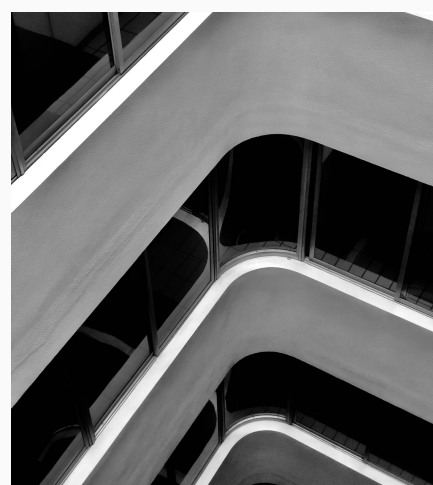


Департамент культуры
Тюменской области

Тюменская областная
научная библиотека
им. Д.И. Менделеева

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ. ТЕМАТИЧЕСКИЙ СВОД



Май 2022

Департамент культуры Тюменской области
Государственное автономное учреждение культуры Тюменской области
«Тюменская областная научная библиотека
имени Дмитрия Ивановича Менделеева»
(ГАУК ТОНБ)

Креативные индустрии: тематический свод

г. Тюмень

2022 г.

ББК 78.555:6/8

К 79

Составитель: Заровнятных Ольга Александровна

Ответственный за выпуск: Адамович Ольга Борисовна

Креативные индустрии: тематический свод / Департамент культуры Тюменской области, Государственное автономное учреждение культуры Тюменской области «Тюменская областная научная библиотека имени Дмитрия Ивановича Менделеева» (ГАУК ТОНБ) ; составитель О. А. Заровнятных ; ответственный за выпуск О. Б. Адамович. – Тюмень : ГАУК ТОНБ, 2022. – 54 с. – Текст : непосредственный.

Введение

Креативные индустрии – сектор экономики, связанный с интеллектуальной деятельностью, развивающийся преимущественно на идеях и технологиях. Синонимами данного термина являются «креативная экономика» и «культурные индустрии».

Понятие «креативная экономика» определяется как совокупность индивидов и бизнесов, которые создают культурные, художественные и инновационные продукты и услуги. В эту систему включены также пространства, где создатели могут обмениваться идеями. Термин «культурные индустрии» больше относится к культурному наследию и традиционным видам творчества.

В настоящее время происходит переход к новым формам креативных индустрий, что предшествует новым формам экономической деятельности, а творческий подход к решению задач становится важным фактором конкурентоспособности.

Тематический свод «Креативные индустрии: рекомендательная литература» – это второй выпуск продолжающегося издания, который включает в себя книги, материалы конференций, диссертации и статьи из журналов и сборников. Документы сгруппированы по тематическим разделам. Представленные источники раскрывают тему креативных индустрий с разных сторон: экономической, культурной, технической и бизнес-сферы.

Внутри тематических разделов авторы и наименования расположены в алфавитном порядке. Большинство библиографических описаний сопровождается ссылкой на электронный документ. Книжные издания, отмеченные звездочкой (*), доступны в фонде Тюменской областной научной библиотеки имени Дмитрия Ивановича Менделеева.

Список литературы предназначен для широкого круга читателей.

Содержание

Введение	4
1. Инвестиции в культурные объекты и IT	6
2. Интеллектуальная собственность	11
3. Стартапы. Малый и средний бизнес. Рынки	14
4. Креативные индустрии в медиа, журналистике, производстве рекламы, теле-, радио- и интернет-вещании	22
5. Креативные индустрии: цифровой и образовательный контент	25
6. Культура и цифровые технологии	29
7. Урбанистика	34
8. Организация событийных мероприятий	40
9. Мода	42
10. Гастрономия	43
11. Дизайн	46
12. Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность	47
13. Креативные индустрии в Тюменской области	48
14. Игрушки (создание)	49
15. Компьютерные игры	51

1. Инвестиции в культурные объекты и IT

1. Венчурные инвестиции в IT-сектор России. – Текст : электронный // TAdviser : российский интернет-портал. – 2020. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%92%D0%B5%D0%BD%D1%87%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B2_%D0%98%D0%A2-%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 20.05.2022).

Под венчурным инвестированием подразумевается приобретение акционерного, уставного капитала новых или растущих компаний, при этом приобретенная доля – меньше контрольного пакета.

2. Горлова, И. И. Разработка и реализация инвестиционных региональных этнокультурных проектов на базе объектов историко-культурного наследия / И. И. Горлова, О. И. Бычкова, Н. А. Костина. – Текст : электронный // Наследие веков. – 2015. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-i-realizatsiya-investitsionnyh-regionalnyh-etnokulturnyh-proektov-na-baze-obektov-istoriko-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье отражен новый подход к объектам культурного и природного наследия как ресурсам туристской индустрии для реализации инвестиционных региональных этнокультурных проектов. Культурные традиции, уникальные объекты историко-культурного наследия являются источником создания оригинальных масштабных этнокультурных проектов.

3. Данилина, Е. В. Актуальные проблемы грантовой поддержки проектов в сфере культуры / Е. В. Данилина. – Текст : электронный // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования : монография / под общей редакцией Г. Ю. Гуляева. – Пенза : Наука и Просвещение, 2022. – С. 48–57. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47743575> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье описано, как подать заявку на президентские грантовые конкурсы. Гранты дают возможность для организаций в короткий срок получить необходимое финансирование и реализовать проекты, но сложность подачи заявки на конкурс делает этот процесс для руководителей проектов трудоемким.

4. Евдокимов, С. Ю. Отечественный и зарубежный опыт привлечения инвестиций в сферу информационных технологий / С. Ю. Евдокимов, Ю. А. Корпуснова, Д. А. Катов. – Текст : электронный // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2018. – № 1 (24). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennyy-i-zarubezhnyy-opyt-privlecheniya-investitsiy-v-sferu-informatsionnyh-tehnologiy> (дата обращения: 20.05.2022).

В работе исследуется отечественный и зарубежный опыт привлечения инвестиций в IT-сферу и сферу информационных технологий. В пост-эру дорогой нефти индустриальные компании уступают верхние строчки рейтингов эффективности бизнес-моделям технологических компаний и игрокам, работающим в интернет-отрасли.

5. Инвестиционный рынок России: состояние и направления развития / А. И. Данилов, О. Ю. Ермоловская, Л. Д. Капранова [и др.]; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 3-е издание, переработанное и дополненное. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 317 с.

Настоящее издание обобщает результаты исследований научной школы «Оценка и управление стоимостью активов и бизнеса» Финансового университета при Правительстве РФ, выполненных в рамках общеуниверситетской комплексной темы «Формирование условий долгосрочного устойчивого развития России: теория и практика». Рассмотрены актуальные вопросы, связанные с развитием инвестиционного рынка России, включая ипотечное жилищное кредитование, инфраструктурные инвестиции, отраслевые инвестиции, инвестиции на рынке труда, корпоративные технологии в цифровой экономике.

6. Инструменты поддержки культурных и креативных индустрий. – Текст : электронный // ИТ Медиа : Интернет-СМИ. – 2021. – URL: <https://www.it-world.ru/news-company/projects/178299.html> (дата обращения: 20.05.2022).

Об инструментах поддержки на примере проекта «Креативные индустрии – интернационализация культурных и креативных индустрий в регионе Балтийского моря» (R083, Creative Ports).

7. Латышева, А. Н. Использование краудфандинга в решении социальных и культурных проблем сельских территорий России / А. Н. Латышева. – Текст : электронный // Журнал исследований социальной политики. – 2020. – Т. 18. – № 1. – С. 7–20. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42632409> (дата обращения: 20.05.2022).

Что такое краудфандинг и как он может быть использован для решения социальных и культурных проблем сельских территорий. В качестве объекта изучения выбраны более 200 социальных краудфандинговых проектов, связанных с поддержкой сел и стартовавших с 2012 по 2017 гг. на платформах Boomstarter и Planeta.ru.

8. Махалова, А. И. Инвестиции в социально-культурные проекты на примере историко-культурного комплекса «Вятское» / А. И. Махалова. – Текст : электронный // Экономический потенциал студенчества в региональной экономике : материалы VIII межвузовской научно-практической конференции, Ярославль, 11–13 ноября 2013 года. – Ярославль : Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского, 2014. – С. 26–33. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29949075> (дата обращения: 20.05.2022).

Туристический вектор развития креативных индустрий в актуализации культурного наследия: село Вятское – площадка с современной инфраструктурой для культурно-познавательного, событийного и делового туризма.

9. Молчанова, А. Д. Креативные способы организации краудфандинговой площадки в сфере театра / А. Д. Молчанова. – Текст : электронный // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы второй региональной научно-практической конференции, Иркутск, 14–15 мая 2019 года. – Иркутск : Репроцентр А1, 2019. – С. 276–282. – URL: <http://socio.isu.ru/ru/NPC/Sbornik-2019-maket.pdf> (дата обращения: 20.05.2022).

Иркутская область имеет огромный потенциал для реализации театральных проектов, а благодаря развитию интернет-технологий народное финансирование становится общедоступным инструментом по сбору средств. С помощью краудфандинга авторы идей могут заранее провести маркетинговые исследования товара или услуги. Основопологающая причина успешности одних проектов и провалов других – это креативный подход к оформлению и продвижению идеи не только на крауд-платформах, но и в социальных сетях и СМИ.

10. Пономарев, А. Л. Анализ существующих способов привлечения инвестиций в стартап / А. Л. Пономарев. – Текст : электронный // Вестник науки и образования. – 2020. – № 17 (95). – С. 62–66. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-suschestvuyuschih-sposobov-privlecheniya-investitsiy-v-startap> (дата обращения: 20.05.2022).

В данной статье рассматриваются различные методы финансирования деятельности стартапа, проводится всесторонний анализ ключевых аспектов каждого рассматриваемого механизма привлечения денежных средств, выявляются ключевые особенности каждого метода, определяется целесообразность использования того или иного метода в зависимости от специфики стартапа и стадии его развития.

11. Сёмин, А. Инвестиции в культурные ценности как базис формирования элиты современного российского общества / А. Сёмин. – Текст : электронный // Мир искусств : Вестник Международного института антиквариата. – 2013. – № 1 (01). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-v-kulturnye-tsennosti-kak-bazis-formirovaniya-elity-sovremennogo-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 20.05.2022).

О меценатстве как культурной стратегии, о необходимости культурного возрождения, о формировании духовной элиты.

12. Ситников, Д. Как IT-стартапу и инвестору найти друг друга: о чем нужно знать основателям проектов / Д. Ситников. – Текст : электронный // RB.ru : издание о технологиях и бизнесе. – 2019. – URL: <https://rb.ru/opinion/it-startapu-i-investor/> (дата обращения: 20.05.2022).

Рассказывается о стратегии выбора проектов – на что смотрят предприниматели при отборе стартапов для инвестирования.

