическая и геокультурная лимология; геоконфликтология; экогеодиагностика» [Социально-экономическая география ... , 2016, с. 6].

География развивается, реагируя на относительно быструю смену укладов в рамках современных государственных объединений (особенно в странах Юго-Восточной Азии, Африки, Латинской Америки), глобально-глокальных тенденций, изменений в ментальности, поведенческих моделях населения, в том числе потребительского, экологического характера, которые приносят в окружающую действительность изменения, по сути, тектонического характера. Так, наблюдаем смещение акцентов с материально-вещественных ресурсов на ресурсы интеллектуального и информационного свойства. Творческие интеллектуальные способности в различных областях знания, в том числе способность приносить новое в практический опыт, способность порождать оригинальные идеи в условиях разрешения различных ситуаций, постановка новых проблем в различных сферах жизнедеятельности, способность осознавать пробелы и противоречия (дефициты и «ловушки») в территориальном развитии, творчески подходить к экономическим вызовам, отказываясь от стереотипных способов мышления, и тому подобное – в совокупности основа формирования креативной экономики [Хокинс, 2011; Каменских, 2013; Stryjakiewicz, 2014 и др.].

В настоящее время экономическое развитие все больше зависит от усиления взаимосвязей между развитием инноваций в области технологии и креативной по содержанию активности. Отличия креативной экономики от классического экономического представления заключаются в том, что: а) главным инструментом в ней выступают знания, б) ресурсом является информация, в) продуктом являются инновации. Креативная экономика объединяет следующие направления – «информационную экономику», «экономику знаний» и «инновационную экономику», т. е. это экономический сектор, в котором производятся, распространяются и потребляются продукты и услуги, связанные с творческой деятельностью (творческие индустрии). Полагаем, что с пространственно-временных позиций последующее эволюционное развитие творческих индустрий как ядра креативной экономики и творческой деятельности будет способствовать становлению и развитию креативной географии.

Методологические подходы

Креативности и как явлению, и как фактору уделяют внимание представители таких наук, как экономика, психология, включая социальную психологию, социология, философия, включая эстетику, педагогика, менеджмент, урбанистика, регионоведение и др. Уместно рассмотреть основные типы креативности (рис. 1). Под научной креативностью понимается способность использовать любопытство и создавать новые идеи, видеть новые связи, находить новые способы решения задач; под культурной – способность использовать воображение и создавать оригинальные идеи и новые приемы интерпретации мира, выраженного в тексте, звуке и изображении; под экономической – динамический процесс, приводящий к инновациям в технологиях, практике деловых отношений, маркетинге, она тесно связана с получением конкурентных преимуществ; технологическая креативность – объединение других типов креативности [Каменских, 2013].



Рис. 1. Типы креативности

Доказано, что развитие и использование креативных способностей зависит от трех основных факторов: творческого предпринимателя, играющего роль архитектора и разработчика творческих способностей; творческого процесса, который включает в себя процедуры и процессы сотрудничества, рассматриваемые как часть творческого потенциала организации; контекстуальных ресурсов и рыночных активов [Andersson, 1985; Пронина, 2018]. В различных областях научного знания понятие креативности проявляется по-разному. С общеметодологических позиций, на уровне просвещенного обывателя (в самом положительном смысле), креативность трактуется как тема гуманитарных наук и искусств, которая со второй половины прошлого столетия вовлечена в экономическое пространство, причем в большей мере как эффективный «антикризисный» инструмент. В рамках данной статьи мы ограничимся креативностью, которая интересна для географических исследований. В таблице обобщены различные проявления креативности в научных направлениях, в том числе выделены возможные позиции-элементы будущей креативной географии.

Таблица

Потенциал формирования направлений креативной географии
в отдельных научных сферах, обучающих дисциплинах

