

Матвеев В. В., Ефименко И. С., Илюхина И. Б.**ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА НА УРОВЕНЬ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА****Матвеев Владимир Владимирович***доктор экономических наук, профессор, ректор
Орловский государственный институт культуры (г. Орел,
Россия)
rector@ogik.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2906-5716>
SPIN 9882-5511***Vladimir V. Matveev***Doctor of Economic Sciences, Professor, Rector
Orel State Institute of Culture (Orel, Russia)
rector@ogik.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2906-5716>
SPIN 9882-5511***Ефименко Ирина Сергеевна***кандидат экономических наук, доцент, проректор по
развитию, финансам и административной работе
Орловский государственный институт культуры (г. Орел,
Россия)
prorector.fin@ogik.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2070-4510>
SPIN 6532-4070***Irina S. Efimenko***Candidate of Economic Sciences, Associated Professor, Vice-
Rector for Development, Finance and Administrative Work
Orel State Institute of Culture (Orel, Russia)
prorector.fin@ogik.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2070-4510>
SPIN 6532-4070***Илюхина Ирина Борисовна***кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры
социально-культурной деятельности и педагогики
Орловский государственный институт культуры (г. Орел,
Россия)
irboil@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0275-4677>
SPIN 7101-3217***Irina B. Ilyukhina***Candidate of Economic Sciences, Associated Professor,
Associate Professor of Socio-Cultural Activities and Pedagogy
Department
Orel State Institute of Culture (Orel, Russia)
irboil@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0275-4677>
SPIN 7101-3217*

Конкурентоспособность социально-экономической системы обусловлена возможностью эффективного использования её ресурсного потенциала. Объектом исследования является культурный потенциал региона. В статье понятие культурного потенциала трактуется с точки зрения экономической науки и определяется как запас ресурсов социально-культурной сферы, при эффективном использовании которого достигается не только социальный, но и экономический эффект. Особое внимание уделяется процессу формирования культурного потенциала через призму культурного производства и потребления. Культурный потенциал региона представляется как совокупность гуманитарных, капитальных и институциональных ресурсов, которые могут быть вовлечены в культурное производство. Целью исследования является оценка влияния культурной среды на конкурентоспособность региона как социально-экономической системы. На основе статистической информации проведён анализ состояния культурного потенциала и фактического его использования в ряде регионов Центрального федерального округа РФ. Выявлена взаимосвязь между уровнем использования культурного потенциала региона и структурой валового регионального продукта. Повышение эффекта от

Competitiveness of socio-economic system is determined by the possibility of effective use of its resource potential. The object of the research is cultural potential of the region. The concept of cultural potential is interpreted in the article from the point of view of economics and is defined as resources reserve of socio-cultural sphere, with effective use of which not only social but also economic effect is achieved. Special attention is paid to the process of cultural potential formation through cultural production and consumption. Cultural potential of the region is represented as a set of humanitarian, capital and institutional resources that can be involved in cultural production. The purpose of the study is to assess the impact of cultural environment on the region's competitiveness considered as a socio-economic system. On the basis of statistical information, the analysis of the cultural potential state and its actual use in a number of regions of the Central Federal District of the Russian Federation is carried out. The relationship between the usage level of the cultural potential of the region and the structure of the gross regional product is revealed. Increase of the effect of the accumulated

реализации накопленного культурного потенциала связывается с формированием региональной культурной политики и созданием конкурентоспособного сектора креативных индустрий.

Ключевые слова: конкурентоспособность, культурный потенциал, культурное производство, социально-культурная деятельность, учреждения культуры

Вклад авторов: все авторы внесли равный вклад в проведение исследования и написание статьи; выразили согласие нести публичную ответственность за все аспекты работы, связанные с точностью или достоверностью любой части рукописи; одобрили финальную версию статьи перед публикацией.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов, требующего раскрытия в данной статье.

Для цитирования: Матвеев В. В., Ефименко И. С., Илюхина И. Б. Влияние культурного потенциала на уровень конкурентоспособности региона // Форпост науки. 2025. Том 19, № 2. С. 29-39. <https://doi.org/10.22394/sp252.03>. EDN DDRUXW.

cultural potential implementation is associated with formation of regional cultural policy and creation of competitive sector of creative industries.