13. Федорков, А. И. Инновационные тенденции развития в сфере культуры: инвестиции, эффективность, цифровая экономика / А. И. Федорков, В. В. Яновский. – Текст : электронный // Петербургский экономический журнал. – 2017. – № 3. – С. 44–52. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tendentsii-razvitiya-v-sfere-kultury-investitsii-effektivnost-tsifrovaya-ekonomika> (дата обращения: 20.05.2022).

Инвестиции в культуру – особый способ вложения средств, когда нередко вступает в действие фактор эмоций. В статье обсуждается, как определить эффективность работы организаций сферы культуры, говорится о новых возможностях инвестирования в культуру в условиях становления инновационной цифровой экономики.

14. Фелд, Б.* Привлечение инвестиций в стартап: как договориться с инвестором об условиях финансирования / Брэд Фелд, Джейсон

Мендельсон ; перевод с английского С. Филина. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 275 с. – Текст : непосредственный.

Авторы книги – Брэд Фелд и Джейсон Мендельсон – разбирают весь процесс финансирования стартапа на мельчайшие детали: рассматривают его участников, их мотивы и цели, анализируют финансовые и юридические аспекты сделки. А еще рассказывают об эффективных тактиках переговоров и дают полезные рекомендации о том, чего не стоит делать, общаясь с инвесторами.

15. Хестанов, Р. Креативные индустрии – модели развития / Р. Хестанов. – Текст : электронный // Социологическое обозрение. – 2018. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-modeli-razvitiya> (дата обращения: 20.05.2022).

Политика «креативных индустрий» рассматривается через стремление к тотальной коммерциализации культурного производства и его глобальной стандартизации. В связи с этим с особой остротой встает вопрос: нуждается ли государство в целостном представлении о культуре и в осуществлении функций контроля в данном секторе производства.

16. Чмирева, Е. В. Методы оценки привлекательности инвестиционных проектов в области информационных технологий / Е. В. Чмирева, Е. А. Монакова. – Текст : электронный // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2014. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-privlekatelnosti-investitsionnyh-proektov-v-oblasti-informatsionnyh-tehnologiy> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматриваются реальные компоненты вклада информационных технологий в бизнес, такие как продуктивность, эффективность и инновации. Инвестиции в информационные технологии приведут к созданию современных информационных продуктов, дающих реальные конкурентные преимущества в борьбе за квалифицированные кадры и ресурсы.

2. Интеллектуальная собственность

1. **Бузгалин, А. В.*** Креативная экономика: почему и как может быть ограничена частная интеллектуальная собственность / А. В. Бузгалин. – (Экономическая социология). – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2017. – № 8. – С. 20–30.

Автор показывает, что главные изменения в современной экономике связаны с превращением творческого труда в решающий фактор социально-экономического прогресса и с соответствующими изменениями в структуре общественного воспроизводства, а также с формированием потенциально пострыночного пространства экономических отношений.

2. **Бузгалин, А. В.** Креативная экономика: частная интеллектуальная собственность или собственность каждого на все? / А. В. Бузгалин. – Текст : электронный // Социологические исследования. – 2017. – № 7 (399). – С. 43–53. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29677670> (дата обращения: 20.05.2022).

Определяющую роль в экономике XXI в. должна играть общедоступная деятельность работников креатосферы (учителей, врачей, деятелей искусства, инженеров, ученых, социальных работников, экологов), главным содержанием которой становится творчество. Такой труд создает принципиально неограниченные и вместе с тем уникальные блага, которые могут быть доступны каждому.

3. **Васекина, В. В.*** Креативная экономика – стратегия развития общества XXI века / В. В. Васекина. – (Философия). – Текст : непосредственный // Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – № 5. – С. 15–19.

Статья посвящена новому типу экономического развития общества, который приходит на смену классической экономической системе. Основной ценностью новой системы является интеллектуальная собственность.

4. **Ипполитов, С. С.** Интеллектуальная собственность и точки роста творческой индустрии в Российской экономике: блокчейн, крипто-арт, NFT-токенизация / С. С. Ипполитов. – Текст : электронный // Культура и образование : научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2021. – № 2 (42). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-sobstvennost-i-tochki-rosta->

[tvorcheskoy-industrii-v-rossiyskoy-ekonomike-blokcheyn-kripto-art-nft-tokenizatsiya](#) (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена исследованию цифровых новаций в сферах творческой индустрии, интеллектуальной собственности, авторского права, криптоискусства, природного и культурного наследия.

5. Кашуба, В. В. Об авторских правах, правовой охране и защите интеллектуальной, творческой собственности в сфере креативной индустрии / В. В. Кашуба. – Текст : электронный // Вестник научных конференций. – 2015. – № 2–3 (2). – С. 47–59. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25029511> (дата обращения: 20.05.2022).

О необходимости оперативного совершенствования российского законодательства в сфере защиты интеллектуальной, креативной собственности с целью выработки конструктивных предложений и реалистичных поправок в действующие законы и положения, утверждения этических кодексов.

6. Сазонова, М. В. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности в рамках развития концепции креативной индустрии «4.0» / М. В. Сазонова. – Текст : электронный // Московский экономический журнал. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommertsializatsiya-rezultatov-intellektualnoy-deyatelnosti-v-ramkah-razvitiya-kontseptsii-kreativnoy-industrii-4-0> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассмотрены вопросы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в рамках становления и развития новой технологической концепции «Индустрия 4.0», обсуждается нехватка высококвалифицированных специалистов, которые смогли бы сочетать в себе компетенции новатора, дизайнера, креативного управленца.

7. Семенова, Е.* Правомерность «креативных» нарушений авторских прав: стиль мэш-ап в современной литературе / Е. Семенова. – (Мэш-ап-произведения). – Текст : непосредственный // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. – 2016. – № 10. – С. 49–58.

Статья посвящена анализу стиля мэш-ап в литературе, подразумевающего значительные заимствования текста оригинального классического произведения и дополнение его новыми элементами.

8. Трифонов, Е.* Основные признаки креативной модели будущего / Е. Трифонов. – (Исследования). – Текст : непосредственный // Экономист. – 2020. – № 7. – С. 90–96.

Демократизация отношений собственности, в первую очередь интеллектуальной, – необходимое условие креативного развития. Автор связывает будущее человечества с неограниченным стремлением к самореализации и массовому творчеству, основанным на принципиально новом разделении труда.

3. Стартапы. Малый и средний бизнес. Рынки

1. Александрова, В. С. Рынок креативных технологий: современное состояние и перспективы развития / В. С. Александрова. – Текст : электронный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 1–1. – С. 10–15. – URL: https://s.vaael.ru/pdf/2021/2021_1_1.pdf#page=10 (дата обращения: 20.05.2022).

В статье представлено многостороннее рассмотрение рынка Creative Technologies. В ходе работы была произведена сегментация рынка креативных технологий, а также выявлены приоритетные на сегодняшний день направления данной области. Данный сектор показывает положительную динамику на протяжении нескольких лет, что обуславливает его значимость и востребованность на данном этапе развития общества.

2. Ангелова, О. Ю. Цифровая креативная индустрия: на пути к экономике «эмоций» / О. Ю. Ангелова, Т. О. Подольская, О. Р. Чепьюк. – Текст : электронный // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2019. – № 2 (54). – С. 38–43. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-kreativnaya-industriya-na-puti-k-ekonomike-emotsiy> (дата обращения: 20.05.2022).

Рассматриваются бизнес-модели в креативных индустриях, на их основе проводится анализ и выявляются факторы развития креативной экономики.

3. Андрющенко, Д. В. Формирование команды стартапа: как привлечь талантливых сотрудников / Д. В. Андрющенко. – Текст : электронный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 5. – С. 17–19. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-komandy-startapa-kak-privlech-talantlivykh-sotrudnikov> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена проблемам формирования профессиональной и конкурентоспособной команды стартапа, рассмотрены основные механизмы привлечения в стартап талантливых сотрудников.

4. Баймурзин, В. Как проверить идею IT-стартапа: инструкция для будущих программистов-фаундеров / В. Баймурзин. – Текст : электронный // Skillbox Media : отраслевое индустриальное издание. – 2021. – URL: https://skillbox.ru/media/code/kak_proverit_ideyu_it_startapa_instruktsiya_dlya_budushchikh_programmistov_faunderov/ (дата обращения: 20.05.2022).

Стоит ли тратить время на проект – или лучше сразу придумать что-то другое?

5. Балан, М. А. Развитие художественных народных ремесел в сельской местности посредством создания мастерской / М. А. Балан, А. Н. Ковтунова. – Текст : электронный // Известия высших учебных заведений. – № 4. – С. 28–38. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47445956> (дата обращения: 20.05.2022).

Авторы рассматривают организацию мастерской как средство возрождения традиций, а также организацию досуга населения в сельской местности на примере работы сельского учреждения культуры. Представлен проект создания мастерской на основе предпроектного анализа и действующего на данный момент в учреждении молодежного проекта.

6. Белокрылова, О. С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России / О. С. Белокрылова, Е. С. Дубская. – Текст : электронный // Пространство экономики. – 2013. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-formirovaniya-kreativnoy-ekonomiki-i-vozmozhnosti-ego-ispolzovaniya-v-rossii> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье анализируется понятие «креативная экономика», его основные характеристики и принципы. В заключении приводятся основные направления становления и развития креативной экономики в целом и индустрий в частности.

7. Боровинская, Д. Н. Специфика креативного продукта как товара культурной индустрии / Д. Н. Боровинская. – (Социально-культурная деятельность). – Текст : электронный // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 3. – С. 133–139. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-kreativnogo-produkta-kak-tovara-kulturnoy-industrii> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье выявлена специфика производства и потребления креативного продукта на основании экономического подхода и исследований культуры. Выделены основные характерные черты креативного продукта как товара в процессе производства и потребления.

8. Волынский, В. Н*. Справочник по организации малого бизнеса в деревообработке / В. Н. Волынский. – Москва : Инфра-Инженерия, 2022. – 218 с. – Текст : непосредственный.

Даны основные сведения о требованиях к выпускаемой продукции предприятий деревообработки, а также схемы её изготовления. Представлены сведения об основном и вспомогательном оборудовании, а также о

необходимых требованиях к производственной площадке. Для предпринимателей и специалистов в области деревообработки.

9. Восканян, Л.* Бизнес ручной работы. Как научиться зарабатывать на том, что любишь и умеешь / Лилит Восканян. – Москва : ЭКСМО, 2020. – 168, [6] с. – Текст : непосредственный.

Интернет-маркетолог, блогер и преподаватель Лилит Восканян предлагает простые и понятные алгоритмы создания личного бренда для любой рукодельницы, даже если она совсем не представляет, как это сделать. В современном мире существует множество возможностей создать личный хендмейд-бренд и начать на нем зарабатывать.