Автор	Проявление креативности в научной сфере и образовательной деятельности	Усиление корреспондирующих направлений в общественной географии
Т. Качераускас [2017], М. В. Горностаева [2010] и др.	<i>Креативная социология (креотология)</i> : анализ социальной среды, креативность новации творчества в различных сферах общественной деятельности, креативный потенциал социума (критерии, показатели) и др.	Потенциал формирования направлений креативной географии, в том числе в формате креативных кластеров (макро-, мезо- и локальный территориальный уровень); реальные проблемы (напряженные ситуации), с которыми социуму приходится справляться путем мероприятий на конкретных территориях
Р. Флорида [2005]	<i>Креативная экология</i> : определенная стратегия формирования содержания знания, апеллирует к очищению сознания от креативного «загрязнения»	Расширение социального горизонта для индивидуального творчества, которое всегда возникает в определенном общественном окружении и формирует экологическую культуру, способствует укреплению экологической инфраструктуры; система формирования экологического поведения
Л. А. Коч [2010]	<i>Креативная этика</i> : обращается к пределам творчества, хотя она трактует неподвижность как неэтичное поведение по отношению к креативному обществу	Развитие творческого потенциала населения территорий различного уровня (поселений, районов, субъектов страны)
В. А. Василенко [2010]	<i>Креативный менеджмент</i> : управление процессом креативного мышления (индивидуального, командного); также менеджмент, ориентированный на креативный результат	Интеллектуальный капитал регионов как база инновационного развития при целевом планировании, способствует усилению или смене специализации территории
М. А. Холодная [2004]	<i>Креативная психология</i> : 1) дивергентное мышление, отличительная особенность: выдвигается множество в равной мере правильных идей относительно одного объекта; 2) творческие способности, в том числе способность приносить нечто новое в опыт, способность порождать оригинальные идеи в условиях разрешения (или постановки) новых проблем и осознавать пробелы, противоречия, а также формулировать гипотезы относительно недостающих элементов ситуации, отказываться от стереотипных способов мышления	Исследование социально-психологических особенностей населения региона для целей улучшения человеческого потенциала территории, отдельных направлений региональной политики, в том числе с позиций целей устойчивого развития

Окончание табл.

Автор	Проявление креативности в научной сфере и образовательной деятельности	Усиление корреспондирующих направлений в общественной географии
Д. Хокинс [2011], Р. Флорида [2005]	<p><i>Креативная экономика:</i></p> <p>1) становление и развитие нового креативного сектора постиндустриальной экономики, в основе которого лежит интенсивное использование творческих и интеллектуальных ресурсов социума;</p> <p>2) в основу выявления специфики креативной экономики положен признак профессий, рода занятий работников в креативной индустрии, поэтому понятие «креативная экономика» ассоциируется:</p> <p>а) с оригинальной специфической формой экономического мышления, отличающейся от общепринятых логических типовых схем, и способностью находить и реализовывать новые социально-экономические связи и модели между явлениями и процессами;</p> <p>б) со способностями привносить что-то новое, оригинальное, не копируемое в различные сферы практической деятельности;</p> <p>в) с постоянной готовностью к решению нестандартных проблем и ситуаций</p>	Изучение направлений креативной географии, в том числе в формате креативных кластеров (макро-, мезо- и локальный территориальный уровни); география креативных индустрий

Трудности эмпирического исследования креативности, по мнению специалистов, вытекают из неэмпирической природы креативности. Так, с социологической точки зрения исследования креативного общества нуждаются в уточняющих эмпирических индексах креативности, которые предложил экономист и социолог Р. Флорида для: богемы, высоких технологий, инноваций, таланта и интегрирующих их индексов [Флорида, 2005], что, вероятно, станет весьма перспективным направлением и в поведенческой географии. Уникальность креативных индустрий заключается и в невозможности предугадать спрос на продукты, услуги и результаты. Так, Л. Р. Зотовой была предпринята попытка самостоятельно оценить размер и финансовую емкость такого кластера творческих индустрий, как реклама, которая оказалась в итоге неудачной (сложности с определением точного количества агентств, работающих в этом кластере даже на территории Москвы). Сделан вывод, что проведение исследования в данной сфере и последующая визуализация в виде карт невозможны без всесторонней поддержки информированного заказчика – городских властей. В настоящее время «потолок» успешности в изучении креативных индустрий, вероятно, пока будет корреспондироваться

с накопленными навыками статистического наблюдения как зарубежного, так и отечественного [Зотова, 2015].

Креативная экономика и креативная география

Тема креативности в экономике как социально-экономического явления фундаментально изучалась и изучается немногими известными исследователями, прежде всего Д. Хокинсом (Хоукинс) – «гуру креативной экономики». В качестве базовой составляющей креативной экономики он выделил набор креативных индустрий, производящих интеллектуальную собственность, в том числе в виде патентов, авторских прав, товарных марок и оригинальных разработок. Творческий подход, инновации в социально-экономических явлениях выступают своеобразным залогом высокой конкурентоспособности в различных видах деятельности [Хокинс, 2011]. К вопросам креативности проявили большой интерес экономист и социолог Р. Флорида («Креативный класс: люди, которые меняют будущее»), британский специалист по развитию городов, автор книг по городскому развитию («Качество жизни и городская среда», «Возрождение городов через культуру», «Креативный город» др.) [по Зотовой, 2015]. Эти исследователи, во-первых, обратили внимание на вклад в развитие экономики творческой профессиональной страты: ученых, артистов и т. д., а также людей, обладающих творческим мышлением и способностью к генерации оригинальных, нестандартных идей. Во-вторых, выделили креативность и творческое мышление как важнейшие ключевые факторы формирования современного жизненного уклада, урбанизированных территорий и, в конечном счете, более гармоничного развития социума в новых экономических условиях. В-третьих, доказательно сформулировали, что творческие индустрии, являясь ядром креативной экономики, обладают мультипликативным эффектом, придавая новые импульсы развития смежным отраслям. Следует подчеркнуть, что, зарекомендовав себя в странах европейского сообщества больше как эффективный «антикризисный» инструмент, творческие индустрии в последующем стали занимать передовые места в культурной и экономической политике различных стран и регионов. Так, в России уже более десяти лет издается научно-практический журнал «Креативная экономика», в ряде ведущих вузов читается отдельной дисциплиной «Креативная экономика» [Зеленцова, 2007 и др.].