10. Гнездова, Ю. В. «Перезапуск» сектора креативной индустрии в современных условиях / Ю. В. Гнездова, С. В. Асриева. – Текст : электронный // Современная культура: проблемы истории и технологии развития. – 2021. – С. 46–50. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47409573> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматриваются ключевые вопросы мер перезапуска секторов креативной экономики. Творческие услуги, вероятно, станут ее быстрорастущим подсектором. Хотя их трудно измерить, они уже расширяются наряду с цифровой экономикой. Они также демонстрируют устойчивость к экономическому давлению в период неопределенности.

11. Гребенникова, В. М. Совместная досуговая деятельность детей и родителей как форма образовательного стартапа семьи / В. М. Гребенникова, В. К. Игнатович, С. С. Игнатович, В. Е. Курочкина. – Текст : электронный // Педагогика: история, перспективы. – 2021. – № 5. – С. 36–51. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovместnaya-dosugovaya-deyatelnost-detey-i-roditeley-kak-forma-obrazovatelno-go-startapa-semi> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена проблеме обоснования образовательного досуга семьи как формы ее образовательного стартапа. Образовательный стартап семьи проинтерпретирован как проект, реализуемый в сфере совместной досуговой деятельности детей и родителей, результатом чего становится выход семьи как целостного субъекта образования в зону ее ближайшего развития.

12. Кавасаки, Г.* Стартап по Кавасаки: проверенные методы начала любого дела / Гай Кавасаки. – Москва : Альпина паблишер, 2016. – 329, [7] с. – Текст : непосредственный.

Книга поможет набраться смелости и сделать шаги в верном направлении, а также встряхнуться и пересмотреть свои взгляды на ведение дел. Цель этой книги – помочь создать нечто великое, не завязнув в теории и ненужных деталях и получив при этом все необходимые знания.

13. Кисляк, Е. С. Развитие малого и среднего бизнеса в культуре / Е. С. Кисляк, Л. И. Саблукова. – Текст : электронный // Молодежь третьего тысячелетия : сборник научных статей : по материалам XL региональной студенческой научно-практической конференции «Молодежь третьего тысячелетия» (Омск, 8–30 апреля 2016 г.). – Омск : Издательство Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского, 2016. – С. 417–419. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27564556> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье отражено то, как на сегодняшний день развивается бизнес в сфере культуры города Омска. Обзор состояния развивающихся коммерческих организаций показывает, какая деятельность является наиболее прибыльной и актуальной. Бизнес в сфере культуры приобретает все большую экономическую и социальную значимость.

14. Кодачигов, Р. В. Структурные сдвиги в развитии мирового рынка креативных товаров и услуг на современном этапе. – Текст : электронный // Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики. – 2016. – С. 416–419. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29839552> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье на основе анализа мирового рынка продукции креативных индустрий установлены особенности его развития на современном этапе, а также рассказывается о влиянии интеграционных процессов на экономику Приморского края.

15. Кореньков, А. О. Креативные индустрии как двигатель экономики XXI века / А. О. Кореньков. – Текст : электронный // Экономические системы. – 2020. – Т. 13. – № 1. – С. 57–61. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42525480> (дата обращения: 20.05.2022).

К началу XXI в. концепция креативных индустрий является «одной из самых популярных инновационных идей, имеющих отношение как к культуре, так и к экономике».

16. Лалу, Ф.* Открывая организации будущего. Иллюстрированное путешествие в мир организаций нового типа / [Фредерик Лалу, Этьен Аппер ;

перевод с английского Ю. Гиматовой]. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 173, [3] с. – Текст : непосредственный. (Дата обращения: 20.05.2022).

Иллюстрированное издание содержит все ключевые идеи основной книги Лалу и множество кейсов из нее, рассказанных в доступной и занимательной форме. Книга объяснит, как некоторые компании нашли способы стать по-настоящему мощными, эмоциональными и целеустремленными, и поможет представить будущее вашей собственной организации.

17. Ленсиони, П.* Сердце компании: почему организационная культура значит больше, чем стратегия или финансы / Патрик Ленсиони ; перевод с английского А. Никифоровой и Н. Ильиной. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 223 с. – Текст : непосредственный.

В креативных индустриях большое внимание необходимо уделять команде. Лидер – движущая сила любого коллектива. Здоровая организация требует постоянного внимания со стороны руководства, направленного на поддержание сплоченности.

18. Мальцева, Е. С. Креативная индустрия в российской экономике / Е. С. Мальцева. – Текст : электронный // Бизнес и дизайн ревю. – 2021. – № 1. – С. 21. – URL: <https://obe.ru/journal/vypusk-2021-1-mart/maltseva-e-s-kreativnaya-industriya-v-rossijskoj-ekonomike/> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье обосновывается необходимость выделения креативной индустрии в отдельную отрасль экономики. Анализируются теоретические аспекты и статистические показатели развития креативной индустрии в России, показан ее вклад в ВВП, раскрывается потенциал креативной индустрии как одного из факторов экономического роста российской и мировой экономики.

19. Мальцева, Е. С. Развитие креативной индустрии в России: проблемы теории и практики / Е. С. Мальцева, С. С. Юров. – Текст : электронный // Экономика и бизнес: тенденции и инновации. – 2021. – С. 9–17. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46136172> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассмотрено понятие креативной индустрии, раскрыты теоретические подходы к ее содержанию, а также методические подходы в процессе выделения в отдельную отрасль экономики. Дана сравнительная характеристика развития этой сферы в России и ряде зарубежных стран, выявлены основные проблемы и определены приоритетные направления деятельности в области развития креативной индустрии с точки зрения теории и практики.

20. Николаева, Е. Сам себе Пикассо / Е. Николаева. – Текст : электронный // Эксперт. – 2017. – № 4. – С. 36–37. – URL: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/136121/etrochenko.pdf?sequence=1> (дата обращения: 20.05.2022).

Рассматривается успешный опыт реализации стартапа Painty, основанного на организации вечеринок с коллективным рисованием.

21. Новикова, С. К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт / С. К. Новикова. – Текст : электронный // Новые технологии. – 2019. – № 2. – С. 175–184. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40802300> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматриваются сущность и понятие креативной экономики, обозначаются предпосылки, ключевые факторы и промежуточные итоги формирования творческих индустрий за рубежом и в России.

22. Пономарев, А. И. Проблемы и перспективы развития, финансово-организационное и маркетинговое обеспечение стартапов как формы инновационно-креативного предприятия / А. И. Пономарев, А. М. Пономарева. – Текст : электронный // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2015. – № 4. – С. 1–6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-finansovo-organizatsionnoe-i-marketingovoe-obespechenie-startapov-kak-formy-innovatsionno> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье представлены проблемы стартапов как инновационно-креативных организаций с учетом сложившейся социально-экономической ситуации, перспектив их развития в управленческом и маркетинговом аспектах.

23. Смирнов, В. А.* Growth Hacking: как раскрутить стартап с нуля / Виталий Смирнов. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2020. – 240 с. – Текст : непосредственный.

Книга впервые рассказывает на русском языке о наборе маркетинговых инструментов, объединенных общей концепцией под названием Growth Hacking. Эти инструменты активно используют начинающие технологические стартапы в Кремниевой долине, а также многие успешные американские и российские IT-корпорации.

24. Спиридонова, Е. А.* Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. – Москва : Юрайт, 2021. – 192, [1] с. – Текст : непосредственный.

Представленный материал будет полезен с практической точки зрения людям, задумывающимся о создании собственного бизнеса. Отдельное внимание уделяется оценке рисков стартапа и путей их минимизации. Помимо теоретического материала содержатся примеры практического использования всех рассматриваемых методов.

25. Табачук, Н. П. Проектное обучение студентов вуза через подготовку социальных и образовательных стартапов / Н. П. Табачук. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 6. – С. 70. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47670018_18952157.pdf (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматриваются исследования в направлении проектного обучения и развития профессиональных, коммуникативных и цифровых компетенций студентов вуза педагогической направленности. Образовательными результатами проектного обучения студентов выступают социальные и образовательные стартапы как научно-исследовательские работы для решения актуальных социальных и образовательных проблем, имеющих количественные и качественные изменения в процессе реализации стартапа.

26. Хамел, Г.* Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня : [руководство] / Гари Хамел, К. К. Прахалад. – Москва : Олимп-Бизнес, 2014. – 275, [3] с. – Текст : непосредственный.

Это издание – руководство по созданию завтрашних рынков. Какой бы беспросветной ни была ситуация сегодняшнего дня, компании не должны отказываться от будущего. Для этого необходимо нарисовать горизонт возможностей: руководитель, слушая сотрудников, которые приходят с идеями, не должен отвергать их предложения. Возможно, они смотрят за горизонт и видят будущее.

27. Чан Ким, В.* Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Рене Моборн ; перевод с английского И. Ющенко. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 291 с. – Текст : непосредственный.

Автор дает начинающим бизнесменам несколько советов. Не забывайте давать простор для фантазии своим сотрудникам и себе. Не надо основываться исключительно на анализе ситуаций. Прислушайтесь и дайте волю творчеству.

4. Креативные индустрии в медиа, журналистике, производстве рекламы, теле-, радио- и интернет-вещании

1. Гольдман, И. Л. Искусствоведческо-культурологическое пространство творческого развития профессионального коммуникатора в цифровой среде / И. Л. Гольдман. – Текст : электронный // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций : материалы II международной научной конференции. Таганрог, 15 октября 2020 г. : сборник статей / отв. ред. И. В. Чельшева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – С. 375–380. – URL: <https://ifap.ru/library/book616.pdf#page=376> (дата обращения: 20.05.2022).

В сборнике рассказывается о том, что творческое развитие профессионального коммуникатора предусматривает овладение компетенциями для работы с арт-контентом в цифровой среде. Методологической основой формирования компетенций является искусствоведческо-культурологический подход, способствующий подготовке коммуникатора к продвижению культурных мероприятий онлайн.

2. Качкаева, А. Г. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях / А. Г. Качкаева, А. Новикова, Р. Юркина. – Litres : Издательские решения, 2017. – 380 с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/raznoe-4340152/kak-eto-delaetsya-produsirovanie-v-kreativnyh-industriyah> (дата обращения: 20.05.2022).

Профессия продюсера становится все более массовой, но прикладной литературы по медиапроизводству и продюсированию немного. В этой книге собраны лекции практиков, теоретические статьи, материалы курсов, прочитанных в магистратуре факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ. Вы узнаете, что такое зрелищные «аттракционы» и «трансмедиа», как меняется поведение аудитории в цифровую эпоху и почему телевидение – не только бизнес.

3. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 422, [1] с. – Текст : электронный. – URL: https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0

[%B2%D0%B0-%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82_site.pdf](#) (дата обращения: 20.05.2022).

В учебнике авторы показывают значимость средств коммуникаций, различных медианосителей и эстетических форм медиаконтента в развитии социальных отношений и представляют обширную теоретическую палитру подходов к исследованию роли медиа в общественных системах.

4. Креативные индустрии в СМИ / Белорусский государственный университет ; составитель Е. В. Баранова. – Минск : БГУ, 2019. – 16 с. – Текст : электронный. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/238684/5/%D0%A3%D0%94-7540.pdf> (дата обращения: 20.05.2022).

Рассматриваются журналистские практики и социальная повестка дня в условиях постиндустриальной реальности, изучение которой позволит обобщить теоретические основы медиалогии с практическим анализом особенностей современной информационной среды, понять специфику модели креативного человека, сконструированной в научной литературе, дифференцировать понятия «общественное сознание», «массовое сознание» и «общественное мнение»; использовать креативные индустрии в журналистской работе.

5. Креативные профессии в эпоху «цифры»: в поисках смыслов.* – Текст : непосредственный // Университетская книга. – 2020. – № 9. – С. 18–23.

Медиа – это не просто средства для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды. С появлением медиа стало возможным говорить о расширении привычной для нас схемы коммуникативного процесса. В современном понимании медиакультура объединяет в себе все виды печатных, аудиальных, визуальных и аудиовизуальных средств массовой коммуникации.

6. Петроченко, В. А. Social media marketing на региональном рынке социально-культурных услуг: креативное продвижение стартапа культурного продукта в социальных сетях : выпускная квалификационная работа бакалавра : 42.03.01 / В. А. Петроченко ; ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет». – Красноярск : СФУ, 2020. – Текст : электронный. – URL: <https://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/136121> (дата обращения: 20.05.2022).

В работе раскрывается особенность применения SMM-технологий в сфере социально-культурных услуг. Работа направлена на развитие теории

использования инструментов продвижения в социальных сетях, для продуктов социально-культурных услуг.

7. Харченко, А. В. Тема ремесел и рукоделия в информационных программах регионального канала / А. В. Харченко, Ю. М. Ершов ; Национальный исследовательский Томский государственный университет. – Томск : НИ ТГУ, 2016. – Текст : электронный. – URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/services/Download/vital:2831/SOURCE01> (дата обращения: 20.05.2022).

Автор данной дипломной работы ставит цель исследовать основные особенности работы журналиста над программами и сюжетами, посвященными ремесленникам и народному творчеству. Приведены примеры специализированных программ о рукоделии.

5. Креативные индустрии: цифровой и образовательный контент

1. **Боровинская, Д. Н.** К вопросу о классификации теорий креативности / Д. Н. Боровинская. – (Философия, социология, политология). – Текст : электронный // Вестник Томского государственного университета = Tomsk State University Journal. – 2014. – № 385 (август). – С. 50–56. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-klassifikatsii-teoriy-kreativnosti> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена методологической проблеме креатива, классифицированы подходы и концепции в исследовании креативности на основании базовых принципов.

2. **Боровинская, Д. Н.*** Креативные индустрии и современное образование: основания взаимосвязи / Д. Н. Боровинская. – Текст : непосредственный // Культура и антикультура : сборник научных трудов по материалам Международной научно-методологической конференции «Селивановские чтения» / Тюменский индустриальный университет ; науч. ред.: Л. Н. Захарова, Л. Н. Шабатура. – Тюмень : ТИУ, 2021. – 383 с.

Набирают обороты дискуссии о будущем образования в XXI веке, которое должно обеспечивать кадрами креативную индустрию. В качестве альтернативного подхода к обучению, сотрудничеству и решению проблем творческие индустрии используют дизайн, ориентированный на пользователя, принципы геймификации и дизайнерское мышление. Такие технологии, как виртуальная и дополненная реальность, играют все большую роль в будущем образовании.

3. **Дрешер, Ю. Н.** Креативность и интеллект : конспект лекции / Ю. Н. Дрешер ; Казанская государственная академия Министерства здравоохранения Российской Федерации. – Казань : Медицина, 2015. – 90, [1] с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.livelib.ru/book/1001781330-kreativnost-i-intellekt-yuliya-dresher> (дата обращения: 20.05.2022).

В пособии рассматривается ряд вопросов, связанных с развитием творческих и аналитических способностей специалистов различных сфер деятельности: креативность и ее связь с интеллектом, природа и виды мышления, творчество, творческое воображение, исторические аспекты развития мышления, генетические факторы креативной личности и т.д.

4. Иглмен, Д.* Креативный вид. Как стремление к творчеству меняет мир / Дэвид Иглмен, Энтони Брандт ; перевод с английского Юлии Константиновой. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 285, [2] с. – Текст : непосредственный.

Эта книга представляет собой глубокий анализ творческого дара человека, торжества человеческого духа. Нейробиолог Дэвид Иглмен и композитор Энтони Брандт исследуют потребность людей в новизне, моделирование возможных вариантов будущего, а также социальные компоненты, стимулирующие изобретательность.

5. Кирия, И. В. Онлайн-образование и «Креативная мифология»: феномен массовых открытых онлайн-курсов через призму критической теории медиа / И. В. Кирия. – Текст : электронный // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2019. – № 1. – С. 3–24. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-obrazovanie-i-kreativnaya-mifologiya-fenomen-massovyh-otkrytyh-onlayn-kursov-cherez-prizmu-kriticheskoy-teorii-media> (дата обращения: 20.05.2022).

Онлайн-образование в статье рассматривается как новый этап медиатизации образования и его индустриализации. Для этого феномена характерны: глобализация и размывание границ национальной культуры, позитивистское восприятие технологии как способа решения самых сложных социальных проблем, прекариат и перекладывание заботы об общественном благе с государства и других институтов на плечи самозанятых индивидов, возрастающее превращение общественного блага в рыночный коммерческий товар, диктат платформ над форматом.

6. Самкова, В. А. Содержание и роль образования в развитии креативной индустрии / В. А. Самкова. – Текст : электронный // EDCRUNCH Ural: новые образовательные технологии в вузе. – Екатеринбург, 2017. – С. 449–456. – URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/54319> (дата обращения: 20.05.2022).

Сегодня знания и технологии формируют основу для постиндустриального общества, знания являются более ценным ресурсом в экономике, чем земля, труд или капитал. Повышение показателей производительности интеллектуального труда – вклад в развитие не только отдельных компаний, но и в развитие мировой экономики, вклад в развитие стран и государств.

7. Семенихин, К. В.* Университет Иннополис – актуальное образование по цифровым специальностям / К. В. Семенихин. – Текст : непосредственный // Университетская книга. – 2021. – № 8.

Цифровая трансформация – одна из пяти национальных целей, обозначенных Президентом РФ. Для её достижения необходимо не только внедрять различные инновационные сервисы, но и обеспечивать экономику высококвалифицированными кадрами. Приводится статистическая информация о структуре университета Иннополис. Рассказывается о команде экспертов, которые проводят занятия не только в офлайн, но и онлайн-режимах.

8. Табатадзе, Л. М. Система подготовки специалиста креативных индустрий в условиях информатизации среднего профессионального образования : специальность 5.8.7 «Методология и технология профессионального образования» : диссертация ... кандидата педагогических наук / Лиана Мурмановна Табатадзе ; Московский педагогический государственный университет. – Москва, 2021. – 274 с. – Текст : электронный. – [URL: https://www.dissercat.com/content/sistema-podgotovki-spetsialista-kreativnykh-industrii-v-usloviyakh-informatizatsii-srednego](https://www.dissercat.com/content/sistema-podgotovki-spetsialista-kreativnykh-industrii-v-usloviyakh-informatizatsii-srednego) (дата обращения: 20.05.2022).

Автором сформулированы теоретико-методологические основы системы подготовки специалиста креативных индустрий; выявлены особенности опережающей подготовки специалиста креативных индустрий в условиях информатизации СПО и обоснованы основные элементы ее системы; раскрыта совокупность основных ресурсов электронной образовательной среды колледжа, обеспечивающих подготовку специалиста креативных индустрий.

9. Трубецкая, А. Ю. Креативные индустрии: опыт применения практикоориентированного подхода в российском современном образовании / А. Ю. Трубецкая. – Текст : электронный // Обсерватория культуры. – 2019. – Т. 16. – № 3. – С. 240–250. – [URL: https://observatoria.rsl.ru/jour/article/view/802/633](https://observatoria.rsl.ru/jour/article/view/802/633) (дата обращения: 20.05.2022).

Практико-ориентированный подход в образовательных программах может быть воплощен в формах специализированных образовательных программ, проектных семинаров (конкурсов, инкубаторов) и просветительских событиях. В статье рассмотрены практические примеры указанных форматов, реализованных Агентством «Творческие индустрии» в период с 2015 по 2018 гг. в партнерстве с рядом государственных образовательных учреждений высшего образования.

10. Утёмов, В. В. Педагогика креативности. Прикладной курс научного творчества : учебное пособие / В. В. Утёмов, М. М. Зиновкина, П. М. Горев. – Киров : Межрегиональный ЦИТО, 2013. – 211 с. – Текст : электронный. –

URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277320 (дата обращения: 20.05.2022).

Авторы предлагают систему технологий научного творчества, среди которых – теория решения изобретательских задач Г. С. Альтшуллера, система непрерывного креативного образования НФТМ-ТРИЗ М. М. Зиновкиной, система заданий открытого типа В. В. Утёмова.

11. Хангельдиева, И. Г.* Креативные технологии в пространстве современного образования (опыт переосмысления): учебное пособие : для студентов гуманитарных специальностей и направлений / И. Г. Хангельдиева. – Санкт-Петербург : Лань, 2021. – 177, [1] с. – Текст : непосредственный.

Образовательный процесс может быть не рутинным и однообразным, а эдьютейнментизированным, то есть познавательным и развлекательным одновременно. Сегодня мировое сообщество пришло к закономерному выводу: креативные технологии – стратегический нематериальный ресурс развития профессионального становления, личностного интеллектуального роста, бизнеса и педагогического мастерства.

6. Культура и цифровые технологии

1. **Абрамова, М.*** «Цифра» и новая этика креативных индустрий / М. Абрамова. – Текст : непосредственный // Университетская книга. – 2020. – № 10. – С. 8–13.

В фокусе предлагаемого обсуждения находится культурный статус журналистики. Она рассматривается не только как средство медийного сопровождения культурной жизни общества, но и в качестве полноправного субъекта культуры, не только как транслятор и интерпретатор культурной информации, но и как участник процессов формирования ценностно-смысловых полей жизнедеятельности общества.

2. **Батова, К. Ф.** Креативные индустрии в музейной сфере как фактор конкурентоспособности музеев Великобритании : материалы IX конференции Межкультурный диалог в современном мире, 16 апреля 2021 года, Санкт-Петербург / К. Ф. Батова ; Санкт-Петербургский Государственный университет. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 66–69. – Текст : электронный. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46392829> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматривается феномен креативных индустрий и их применение в музейной сфере Великобритании. Показана связь креативных индустрий с экономическим сектором. Конкурентоспособность музеев Великобритании раскрыта автором на примере использования креативных индустрий в ведущих национальных и региональных музеях Соединенного Королевства.