В последние десятилетия развитие креативных секторов экономики рассматривается в качестве драйверов экономического развития как государств (регионов), так и отдельных городов [Hall, 2000; Scott, 2006; Stryjakiewicz, 2010]. В научно-практических работах зарубежных и отечественных исследователей особенно подчеркиваются преимущества городских поселений, отдельных сельских местностей, где получают развитие креативный сектор и креативные пространства («креативные города»), которые «продвигают» территории, обозначая и закрепляя бренды на базе новых сфер деятельности. Креативная экономика стимулирует формирование привлекательного инвестиционного климата городов и других территорий,

способствуя росту социального согласия и развитию социальной сферы, что в конечном счете содействует общему росту благосостояния территории [Hospers, 2003; Hall, 2004; Parusek, 2007; Bagwell, 2008; Chapain, De Propriis, 2009; Stryjakiewicz, 2014]. Следует отметить, что тема «креативных городов» и творческих индустрий относительно нова для широкой отечественной общественности. И тем не менее, возникнув в начале 2000-х гг., она сумела привлечь внимание российских ученых и практиков к своей проблематике и возможностям при изучении в первую очередь Москвы, Санкт-Петербурга, а также Перми, Калининграда, ряда сибирских городов [Анимица, 2017].

Таким образом, современное непротиворечивое определение, исходя из базовых целей и задач, можно представить в следующем виде: креативная экономика – экономический сектор, в котором производятся, распространяются и потребляются продукты и услуги, связанные с творческой деятельностью (творческие индустрии).

Потенциал креативных индустрий базируется на использовании интеллектуального капитала, что открывает новые возможности и для поселений меньшего масштаба. Применяя в качестве ключевого ресурса навыки, умения и таланты людей, проживающих на их территории, малые и средние города имеют шансы сформировать собственные высокоэффективные креативные кластеры, если обеспечат жителям особенные условия городской среды. Дальнейшее развитие научного направления, каковым является креативная экономика, обусловлено разнообразием подходов к вычленению структурных ее составляющих в разных странах и регионах, особенностями статистического наблюдения или отсутствием такового на мезо- и локальном уровнях. Сравнение масштабов развития креативных индустрий в разных странах, регионах или городах возможно весьма обобщенно, главным образом по причине разных систем национальной статистики предприятий, занятости и др. Именно поэтому шведский исследователь, специалист в области экономической географии Доминик Пауэр предложил рассматривать региональные отчеты в большей степени как индикативные (ориентирующие), т. е. не строгие [по Зеленцовой, 2007]. Так, в отечественной официальной статистике музыкальная индустрия объединена с издательским делом и другими индустриями.

Исследование креативных индустрий, развиваясь, проходит этап активной научной дискуссии (как обсуждение базовых понятий: «креативная индустрия», «креативный кластер», «креативный город», так и оценка вклада креативной деятельности в развитие экономики и общественной жизни территорий), оказывая все большее влияние на экономику, сферу занятости, преимущественно в развитых странах [Scott A. J., 2004; Bagwell, 2008; Stryjakiewicz, Meczynsk, Stachowiak, 2014 и др.].

Предметно-объектное поле креативной географии как зарождающейся научной дисциплины – изучение структурно-функциональных, территориальных особенностей творческих индустрий и видимый потенциал развития, формирование стратегий, в том числе в формате креативных пространств в городах и сельской местности. Экономико-географический опыт изучения

одного из креативных видов деятельности – народных художественных ремесел представлен далее на примере Байкальского региона.

Изучение народных ремесел как сектора креативной географии

Е. Г. Анимиаца с соавтором [Анимиаца, 2017], проанализировав институциональные основы выделения творческих индустрий страны-пионера Великобритании (специальная группа правительства страны разработала документ «Картирование креативных отраслей», где сформулировано и понятие «креативные отрасли»), перечислил творческие индустрии в следующем порядке: реклама, художественный и антикварный рынок, архитектура, ремесла и прикладное искусство, мода, дизайн, кино и видео, музыка, исполнительные искусства (драматический и музыкальный театр, современный танец, различные шоу), литература и книгоиздание, программное обеспечение мультимедиа и интерактивные компьютерные программы, телевидение и радио.