3. **Богомазова, Н. Л.** Креативные индустрии XXI века в сфере культуры / Н. Л. Богомазова. – Текст : электронный // Информационные технологии как основа эффективного инновационного развития : материалы Международной научно-практической конференции, 5 декабря 2021 г. – Казань : НИЦ Аэтерна, 2021. – С. 233. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47321631> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматривается процесс взаимодействия культуры и креативных индустрий в направлениях цифровизации, создания гибридных моделей, интеграции секторов культуры, появления новых профессий по мультимедийному проектированию и цифровому маркетингу. Делается вывод о том, что использование цифровых технологий в сфере культуры с участием креативных индустрий есть будущее человечества, обусловленное потребностями пользователей (интерактивный формат взаимодействия с объектами культуры) и трансформацией художественного процесса.

4. Боровинская, Д. Н. Экономические и культурные основания креативности / Д. Н. Боровинская. – Текст : электронный // Вестник Томского государственного университета = Tomsk State University Journal. – 2014. – № 388 (ноябрь). – С. 47–53. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-i-kulturnye-osnovaniya-kreativnosti> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена выделению экономических и культурных оснований креативности в рамках подхода культурных индустрий. Проведён анализ актуальных зарубежных исследований в области культурных индустрий с целью определения содержания креативности во взаимодействии с экономикой и культурой.

5. Будущее культурных и креативных индустрий. – Текст : электронный // IT-Expert. – 2022. – № 2. – URL: <https://www.it-world.ru/news-company/releases/178349.html> (дата обращения: 20.05.2022).

Сравнительный анализ ожиданий и фантастических идей прошлого и нашего настоящего: как будут развиваться культурные и креативные индустрии, как на них повлияют цифровые технологии, какие креативные продукты будут востребованы, что можно сделать сейчас, чтобы преуспеть в будущем.

6. Востряков, Л. Е. Творческие индустрии как фактор государственной культурной политики / Л. Е. Востряков, О. Р. Чепьюк, О. Ю. Ангелова. – Текст : электронный // Культура и образование : научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2019. – № 2 (33). – С. 86–97. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-industrii-kak-faktor-gosudarstvennoy-kulturnoy-politiki> (дата обращения: 20.05.2022).

Авторы тщательно рассматривают первые попытки развития креативных индустрий в России, предпринятые в начале 2000-х годов, при этом отмечают сложность распространения успешных практик предпринимательской деятельности в сфере культуры. Особое внимание уделяется обсуждению практики Санкт-Петербурга, где развитие творческих индустрий объявлено одним из важнейших приоритетов городского развития.

7. Гусева, Т. В. Новые модели управления в учреждениях культуры как инновационный ресурс культурной политики / Т. В. Гусева. – Текст : электронный // Культура: теория и практика : электронный научный журнал, 2018. – (Управление культурой, наукой, образованием). – URL: <http://theoryofculture.ru/issues/99/1187/> (дата обращения: 20.05.2022).

В теории управления есть термин «креативное управление». Креативное управление направлено на преодоление стандартизации

и безальтернативности и развитие инновационных практик, технологических решений, поддержку творческих инициатив.

8. Зеленцова, Е. В.* Творческие индустрии: теории и практики / Елена Зеленцова, Николай Гладких. – Москва : Классика-XXI, 2010. – 237 с. – Текст : непосредственный.

Творческие индустрии, креативный класс, креативный кластер, креативная экономика – понятия, которые во втором десятилетии XXI века уже вошли в широкий обиход как в мире, так и в России. Некоторую роль в этом сыграло первое издание этой книги (2010). В ней рассказывается о становлении ключевых идей и о современных практиках творческой экономики. Второе издание дополнено анализом новых явлений и тенденций.

9. Золотухина, А. Ю. Теоретические основы креативной индустрии в современной культуре / А. Ю. Золотухина. – Текст : электронный // Практическая философия: состояние и перспективы. – 2020. – С. 199–204. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44527777> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена краткому рассмотрению феномена креативных индустрий, проводится определение креативных индустрий, а также характерные черты креативного продукта, основу которого и составляет данное определение. Значительное место занимает общее понимание роли искусства и его коммерциализации в современной культуре.

10. Леврик, М.* Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Михаэль Леврик, Патрик Линк, Ларри Лейфер . – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2020. – 319, [1] с. – Текст : непосредственный.

Современные компании осуществляют цифровую трансформацию, чтобы по максимуму использовать современные методы обработки данных и быть на шаг впереди конкурентов. Если вы не хотите упустить свой шанс – эта книга для вас.

11. Ли Сяочжоу. Развитие культурных индустрий в современной России / Ли Сяочжоу. – Текст : электронный // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kulturnyh-industriy-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 20.05.2022).

Целью статьи является исследование особенностей формирования и перспектив развития культурных индустрий в стране. Было определено экономическое содержание как процесс создания, производства и коммерциализации креативного контента; составляющие, в частности функциональное творчество, культурное наследие, СМИ и искусство;

особенности развития и динамика роста креативной экономики в мире и современной России.

12. Михайлова, А. В. Цифровая и креативная экономика в современном пространстве / А. В. Михайлова. – Текст : электронный // Креативная экономика. – 2018. – Т. 12. – № 1. – С. 29–42. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-i-kreativnaya-ekonomika-v-sovremennom-prostranstve> (дата обращения: 20.05.2022).

Работа посвящается оценке развития цифровой и креативной экономики в рамках формирования постиндустриального и информационного общества. Статья содержит заключение о связи между цифровой и креативной экономиками и обозначение общих точек соприкосновения.

13. Овечкина, А. А. Креативные индустрии как понятие социально-культурной деятельности / А. А. Овечкина. – Текст : электронный // Культура: теория и практика : электронный научный журнал. – 2017. – URL: <http://theoryofculture.ru/issues/73/974/942/> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье креативные индустрии рассматриваются как ресурс, влияющий на модернизационные процессы в сфере культуры, позволяющий вывести креативную экономику на качественно новый уровень бытия и развития, проанализированы ведущие классификационные подходы к креативным индустриям и приведена классификация основных групп креативных индустрий.

14. Сапрыкина, А. Н. Кластеры в сфере культуры: необходимость формирования и особенности создания / А. Н. Сапрыкина. – Текст : электронный // Вопросы управления. – 2014. – № 2 (8). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klastery-v-sfere-kultury-neobhodimost-formirovaniya-i-osobennosti-sozdaniya> (дата обращения: 20.05.2022).

Анализ истории появления креативных индустрий, российского опыта по развитию сфер креативной экономики, перспективности этого направления для Новосибирской области.

15. Стеблев, А. Пять технологий, которые изменят сферу культуры и искусства / А. Стеблев. – Текст : электронный // [RB.ru](https://rb.ru) : издание о технологиях и бизнесе. – 2019. – URL: <https://rb.ru/opinion/tehnologij-kultura/> (дата обращения: 20.05.2022).

Автор рассуждает о том, какие перемены грядут в мире искусства в ближайшие годы.

16. Суминова, Т. Н. Творческое предпринимательство в контексте формирования креативной экономики и региональной политики в сфере культуры и искусства / Т. Н. Суминова. – Текст : электронный // Культура и образование : научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2014. – № 1 (12). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskoe-predprinimatelstvo-v-kontekste-formirovaniya-kreativnoy-ekonomiki-i-regionalnoy-politiki-v-sfere-kultury-i-iskusstva> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматривается творческое предпринимательство в контексте формирования креативной экономики и региональной политики в сфере культуры и искусства.

17. Чепьюк, О. Р. Креативная экономика и культура: пути взаимодействия / О. Р. Чепьюк, О. Ю. Ангелова. – Текст : электронный // Менеджмент XXI века: образование в эпоху цифровой экономики : сборник научных статей по материалам XVII Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 19–21 ноября 2019 года / Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Институт экономики и управления. – Санкт-Петербург : Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. – С. 33–37. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41672732> (дата обращения: 20.05.2022).

В исследовании рассмотрены актуальные вопросы становления и развития сектора креативной экономики.

7. Урбанистика

1. Байкова, Э. Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом / Э. Р. Байкова. – (Актуальные проблемы экономики и общества). – Текст : электронный // Экономика и управление. – 2022. – № 1 (163). – С. 11–17. – URL: <https://ekam-journal.com/images/2022/1-2022/Baykova> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье приведен зарубежный опыт применения различных инструментов поддержки креативного сектора и выделены модели развития креативных индустрий. Особое внимание уделено креативным городам, зонам роста, которые становятся важными точками приложения усилий по развитию креативных индустрий во всем мире, поэтому создание благоприятной среды для реализации креативного потенциала лежит в основе государственной политики развитых стран.

2. Бондаренко, О. М. Креативная среда современного города в менеджменте урбанистической коммуникации / О. М. Бондаренко. – Текст : электронный // Креативная экономика и социальные инновации. – 2017. – Т. 7. – № 1. – С. 6–14. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29001686> (дата обращения: 20.05.2022).

Предлагаемое исследование актуализирует проблему повседневности российских мегаполисов. Принимая город как культурное пространство, горожанин включается в различные коммуникативные связи и практики с ним. Социальные креативные практики в больших городах становятся весьма популярными и востребованными культурой.

3. Бошкова, В. Е. Креативные индустрии как инструменты повышения качества жизни пожилых людей в крупном городе / В. Е. Бошкова. – Текст : электронный // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2015. – № 30. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-kak-instrumenty-povysheniya-kachestva-zhizni-pozhilyh-lyudey-v-krupnom-gorode> (дата обращения: 20.05.2022).

В работе на основе контент-анализа изучены и приведены наиболее интересные креативные российские и зарубежные практики для социального развития пожилых людей в крупном городе.

4. Василенко, И. А. Использование механизмов территориального брендинга для развития культурной политики в регионах России / И. А. Василенко. – Текст : электронный // Социально-культурная деятельность: векторы

исследовательских и практических перспектив. – 2018. – С. 113–118. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35643576> (дата обращения: 20.05.2022).

Автор пишет о том, что культурные проекты и сценарии способны вывести депрессивные территории на новый уровень развития, сделать жизнь региона более интересной и насыщенной, привлечь инвестиции и трудовые ресурсы. Формирование конкурентоспособной региональной идентичности с помощью управления культурными ресурсами региона – ключевой фактор при разработке регионального имиджа.

5. Волошинская, А. А. Опыт реализации концепций креативного города в России / А. А. Волошинская, В. М. Комаров. – Текст : электронный // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – № 4 (463). – С. 637–648. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-realizatsii-kontseptsiy-kreativnogo-goroda-v-rossii> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассмотрена возможность применения в российских условиях концепций креативного города Ч. Лэндри и Р. Флориды.