В рамках планового проекта «Самоорганизация и саморазвитие территорий» Институтом географии им. В. Б. Сочавы СО РАН (Иркутск) в течение трех полевых сезонов (2010–2012 гг.), в последующем – в рамках выполнения квалификационных работ в Иркутском государственном университете (2013–2016 гг.) изучались вопросы организации и развития народных ремесел в Иркутской области и Республике Бурятия [Zabortseva, Ignatova, 2013 и др.]. Применяя разнообразный методический географический инструментарий (в экспедициях: знакомство с институциональной средой в территориальном разрезе по работе с мастерами-ремесленниками, экспертные интервью со специалистами; метод анкетного опроса на разных по статусу тематических выставках, беседы-интервью в мастерских – суммарное число опрошенных составило около 450 чел.; неформализованное наблюдение, отчетные материалы творческих объединений и др.), мы получили самую общую экономико-географическую характеристику деятельности сектора народных ремесел в Байкальском регионе. Объектом исследования выделили народные художественные ремесла как сектор креативной географии. Предмет изучения сформулирован как роль и значение народных художественных ремесел в хозяйственной деятельности (на примере модельных территорий). Уместно применяли качественно-количественные подходы и методы при изучении, обработке означенного вида деятельности, который не учитывается официальной статистикой и не формализован.

В ходе исследования мы пришли к следующим выводам. В современных условиях многоукладной рыночной экономики наблюдается активное возрождение народных ремесел, научно-практического интереса к их изучению. Установлено, что значительная часть населения (пенсионеры, временно неработающие, часть занятых в бюджетной сфере и др.) к данной деятельности обращаются как к дополнительному источнику доходов. Оценочный потенциал занятости в указанном секторе зависит в низовом административном районе, крупном поселении от количества населения предпенсионного и пенсионного возраста, временно неработающего населения (от-

пуск по уходу за детьми, пожилыми членами семьи и другие категории населения) с творческими или мастерскими талантами и навыками, что обусловлено, главным образом, особенностями заселения территории, этническим разнообразием социума, общим уровнем культуры, социальной инфраструктуры (в среднем от 3 до 5 % постоянного населения). И, наконец, развитию традиционных ремесел способствует рост туристического потока на оз. Байкал, обеспечивающего спрос на предметы творчества, который превысил в 2018 г. 2,2 млн чел.

На примере нескольких модельных районов Байкальского региона (Иркутская область, Республика Бурятия) выявлены востребованные виды народных ремесел (вышивка, изготовление изделий из дерева и бересты, а также шитье национальных костюмов, украшений и сувениров в национальном стиле; популярна работа с мехом и кожей, в том числе и шитье унтов; распространена в бурятской культуре работа с конским волосом). В XXI в. сибиряки занимаются и традиционным ткачеством, прядением, плетением вологодских кружев. Преобладающая часть опрошенных мастеров в работе использует материалы, которые можно найти в месте проживания или в пределах региона, хотя современные технологии пришли и в сферу традиционных ремесел (каждый десятый респондент активно пользуется интернет-магазинами).

Пространственную характеристику мастеров народных ремесел (общим числом более 250 чел.) и видовое разнообразие традиционных художественных ремесел представляет тематическая карта (рис. 2), в основе которой лежит база данных самой первой и крупной в Иркутской области общественной организации – Ассоциации мастеров народного творчества и художественных ремесел «Оникс» (с 1990 г., в настоящее время переименована).

Выявлены следующие особенности указанного сектора креативной деятельности. Во-первых, выделено девять основных направлений художественных ремесел (в России – 13), что связано с особенностями сырьевой базы и накопленными (поколенческими) навыками (в числе этих направлений «работа с глиной», «народная игрушка и русский костюм» и др.); во-вторых, разнообразием направлений народных ремесел отличаются средние по численности городские поселения различной производственной специализации (Тайшет, Саянск, Шелехов и др.); в-третьих, население каждого второго административного района территорий области вовлечено только в указанный союз мастеров.

Среди основных факторов, препятствующих развитию традиционных местных ремесел в регионе, сибиряки назвали следующие, преимущественно институционального характера: недостаточный уровень поддержки властными структурами данного вида деятельности (более 3/5 респондентов) и невысокий уровень пропаганды значимости собственных культурных ценностей, утрата своих традиций (более 1/3). Кроме того, получены данные по формату участия мастеров-ремесленников в выставочной деятельности, как правило, это международные, национальные, региональные и местные мероприятия; но с большим отрывом преобладают два последних вида, что обусловлено необходимостью финансовых затрат на проведение и участие в первых двух.