6. Гайдук, М. Н. Принципы регионального брендинга / М. Н. Гайдук. – Текст : электронный // Актуальные вопросы экономических наук. – 2010. – № 14. – С. 109–113. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21185876> (дата обращения: 20.05.2022).

Разработка стратегии и программы комплексного продвижения бренда российского региона позволяет оптимизировать бюджетные и внебюджетные расходы на информационные, социокультурные, спортивные и другие проекты.

7. Города будущего: пространственное развитие, соучаствующее управление и творческие индустрии : коллективная монография. – Москва : Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2021. – 374 с. – Текст : электронный. – URL: <https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/prostranstvennoe-razvitie/goroda-budushchego-prostranstvennoe-razvitie-souchastvuyushchee-upravlenie-i-tvorcheskie-industrii/> (дата обращения: 20.05.2022).

Коллективная монография посвящена современным трендам городского развития, формирующим новый облик и социальную ткань городов будущего: расширению участия жителей в принятии решений по широкому кругу вопросов городской жизни, возрастающей роли креативной экономики и творческих индустрий, вызовам и ограничениям пространственного развития урбанизированных территорий.

8. Игнатъева, С. С. Человеческий капитал Арктики как ресурс культурной модернизации / С. С. Игнатъева. – Текст : электронный // Вестник МГУКИ. – 2015 – № 1. – С. 105–107. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23234064> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье анализируется сущность человеческого капитала как социально-культурного ресурса региона (на примере Якутии), который обеспечивает успешность культурной модернизации и «воспроизводство» кадров культуры.

9. Инновационная Москва: стратегические вызовы и тактические ответы / В. О. Боос, Л. М. Гохберг, Е. А. Иванова [и др.] ; под редакцией Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Москва : НИУ ВШЭ, 2021. – 75 с. – Текст : электронный. – URL: <https://issek.hse.ru/inmoscow> (дата обращения: 20.05.2022).

Доклад дает комплексное представление о сильных и слабых сторонах столицы относительно других мировых центров инноваций и может быть полезен в деятельности представителей инновационного класса Москвы – технологических предпринимателей, ученых, творческих деятелей, практиков, вовлеченных в процессы управления инновациями и отдельными секторами экономики знаний.

10. Колесниченко, М. Регионы как центры притяжения креативных индустрий / М. Колесниченко, И. Куманева ; Экспертно-аналитический центр ДВФУ. – Владивосток, 2022. – Текст : электронный. – URL: https://www.dvfu.ru/expertise/news/atr/regiony_kak_tsenry_priyazheniya_kreativnykh_industriy/?sphrase_id=2413790 (дата обращения: 20.05.2022).

Авторы считают, что путь российских регионов в развитии креативных индустрий заключается в системном подходе к данной отрасли и ее комплексной поддержке, в определении уникальных локальных продуктов, изделий или услуг.

11. Краснопольская, М. А. Архитектура, строительство, градостроительство – концепции современности / М. А. Краснопольская. – Текст : электронный // Социально-гуманитарное обозрение. – 2018. – Т. 3. – № 3. – С. 125–127. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35385265> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье раскрываются этапы развития градостроительства, строительства, архитектуры и их связующих элементов на территории нашей страны.

Поднимаются проблемы дальнейшего планирования и застройки местности с учетом современных тенденций.

12. Кузнецов, С. О. Пространство города – чувствовать, понимать, создавать / С. О. Кузнецов. – Текст : электронный // Вестник университета Правительства Москвы. – 2021. – № 1 (51). – URL: https://mguu.ru/wp-content/uploads/2021/03/Vestnik_01_51_2021_web.pdf (дата обращения: 20.05.2022).

О новых трендах в архитектуре, градостроительстве и благоустройстве города.

13. Новая надежда: тренды креативных индустрий. – Текст : электронный // Forbes : сетевое издание. – 2021. – URL: <https://www.forbes.ru/partner-article/441587-novaa-nadezda-trendy-kreativnyh-industrij> (дата обращения: 20.05.2022).

Как локальные креативные инициативы меняют города, почему без коллаборации нет движения, что интересного происходит с креативными индустриями, рассказывают эксперты «Мастера. Forum».

14. Новиков, В. Г. Системный подход к разработке и реализации региональных туристических проектов / В. Г. Новиков, Е. А. Савченко. – Текст : электронный // Географическая среда и живые системы. – 2020. – № 3. – С. 112–127. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-razrabotke-i-realizatsii-regionalnyh-turisticheskikh-proektov> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье обосновано девять системных принципов, являющихся условием эффективности региональных туристических проектов в рамках развития рекреационных систем.

15. Орлов, С. Л. Современное пространство России: новые подходы и концепции / С. Л. Орлов. – Москва : Дашков и К^о, 2022. – 225 с. – Текст : непосредственный.

В монографии рассматриваются теоретические и практические аспекты формирующейся модели пространственного развития России, представляющей одну из важнейших составляющих современной системы стратегического планирования. Во главу угла ставятся вопросы целеполагания базового (опорного) каркаса развития пространства, основу которого может составлять трёхзвенная система перспективных приоритетов территориальной организации страны.

16. Рычихина, Н. С. Проектное управление как важный инструмент управления развитием малых городов / Н. С. Рычихина. – Текст : электронный

// Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы : сборник статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала экономического университета Г. В. Плеханова, посвященной Году науки и технологий – 2021, г. Иваново, 13–15 апреля 2021 года. – Иваново : Ивановский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 2021. – С. 157–159. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47215511> (дата обращения: 20.05.2022).

Проектный менеджмент играет важную роль в управлении развитием малых городов России. Автором рассматриваются проекты, позволяющие привлечь инвестиции в малые города, сделать в них центры туризма, улучшить инфраструктуру, реставрировать культурные и исторические объекты малых городов.

17. Садик-Хан, Д.* Битва за города: как изменить наши улицы. Революционные идеи в градостроении : [практическое руководство : перевод с английского] / Джанет Садик-Хан, Сет Соломонов. – Москва : Олимп-Бизнес, 2017. – 400, [2] с. – Текст : непосредственный.

Автор книги, Джанет Садик-Хан, стала одним из пионеров превращения «городов автомобилей» в «города людей». Занимая пост комиссара Департамента транспорта Нью-Йорка в течение семи лет, она смогла реализовать множество проектов по переустройству улиц, подробно описанных в этой книге.

18. Стародубровская, И. Креативный класс и креативный город: российское преломление / И. Стародубровская, Д. Лободанова. – Текст : электронный // Экономическая политика. – 2013. – № 5. – С. 127–149. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20333010> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена обсуждению вопроса, каким образом российские города могут привлечь и удержать образованных и инициативных молодых людей. Авторы статьи исследуют жизненные стратегии креативной молодежи в трех российских городах – Челябинске, Перми и Новосибирске. Особое внимание уделяется пермской «культурной революции» – наиболее последовательной попытке воплотить в жизнь теорию креативного класса.

19. Сторпер, М.* Ключи от города. Как устроено развитие? / Майкл Сторпер ; перевод с английского Ольга Шамина. – Москва : Стрелка, 2018. – 364, [1] с. – Текст : непосредственный.

Почему одни города богатеют и растут, а другие – пустеют и беднеют? У экономического развития есть конкретные географические координаты – в «Ключах от города» географ Майкл Сторпер рассказывает, как политика, экономика, устройство институтов и качество социального взаимодействия влияют на жизнь городов и городских агломераций.

20. Чиркова, Н. В. Современная урбанистическая архитектура в креативных практиках городской среды / Н. В. Чиркова. – Текст : электронный // Образные характеристики городской среды как ресурс развития территории : материалы Всероссийской научно-практической конференции (Омск, 1 октября 2020 г.) / Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва, Сибирский филиал. – Омск : Сибирский филиал Института Наследия, 2020. – С. 258. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612137&razdel=143&lang=ru>

(дата обращения: 20.05.2022).

В статье анализируются формы и тенденции развития современной урбанистической архитектуры в креативных практиках городской культуры. Архитектура городской среды рассматривается как предметное поле инновационного менеджмента и социокультурного проектирования.

8. Организация событийных мероприятий

1. Голубенко, Н. Б. Креативные идеи для библиотеки / Н. Б. Голубенко. – Москва : Директ-Медиа, 2020. – 51, [1] с. – Текст : электронный. – URL: <https://e-univers.ru/catalog/T0006173/> (дата обращения: 20.05.2022).

В данном пособии можно найти интересные идеи из опыта российских и зарубежных библиотек различного уровня. Возможно, они послужат толчком для рождения новых идей, помогут сделать библиотеку интересной, яркой, незаменимой.

2. Екатерина Грабовецкая – организация мероприятий в музее. Кейс Мультимедиа Арт Музей, Москва / Подкаст. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/ilya-po-27217553/ekaterina-graboveckaya-organizaciya-meropriyatiy-63839430/> (дата обращения: 20.05.2022).

Автор рассказывает о проведении и организации мероприятий в современном музее.

3. Суминова, Т. Н.* Арт-менеджмент: теория и практика : учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства / Т. Н. Суминова. – Москва : Академический проект, 2020. – 655 с. – Текст : непосредственный.

Раскрыты теоретико-методологические и технологические/практические аспекты арт-менеджмента как философии и культуры управления в сфере искусства, отраслевого менеджмента, науки, прикладной учебной дисциплины, пространства субкультуры, инструмента/механизма творческих/креативных индустрий, российской и международной экономики и политики в сфере культуры и искусства.

4. Мкртчян, С. В. Креативные управленческие решения на основе анализа данных и бренд-дизайна : монография / С. В. Мкртчян, М. В. Холод. – Москва : Русайнс, 2021. – 154 с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/marina-holod/kreativnye-upravlencheskie-resheniya-na-osnove-anali-55919946/> (дата обращения: 20.05.2022).

В работе представлены результаты изучения и анализа состояния рынков косметической продукции, одежды и аксессуаров в РФ, тенденции и перспективы его развития до 2025 г., оценки потенциального спроса на продукцию, определения требований к компаниям – производителям косметической продукции, одежды и аксессуаров со стороны потребителей,

анализ восприятия потребителями разных брендов с целью определения оптимальных путей их развития до 2025 года.

9. Мода

1. Крю, Луиза. Территории моды: потребление, пространство и ценность / Луиза Крю ; перевод с английского Е. Кардаш. – Москва : Новое литературное обозрение, 2020. – 225, [1] с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/luiza-kru/territorii-mody-potreblenie-prostranstvo-i-cennost/> (дата обращения: 20.05.2022).

Эта книга – первое серьезное исследование экономики моды с точки зрения географа. Какой путь проходит одежда от фабрики до гардероба? Чем обусловлена ее социальная и экономическая ценность?

2. Федорова, О. Г*. Создай личный бренд / Оксана Федорова. – Москва : АСТ, 2020. – 191, [9] с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/oksana-fedorova/sozday-lichnyy-brend-51928239/> (дата обращения: 20.05.2022).

Оксана Федорова – единственная россиянка-победительница конкурса «Мисс Вселенная» – в своей книге рассказывает о том, как создать личный бренд, сохраняя собственную уникальность; как подчеркнуть индивидуальность и быть принятой в любом обществе; как органично смотреться в разных образах; как совершенствовать речь.

10. Гастрономия

1. Гастрономическая карта России : Интернет-портал. – Текст : электронный. – URL: <https://www.gastromaprussia.ru> (дата обращения: 20.05.2022).

Первая в России система добровольной сертификации в сфере гастрономического туризма.

2. Гомилевская, Г. А. Модели организации гастрономических фестивалей / Г. А. Гомилевская, В. Г. Ден. – Текст : электронный // АНИ: экономика и управление. – 2018. – № 2 (23). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-organizatsii-gastronomicheskikh-festivaley> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье с использованием методов системного анализа, синтеза и дедукции проведен исторический анализ, на основе экспертной оценки обоснована специфика гастрономического фестиваля, представлен авторский подход к оценке моделей организации фестивалей.

3. Гордин, В. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение : коллективная монография / Валерий Гордин, Юлия Трабская. – Санкт-Петербург : Левша. Санкт-Петербург, 2014. – 208 с. – Текст : электронный. – URL: <http://sarud.org/wp-content/uploads/2019/01/Gastronomicheskie-brendy-destinatsij.pdf> (дата обращения: 20.05.2022).

В книге рассматривается разница между брендингом территории и дестинации, опыт формирования и продвижения гастрономических брендов на примере Португалии.

4. Карманова, А. Е. Гастрономический туризм как фактор роста конкурентоспособности Санкт-Петербурга / А. Е. Карманова. – Текст : электронный // Актуальные проблемы в современной науке и пути их решения. – 2017. – С. 60–64. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32451427> (дата обращения: 20.05.2022).

Представлены материалы по проблеме развития гастрономического туризма в Санкт-Петербурге. Рассмотрено значение развития данного направления и его основные проблемы. Отмечены перспективы совершенствования рассматриваемого направления.

5. Ким, И. Н. Молекулярная гастрономия – стимул для инновационных исследований различных аспектов, связанных с процессом питания / И. Н. Ким. – Текст : электронный // Рыбное хозяйство. – 2021. – № 2. – С. 108–114. – URL: <https://bik.sfu-kras.ru/elib/view?id=edselr-edselr.45332355&service=eds> (дата обращения: 20.05.2022).

Усиливающаяся в последние годы конкуренция на рынке производителей продуктов питания предъявляет все большие требования к качеству и потребительской привлекательности пищевых продуктов. Необходимость постоянного улучшения органолептических свойств продукции, в свою очередь, определяет высокие требования к профессиональным знаниям технологов предприятий.

6. Креатив мирового уровня: что даст Петербургу гастрономический проект ЮНЕСКО. – Текст : электронный // Деловой Петербург : портал. – Санкт-Петербург : ДП Бизнес Пресс, 1993 – . – URL: https://www.dp.ru/a/2021/11/22/Kreativ_mirovogo_urovnja (дата обращения: 20.05.2022).

Петербург вошёл в сеть творческих городов ЮНЕСКО в категории «Гастрономия».

7. Матвеев, А. В. Основы домашнего сыроделия / А. В. Матвеев. – 2-е издание. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2019. – 123 с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.livelib.ru/book/1002717654-osnovy-domashnego-syrodeliya-a-v-matveenko> (дата обращения: 20.05.2022).

Сыр – это продукт, который постоянно готовили у себя дома наши бабушки, прабабушки и более далекие предки. Эта книга поможет вам начать изготавливать сыр в домашних условиях

8. Чернов, Г. И. Гастрономическое пространство Санкт-Петербурга как основа методологического исследования экономической социологии питания / Г. И. Чернов. – Текст : электронный // Теория и практика общественного развития. – 2021. – № 5. – С. 45–49. – URL: <https://bik.sfu-kras.ru/elib/view?id=edselr-edselr.45765815&service=eds> (дата обращения: 20.05.2022).

Статья посвящена методологическому анализу гастрономического пространства Санкт-Петербурга. Гастрономическая специфика воспроизводится в повседневных действиях – при покупке и приготовлении еды; в отраслях производства и торговли продуктами питания; фуд-

блогерами – производителями смыслов, связанных с едой; кулинарными школами; гастрономическими сайтами.

11. Дизайн

1. Васильева, Е. В. Дизайн-мышление: немного о подходе и много об инструментах развития креативного мышления, изучения клиентских запросов и создания идей (Как понять клиентов и создать полезный опыт в экономике впечатлений?): монография / Е. В. Васильева. – Москва : РУСАЙНС, 2020. – 202, [1] с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/elena-vasileva-17870/dizayn-myshlenie-nemnogo-o-podhode-i-mnogo-o-66261422/> (дата обращения: 20.05.2022).

Дизайн-мышление – это подход к проектированию инновационных решений, ориентированный на человека. Основная идея книги – рассказать об инструментах дизайн-мышления, которые полезно применять на различных этапах исследования клиентского опыта, разработки идеи или прототипа инновации.

2. Лаврентьев, М. Дизайн в пространстве культуры: от арт-объекта до эклектики : сборник очерков / Максим Лаврентьев. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 144, [7] с. – Текст : электронный. – URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=28492> (дата обращения: 20.05.2022).

Эта книга – сборник очерков о стильных вещах и интерьерах. Что такое арт-объект, как отличить винтаж от ретро, а гламур от китча, в чем сакральный смысл узоров на ковре бабушкиной гостиной и как комод вдохновил архитектора на создание дворца для графа Апраксина – об этом и многом другом увлекательно рассказывает автор.

3. Леврик, М. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам / Михаэль Леврик, Патрик Линк, Ларри Лейфер; перевод с английского И. Рузмайкина. – Санкт-Петербург : Питер, 2020. – 319, [1] с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.litres.ru/larri-leyfer-2114248/dizayn-myshlenie-ot-insayta-k-novym-produkta-48613269/> (дата обращения: 20.05.2022).

Мы живем в эпоху, когда банки отказываются от традиционных банковских операций и переходят на цифровые деньги. На наших глазах рождаются стартапы, которые создают новые рынки, используя дизайн-экосистемы. Современные компании осуществляют цифровую трансформацию. Если вы не хотите упустить свой шанс – эта книга для вас.

12. Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность

1. **Филатова, Е. В.** Молодежный фестиваль бардовской песни как культурно-образовательный проект / Е. В. Филатова, В. А. Карнаухова. – Текст : электронный // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 67–3. – С. 237–240. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42963987> (дата обращения: 20.05.2022).

Авторы статьи обращаются к проблемам существования бардовской песни в современной молодежной среде, рассматривая бардовскую песню как один из эстетических ориентиров в системе музыкальных предпочтений юношества.

2. **Хорева, Л. В.** Инновации в системе услуг музыкальных фестивалей: технологический и организационный аспекты / Л. В. Хорева, А. В. Павина. – Текст : электронный // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2019. – № 10 (180). – С. 40–48. – URL: http://vestnik.sseu.ru/lk_file.php?pdf=7369 (дата обращения: 20.05.2022).

В статье изложены результаты исследования уровня инновационной активности ряда музыкальных праздников, изучен как российский, так и зарубежный опыт; приведено описание основных инновационных технологий, представлены результаты использования инновационных технологий наиболее крупными фестивалями.

13. Креативные индустрии в Тюменской области

1. **Белоусов, А. В.** Новое строительство и сохранение исторической среды в подгорной части г. Тобольска / А. В. Белоусов. – Текст : электронный // Наследие Тюменской области. – 2016. – № 1 (6). – С. 12–19. – [URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novoe-stroitelstvo-i-sohranenie-istoricheskoy-sredy-v-podgornoy-chasti-goroda-tobolska-chast-1](https://cyberleninka.ru/article/n/novoe-stroitelstvo-i-sohranenie-istoricheskoy-sredy-v-podgornoy-chasti-goroda-tobolska-chast-1) (часть 1) ; <https://cyberleninka.ru/article/n/novoe-stroitelstvo-i-sohranenie-istoricheskoy-sredy-v-podgornoy-chasti-goroda-tobolska-chast-2> (часть 2) (дата обращения: 20.05.2022).

В статье рассматривается проблема сохранения исторической среды подгорной части Тобольска. Автор на основе собственной проектной практики и анализа местных архитектурно-исторических, средовых особенностей формирует предложения по строительным регламентам и характеру новой застройки для этой городской территории.

2. **Бухвалова, А. Ю.** История градостроительства города Тюмени и современные проблемы сохранения исторической планировки / А. Ю. Бухвалова, А. И. Клюкина. – Текст : электронный // Баландинские чтения. – 2018. – № 1. – С. 394–400. – [URL: https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-gradostroitelstva-goroda-tyumeni-i-sovremennye-problemy-sohraneniya-istoricheskoy-planirovki](https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-gradostroitelstva-goroda-tyumeni-i-sovremennye-problemy-sohraneniya-istoricheskoy-planirovki) (дата обращения: 20.05.2022).

Рассматриваются проблемы сохранения исторической планировки Тюмени.

3. **Креативные индустрии Тюмени.** – Текст : электронный // 1tmn.ru : интернет-портал. – Тюмень, 2022. – [URL: http://1tmn.ru/greater_tumen/tyumen_region/tyumen-tyumen_region/kreativnye-industrii-tyumeni-4144653.html](http://1tmn.ru/greater_tumen/tyumen_region/tyumen-tyumen_region/kreativnye-industrii-tyumeni-4144653.html) (дата обращения: 20.05.2022).

Что представляют собой креативные индустрии Тюмени? Подведены итоги исследования креативных индустрий города и рассмотрены элементы их формирования.

14. Игрушки (создание)

1. **Закжевская, Л.*** Чувствую, как кукла оживает в руках / Л. Закжевская. – Текст : непосредственный // Дом культуры. – 2019. – № 12. – С. 60–61.

О создании авторских текстильных игрушек. Людмила Закжевская считает авторскую текстильную игрушку своим хобби, при этом каждая ее работа отмечена таким сердечным, тонким мастерством, что залюбуешься.

2. **Игрушечные активы:** как заработать на куклах и оловянных солдатиках. – Текст : электронный // РДТ-Инфо : отраслевой ресурс рынка детских товаров, 2020. – URL: <https://rdt-info.ru/2020122417855/igrushechnye-aktivy-kak-zarabotat-na-kuklah-i-olovyannyh-soldatikah.html> (дата обращения: 20.05.2022).