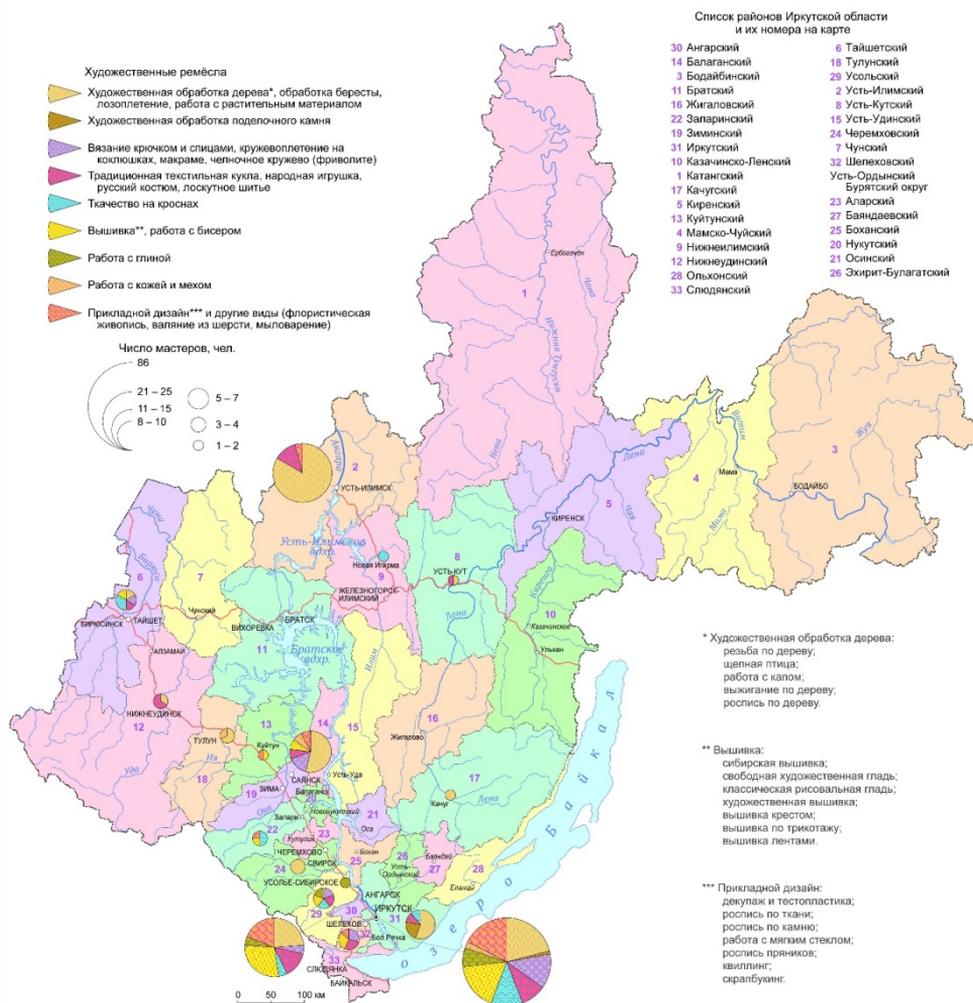


Рис. 2. Представленность народных художественных ремесел в Иркутской области

Заключение

Изучение творческих индустрий, являющихся ядром креативной экономики, многоаспектно, в том числе в направлении их роли в городской экономике и городской среде. Креативная экономика – это совокупность видов деятельности, основанных на профессиональных навыках, творческом потенциале и художественном таланте, которые являются или способны быть источником экономического роста страны, города, местности. Первоначально зарекомендовав себя в развитых странах как эффективный «антикризисный» инструмент, творческие индустрии начинают занимать передовые места в культурной и экономической политике различных регионов. С определенной долей вероятности можно фиксировать тенденции социально-экономической сукцессии. И, применяя метод аналогии, допускаем появление вслед за креативной экономикой нового научного направления – креативной географии.

В современных рыночных условиях креативный сектор географии, каковым являются народные ремесла, активно развивается. На низовом административном уровне (муниципальные образования районного и поселенческого статуса) на территориях туристической специализации (реальной, планируемой) народные ремесла, вероятно, – один из значимых факторов относительного роста и развития поселений, а также самозанятости населения. С позиций кластерного подхода необходимым видится дальнейшее развитие сектора народных ремесел как значимого блока туристско-рекреационного кластера Байкальского региона, где формируются особые экономические зоны туристско-рекреационного направления («Байкальские Ворота» в Иркутской области, «Байкальская Гавань» в Республике Бурятия).