«Деньги» выяснили, какие серии «Lego», каких кукол «Barbie» и плюшевых мишек вам стоит поискать у себя в кладовке, чтобы не прогореть на первых порах. Топ-15 игрушек с самым высоким процентом прироста стоимости.

3. **Ковальчук, В.** Игрушечный бизнес: как заработать на производстве «развивашек» / В. Ковальчук. – Текст : электронный // Портал biz360 : Интернет-журнал, 2021. – URL: <https://biz360.ru/materials/igrushechnyy-biznes-kak-zarabotat-na-proizvodstve-razvivashek> (дата обращения: 20.05.2022).

О бизнес-проекте по созданию развивающих игрушек для дошкольников.

4. **Куликов, С.** Свои в доску / С. Куликов. – Текст : электронный // Эксперт. – 2020. – № 11. – С. 22–25. – URL: <https://expert.ru/expert/2020/11/svoi-v-dosku/> (дата обращения: 20.05.2022).

Рассказывается о предпринимателе Никите Рябине, стартап «Турбо» которого вырос от производства игрушек (фингербордов) до создания специального спортивного оборудования – сноубордов.

5. **Летова, И.** Как зарабатывать миллионы, делая игрушки ручной работы / И. Летова. – Текст : электронный // Яндекс. Дзен : блог-платформа, 2020. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5f3e4553c53a31302c83bd7e/kak-zarabatyvat-milliony-delaia-igrushki-ruchnoi-raboty-5f3f97ade69d47622eed419d> (дата обращения: 20.05.2022).

О том, какие игрушки ручной работы сейчас популярны и как их успешно продать.

6. **Майорова, Е. А.** Тенденции и перспективы развития рынка игрушек / Е. А. Майорова. – Текст : электронный // Российское предпринимательство. –

2019. – Т. 20, № 1. – С. 197–206. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/39766> (дата обращения: 20.05.2022).

Проанализированы следующие тенденции развития российского рынка игрушек: снижение доли игрушек на рынке детских товаров; ожидание трансформации ассортимента; замедление роста потребительских цен; активное развитие сегмента низких цен; увеличение продажи через Интернет.

7. Продажа игрушек ручной работы через Интернет: как и где можно выгодно продать свои работы? – Текст : электронный // Меценат : Интернет-платформа, 2020. – URL: <https://mecenat.ru/blog/tpost/uueo8y75k1-prodazha-igrushek-ruchnoi-raboti-cherez> (дата обращения: 20.05.2022).

Об основах интернет-продаж игрушек ручной работы.

8. Продолжая традиции хлудневских гончаров. – Текст : электронный // Дом культуры. – 2018. – № 3. – С. 40–43. – URL: <https://panor.ru/articles/prodolzhasya-traditsii-khludnevskikh-goncharov/20879.html> (дата обращения: 20.05.2022).

О гончаре из поселка Думиничи Калужской области Александре Геннадьевиче Заборских, который освоил производство традиционной хлудневской игрушки и успешно работает с разными видами декорирования керамики.

9. Сибирские «душевности» Натальи Куликовских. – Текст : электронный // Дом культуры. – 2020. – № 2. – С. 78–79. – URL: <https://panor.ru/articles/sibirskie-dushevnosti-natali-kulikovskikh/32878.html> (дата обращения: 20.05.2022).

О творчестве мастерицы Натальи Куликовских, занимающейся лоскутным шитьем и созданием народных кукол.

10. Старжинская, Н. Игрушка как отражение культуры нации в воспитании детей / Н. Старжинская. – Текст : электронный // Вестник Национального педагогического университета им. М. П. Драгоманова. Серия: Философия. Педагогика. Психология. – 2010. – № 11. – URL: <http://elib.bspu.by/handle/doc/3493> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье представлена характеристика белорусской народной игрушки как носителя народных традиций и раскрыто ее влияние на формирование личности ребенка.

15. Компьютерные игры

1. Аверьянова, О. В. Социально-экономическая роль геймификации / О. В. Аверьянова, И. А. Благих. – Текст : электронный // Проблемы современной экономики. – 2021. – № 4 (80). – С. 28–32. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47998005> (дата обращения: 20.05.2022).

В данной статье рассматриваются вопросы влияния геймификации на культуру общества и психику человека. Обращается внимание на то, что все игры имеют скрытые мотивы, а игра как таковая заранее не честна. Тем не менее, геймификация активно проникает во все сферы обучения, образования и бизнеса. Авторы предлагают свои подходы к анализу влияния геймификации на социально-экономические процессы, среди которых как вариант рассматривается активизация деятельности государства в народнохозяйственной сфере, формирование государственных структур.

2. Каминская, Т. Л. Геймификация культурной памяти: современные коммуникативные практики / Т. Л. Каминская, А. И. Чаусов. – Текст : электронный // Ученые записки НовГУ. – 2018. – № 3 (15). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kulturnoy-pamyati-sovremennye-kommunikativnye-praktiki> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье приводятся примеры успешного применения игр в обучающих и бизнес-моделях, медиа-практике, экскурсионной и просветительской деятельности. Особое внимание уделяется опыту новгородских деятелей культуры. Делается вывод о необходимости создания онлайн-аналогов познавательных офлайн-игр, использования технологических достижений для постижения традиционной культуры и сохранения культурной памяти.

3. Клеметти, К.* Мастера геймдизайна: как создавались Angry Birds, Max Raune и другие игры-бестселлеры / Конста Клеметти, Харро Грэнберг. – Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 118, [1] с. – Текст : непосредственный.

В этой книге журналист Конста Клеметти и игровой продюсер Харро Грэнберг расшифровывают ДНК финского геймдизайна вместе с разработчиками самых успешных игр и инновационных игровых механик. Их советы и идеи пригодятся всем, кто хочет научиться создавать видеоигры для любых платформ.

4. Маслов, Е. А. Внедрение современных технологий виртуальной и дополненной реальности в креативные индустрии: тенденции и проблемы / Е. А. Маслов, А. А. Хамина. – Текст : электронный // Гуманитарная

информатика. – 2016. – № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-sovremennyh-tehnologiy-virtualnoy-i-dopolnennoy-realnosti-v-kreativnye-industrii-tendentsii-i-problemy> (дата обращения: 20.05.2022).

С новым витком технологического развития в области виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR) обостряется необходимость анализа современных возможностей данных технологий. Статья посвящена определению актуальности технологий VR/AR в современной культуре, а также проблем и перспектив их развития в креативных индустриях.

5. Миловидов, С. В. Трансмедийный сторителлинг как способ превращения фанатских практик в культурную индустрию / С. В. Миловидов. – Текст : электронный // Наука телевидения. – 2021. – № 171. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transmediynnyy-storitelling-kak-sposob-prevrasheniya-fanatskih-praktik-v-kulturnuyu-industriyu> (дата обращения: 20.05.2022).

Данное исследование состоит из серии глубинных интервью и наблюдений за практиками медиапотребления пользователей и поклонников вымышленного мира, сформировавшегося вокруг цикла произведений в жанре фэнтези под общим названием «Сага о Ведьмаке».

6. Норманская, А. В. Тексты геймификации как тексты массовой культуры / А. В. Норманская. – Текст : электронный // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2020. – № 37. – С. 37–43. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42765117> (дата обращения: 20.05.2022).

В данной статье тексты геймификации представлены как тексты массовой культуры. Игровое начало присуще данному виду культуры с момента ее возникновения. Однако в последнее время геймификация становится основным содержанием не только досуга, но и других сфер деятельности человека (менеджмента, образования, воспитания и т.д.).

7. Очеретяный, К. А. Компьютерные игры: формы цифрового опыта / К. А. Очеретяный. – Текст : электронный // Вопросы философии. – 2019. – № 11. – С. 66–77. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41440279> (дата обращения: 20.05.2022).

В статье анализируется феномен компьютерных игр, обычно рассматриваемый как побочный продукт цифровой реальности. С точки зрения социальных институций, сформированных в доцифровую эпоху, компьютерная игра лишена тех утилитарных аспектов, которые необходимы

для понимания социальной прагматики цифровой реальности: цифрового права, цифровой экономики, цифрового общества.

8. Помелов, В. А. Креативный потенциал компьютерных игр в контексте формирования инновационного мышления / В. А. Помелов. – Текст : электронный // Вестник КемГУ. – 2014. – № 4 (60). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-potentsial-kompyuternyh-igr-v-kontekste-formirovaniya-innovatsionnogo-myshleniya> (дата обращения: 20.05.2022).

Автор обосновывает тезис о креативном потенциале, которым обладают некоторые компьютерные игры. Выделяются те особенности компьютерных игр, которые позволяют говорить о них как о тренажёре для формирования инновационного мышления.

9. Разработка рабочей видеоигры «Alpha» как одна из составляющих реализации проекта Департамента образования и науки г. Москвы «IT-класс в московской школе» / М. А. Наумов, Н. П. Морин, К. П. Печерица, Е. В. Козьмин. – Текст : электронный // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 32. – С. 1383–1391. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45842378> (дата обращения: 20.05.2022).

В данной статье рассматривается разработка проекта видеоигры обучающимися класса информационно-технологического профиля ГБОУ «Бауманская инженерная школа № 1580». Описывается процесс производства рабочей видеоигры от самого начала – продумывания концепции – и до самого конца – финальной доработки и презентации готового продукта на базе детского технопарка «МосГорМаш».

10. Сенилов, М. А. Разработка иммерсивного игрового пространства в виртуальной реальности с использованием мультимодального интерфейса / М. А. Сенилов, М. Р. Газизулин. – Текст : электронный // Общество. – 2021. – № 4 (23). – С. 36–41. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47926539> (дата обращения: 20.05.2022).

Рассматривается новый подход в создании иммерсивных игровых виртуальных пространств, заключающийся в разработке современного повышающего иммерсивность мультимодального интерфейса, использующего принцип голосового ввода и обработки жестов рук.

11. Фадеева, А. В. Геймификация культурных процессов: влияние игровых технологий на музыкальную индустрию Южной Кореи / А. В. Фадеева. –

Текст : электронный // Диалоги о культуре и искусстве. – 2020. – С. 134–141. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46639387> (дата обращения: 20.05.2022).

Популярность корейской поп-культуры в мире может считаться исключительным феноменом 2020 года. Отметим, что особым научным потенциалом в текущий момент обладают процессы, отражающие эффективное взаимодействие цифровых технологий со сферами креативных индустрий современной экономики, к которым можно отнести: искусство, кинематограф, анимацию, музыку, разработку игр и программных продуктов.

12. Язев, Ю.* Как самому написать мобильную 2D-игру / Юрий Язев. – Москва : СОЛОН-Пресс, 2019. – 475 с. – Текст : непосредственный.

Эта книга расскажет, как разрабатывать компьютерные и мобильные игры с помощью бесплатного, мощного, многофункционального и кроссплатформенного движка «Torque 2D». В качестве инструмента используется компьютер с операционной системой «Windows».