Работа выполнена в соответствии с планами НИР ИГ СО РАН (проект № 0347-2016-0006) при поддержке проекта № 17_29_05043 конкурса РФФИ офи_м 2018

Список литературы

Анимица Е. Г. Креативные пространства в городах // Россия и ее регионы в полимасштабных интеграционно-дезинтеграционных процессах : материалы Междунар. науч. конф. Пермь : Перм. гос. ун-т, 2017. С. 305–308.

Василенко В. А. Сущность и значение креативного менеджмента [Электронный ресурс] // Учен. зап. Тавр. нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. Экономика и упр. 2010. Т. 23 (62). С. 64–71. URL: http://science.crimea.edu/zapiski/2010/econ/uch_23_3econ/009.pdf (дата обращения 5.04. 2019).

Горностаева М. В. Креативность социального действия по Х. Йоасу – постулаты и пределы // Социол. исслед. 2010. № 6. С. 23–26.

Зеленцова Е. В. Учебно-методический комплекс по курсу «Культурные (креативные) индустрии» [Электронный ресурс] / Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. М., 2007. 119 с. URL: <https://www.freedocs.xyz/docx-441235044> (дата обращения 12.04.2019).

Зотова Л. Р. Креативный город: творческие индустрии и развитие городов // Креатив. экономика. 2015. № 11. С. 1465–1490.

Каменских М. А. Теоретико-методические подходы к понятию «креативная экономика» и оценке уровня развития креативной экономики США и России // Методы анализа. 2013. № 20(323). С. 16–20.

Качераускас Т. Креативность и концепция креативного общества в социологии // Социол. исслед. 2017. № 10. С. 26–35.

Коч Л. А. Креативная этика. Психология освоения подростками этических норм и понятий. М. : Моск. психол.-соц. ин-т, 2010. 192 с.

Пронина З. Ю. Креативность в экономике знаний // Креативная экономика. 2018. Т. 12, № 11. С. 1725–1732.

Социально-экономическая география в России / под общ. ред. П. Я. Бакланова, В. Е. Шувалова. Владивосток : Дальнаука, 2016. 326 с.

Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее : пер. с англ. М. : Классика-XXI, 2005. 421 с.

Хокинс Д. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М. : Классика-XXI, 2011. 256 с.

Холодная М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. СПб. : Питер, 2004. 384 с.

- Andersson A.* Creativity and regional development // *Papers in Regional Science*. 1985. Vol. 56, N 1. P. 5–20.
- Bagwell S.* Creative clusters and city growth // *Creative Industries Journal*. 2008. Vol. 1, N 1. P. 31–46.
- Chapain C., De Propriis L.* Drivers and processes of creative industries in cities and regions. 2009. Vol. 2, N 1. P. 9–18.
- Hall P.* Creative Cities and Economic Development // *Urban Studies*. 2000. Vol. 37, N 4. P. 639–649.
- Hall P.* Creativity, culture, knowledge and the city // *Built Environment*. 2004. Vol. 30, N 3. P. 256–258.
- Hospers G-J.* Creative cities: Breeding places in the knowledge economy // *Knowledge, Technology and Policy*. 2003. Vol. 16, N 3. P. 143–162.
- Parusek J.* Urban development and urban governance // *Quaestiones Geographicae*. 2007. Vol. 26 B. P. 7–17.
- Scott A. J.* Cultural products industries and urban economic development: prospects for growth and market contestation in global context // *Urban Affairs Review*. 2004. Vol. 39, N 4. P. 461–490.
- Scott A. J.* Creative cities: Conceptual issues and policy questions // *Journal of Urban Affairs*. 2006. Vol. 28, N 1. P. 1–17.
- Strykiewicz T.* Creative sector and creative class in the contemporary economy and society // *Мир и Россия: регионализм в условиях глобализации*. М. : Рос. Ун-т дружбы народов, 2010. С. 367–381.
- Strykiewicz T.* Role of the creative sector in the socio-economic transformation of European cities / Трансформация социально-экономического пространства Евразии в постсоветское время : сб. ст. Барнаул : Изд-во Алт. гос. ун-та, 2014. С. 371–384.
- Zabotseva T., Ignatova O.* Traditional folk crafts as an element of self-development of the region's certain areas: by the example of the Baikal Region // *Regions and their socio-economic growth*. Poznan : Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 2013. P. 186–193.

Creative Economy and Creative Geography: Methodological Approaches and Practice

T. I. Zabortceva

*V. B. Sochava Institute of Geography SB RAS, Irkutsk, Russian Federation
Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation*

A. V. Balyazina

V. B. Sochava Institute of Geography SB RAS, Irkutsk, Russian Federation

Abstract. Trends of humanization of geography contribute to the strengthening of contacts with related social disciplines, forming new scientific areas of research. The leading economic geographers announced creative economy among modern trends as “growth poles”, the essence of the creative economy in modern conditions is the shift of emphasis from material resources to intellectual and informational resources. The paper is devoted to the review of the creative economy as a basis of “construction” of a creative city, creation of an innovative environment, development of creative industries, which is the basis for the formation of a separate scientific direction – creative geography from the perspective of the spatiotemporal approach in the foreseeable future. The current outfit of creative industries is as follows: advertising, art and antique market, architecture, crafts and applied art, fashion, design, film and video, music,

performing arts (drama and music theater, modern dance, various shows etc.), literature and book publishing, software multimedia and interactive computer programs, television and radio. The potential of forming directions of creative geography in certain scientific areas, training disciplines is represented. The experience of economic and geographical study of folk arts and crafts is presented on the example of the Baikal region, developed by, the demand from the increasing tourist flow to Lake Baikal, among other factors (2.2 million people in 2018). Baseline data are mainly materials from field thematic surveys. The thematic map (based on the database of the largest public organization in the Irkutsk region, the Association of Folk Artists “Onyx”) represents a spatial characteristics and diversity of Siberian folk traditional arts and crafts.

Keywords: creative economy, creative geography, creative industries, Baikal region, folk art crafts.

For citation: Zabortceva T.I., Balyazina A.V. Creative Economy and Creative Geography: Methodological Approaches and Practice. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Earth Sciences*, 2019, vol. 29, pp. 53-67. <https://doi.org/10.26516/2073-3402.2019.29.53> (in Russian)

References

Animitsa E.G. Kreativnyye prostranstva v gorodakh [Creative spaces in cities]. *Rossiya i eyo region polimasshtabnykh integratsionno-dezintegratsionnykh protsesakh* [Russia and its regions in multiscale integration and disintegration processes. Proc. of the Intern.I Sci. Conf.], Perm, 2017, pp. 305-308. (in Russian)

Vasilenko V.A. Sushchnost' i znachenie kreativnogo menedzhmenta [The essence and value of creative management] Electronic resource. Uchyonye zapiski *Tavricheskogo natsionalnogo universiteta imeni V.I. Vernadskgo. Seriya “Ekonomika i upravlenie* [Scientific notes of the V.I. Vernadsky Tauride National University. Series Economics and Management], 2010, vol. 23 (62), pp. 64-71. Available at: http://science.crimea.edu/zapiski/2010/econ/uch_23_3econ/009.pdf (in Russian)

Gornostaeva M.V. Kreativnost' sotsialnogo deystviya po Kh.Yoasu – postulyaty i predely [Creativity of social action according to H. Joas – postulates and limits]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological studies], 2010, no. 6, pp. 23-26. (in Russian)

Zelentsova E.V. *Uchebno-metodicheskiy kompleks po kursu “Kulturnye (kreativnye) industrii”* [Educational and methodical complex for the course “Cultural (creative) industry”]. Moscow, 2007, 119 p. Available at: <https://www.freedocs.xyz/docx-441235044>. (in Russian)

Zotova L.R. Kreativnyy gorod: tvorcheskies industrii i razvitie gorodov [Creative city: creative industries and urban development]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative economy], 2015, no. 11, pp. 1465-1490. (in Russian)

Kamenskikh M.A. Teoretiko-metodicheskie podkhody k ponyatiyu “kreativnaya ekonomika” i otsenke urovnya razvitiya kreativnoy ekonomiki SShA i Rossii [Theoretical and methodological approaches to the concept of “creative economy” and the assessment of the level of development of the creative economy of the USA and Russia]. *Metody analiza* [Analysis Methods], 2013, no. 20 (323), pp. 16-20. (in Russian)

Kacherauskas T. Kreativnost' i kontseptsiya kreativnogo obshchestva v sotsiologii [Creativity and the concept of a creative society in sociology]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological studies], 2017, no. 10, pp. 26-35. (in Russian)

Koch L.A. Kreativnaya etika. Psikhologiya osvoeniya podrostkami eticheskikh norm i ponyatiy [Creative ethics. The psychology of the development of adolescents ethical norms and concepts]. Moscow, Moskovskiy psikhologo-sotsialnyy institute, 2010, 192 p. (in Russian)

Pronina Z.Yu. Kreativnost v ekonomike znaniy [Creativity in the Knowledge Economy]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2018, vol. 12, no. 11, pp. 1725-1732. (in Russian)

Sotsialno-ekonomicheskaya geografiya v Rossii [Baklanova P.Ya., Shuvalov V.E. (eds.). Socio-economic geography in Russia]. Vladivostok, Dalnauka Publ., 2016. 326 p. (in Russian)

- Florida R. *Kreativnyy klass: lyudi, kotoryye menyayut budushcheye* [The creative class: people who change the future]. Moscow, Klassika-XXI Publ., 2005, 61 p. (in Russian)
- Khokins D. *Kreativnaya ekonomika. Kak prevratit idei v dengi* [Hawkins, D. Creative Economy. How to turn ideas into money]. Moscow, Klassika-XXI Publ., 2011, 256 p. (in Russian)
- Kholodnaya M.A. *Kognitivnyye stili. O prirode individualnogo uma* [Cognitive styles. On the nature of the individual mind]. Saint-Peterburg, Piter Publ., 2004, 384 p. (in Russian)
- Andersson A. Creativity and regional development. *Papers in Regional Science*, 1985, vol. 56, no. 1, pp. 5-20.
- Bagwell S. Creative clusters and city growth. *Creative Industries Journal*, 2008, vol. 1, no. 1, pp. 31-46.
- Chapain C., De Propriis L. Drivers and processes of creative industries in cities and regions. *Creative Industries Journal*, 2009, vol. 2, no. 1, pp. 9-18.
- Hall P. Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies*, 2000, vol. 37, no. 4, pp. 639-649.
- Hall P. Creativity, culture, knowledge and the city. *Built Environment*, 2004, vol. 30, no. 3, pp. 256-258.
- Hospers G-J. Creative cities: Breeding places in the knowledge economy. *Knowledge, Technology and Policy*, 2003, vol. 16, no. 3, pp. 143-162.
- Parusek J. Urban development and urban governance. *Quaestiones Geographicae*, 2007, vol. 26B, pp. 7-17.
- Scott A.J. Cultural products industries and urban economic development: prospects for growth and market contestation in global context. *Urban Affairs Review*, 2004, vol. 39, no. 4, pp. 461-490.
- Scott A.J. Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 2006, vol. 28, no. 1, pp. 1-17.
- Stryjakiewicz T. Creative sector and creative class in the contemporary economy and society. *Mir i Rossiya: regionalizm v usloviyakh globalizatsii*. Moscow, RUDN Univ. Publ., 2010, p. 367-381.
- Stryjakiewicz T. Role of the creative sector in the socio-economic transformation of European cities. *Transformatsiya sotsial'no-ekonomicheskogo prostranstva Yevrazii v postsovetskoye vremya. Vol. 1*. Barnaul, Altaysk State Univ. Publ., 2014, pp. 371-384.
- Stryjakiewicz T., Meczynski M., Stachowiak K. Role of the creative industries in the post-socialist urban transformation. *Quaestiones geographicae*, 2014, vol. 33, no. 2, pp. 19-35.
- Zabortseva T., Ignatova O. Traditional folk crafts as an element of self-development of the region's certain areas: by the example of the Baikal Region. *Regions and their socio-economic growth*. Poznan, Bogucki Wydawnictwo Naukowe Publ., 2013, pp. 186-193.

Заборцева Татьяна Ивановна
 доктор географических наук,
 заведующий
 лаборатория экономической и социальной
 географии, профессор кафедры географии,
 картографии и геосистемных технологий
 Институт географии им. В. Б. Сочавы
 СО РАН
 Россия, 664033, Иркутск,
 ул. Улан-Баторская, 1
 тел.: 8(3952)42-68-20
 Иркутский государственный университет
 Россия, 664003, Иркутск, ул. К. Маркса, 1
 тел.: 8(3952)52-10-71

Zabortseva Tatyana Ivanovna
 Doctor of Sciences (Geography),
 Head of of Economic and Social
 Geography Laboratory, Associate Professor
 Department of Geography, Cartography and
 Geosystem Technologies
 V. B. Sochava Institute of Geography
 SB RAS
 1, Ulan-Batorskaya st., Irkutsk, 664033,
 Russian Federation
 tel.: 8(3952)42-68-20
 Irkutsk State University
 1, K. Marx st., Irkutsk, 664003,
 Russian Federation
 tel.: 8(3952)52-10-71

Балязина Алена Валерьевна
аспирант
Институт географии им. В. Б. Сочавы
СО РАН
Россия, 664033, г. Иркутск,
ул. Улан-Баторская, 1
тел.: 8(3952)42-68-20

Balyazina Alyona Valerievna
Postgraduate
V. B. Sochava Institute of Geography
SB RAS
1, Ulan-Batorskaya st., Irkutsk, 664033,
Russian Federation
tel.: 8(3952)42-68-20