Keywords: competitiveness, cultural potential, cultural production, socio-cultural activities, cultural institutions

Authors' contribution: All authors contributed equally to the research and writing; agreed to be publicly responsible for all aspects of the work related to the accuracy or integrity of any part of the manuscript; approved the final version of the article before publication.

Conflict of interest: The authors declare no conflict of interest requiring disclosure in this article.

For citation: Matveev V. V., Efimenko I. S., Ilyukhina I. B. Influence of Cultural Potential on the Region's Competitiveness. Science Outpost, 2025, vol. 19, no. 2, pp. 29-39. Available from: <https://elibrary.ru/DDRUXW>. <https://doi.org/10.22394/sp252.03>.

Введение

Многими учёными предпринимались попытки трактовать понятие «конкурентоспособность» путём уточнения и дополнения её основной сути, состоящей в высокой вероятности получения экономической выгоды. Способностью к конкуренции обладают экономические агенты и системы через производимые ими товары и услуги. Измеряется уровень конкурентоспособности прибылью субъектов экономики, условием получения которой является эффективная реализация располагаемого ресурсного потенциала. Следует отметить что конкурентоспособность — это категория именно рыночной экономики, поскольку родилась в условиях свободной торговли и трактовалась А. Смитом и Д. Рикардо как успешность одних производителей по сравнению с другими через абсолютные и сравнительные преимущества. Классики политэкономии отмечали огромную роль конкуренции в распределении ресурсов. Государство исходя из своих стратегических целей через инструменты регулирования способно усилить или ослабить позиции соперников на рыночном поле, таким образом искажив реальное положение экономических агентов и внося коррективы в процесс распределения ресурсов.

Учение о конкуренции и конкурентоспособности с момента их зарождения трансформировалось, следуя эволюции социально-экономических формаций. Экономические кризисы рубежа IX–XX веков доказали, что «невидимая рука рынка» может «подтолкнуть» экономику к пропасти, если открыть ей доступ ко всем сферам хозяйствования. Постепенно пришло осознание, что конкурентоспособность отдельных отраслей и предприятий в масштабах национальной экономики необходимо поддерживать в зависимости от фаз цикличности мировой экономики и соответствующей ситуации на мировых рынках. В XX веке огромную популярность приобретает учение М. Портера о конкурентных преимуществах национальных экономик, при этом конкурентоспособность как свойство системы изучается на всех уровнях: уровне предприятия и отрасли, уровне региона и государства.

В данной статье предпринимается попытка оценить влияние культурной среды на конкурентоспособность региона как экономической системы. Таким образом исследование ограничивается региональным уровнем.

Современных трактовок понятия «конкурентоспособность региона» существует достаточное количество, но все они могут быть сгруппированы в зависимости от целей исследования. Наиболее близки к классической экономической теории учёные, которые определяют региональную конкурентоспособность как эффективное использование ресурсного потенциала, выражающееся в росте ВРП на душу населения. Б. А. Чуб трактует конкурентоспособность региона как его место в социально-экономическом пространстве страны и «возможность реализовывать имеющийся в регионе потенциал» [22]. Существует

мнение, что конкурентоспособность региона определяет наличие конкурентоспособных отраслей экономики. Г. Н. Дончевский и А. В. Ермишина считают, что «конкурентоспособность региона определяется наличием тех или иных конкурентоспособных отраслей или сегментов отрасли и способностью региональных властей создавать условия для достижения и удержания конкурентного преимущества в определённых областях» [4].

Исходя из целей нашего исследования, мы будем придерживаться мнения, что конкурентоспособность региона определяется его ресурсным потенциалом и возможностью эффективного использования, что отражается в росте ВРП. При этом объектом нашего исследования является культурный потенциал региона, формирование и укрепление которого способствует развитию креативных индустрий, а следовательно, созданию вакансий на региональном рынке труда и появлению новых локальных рынков с перспективой выхода на межрегиональный уровень.

Материалы и методы

Исследованию культурного потенциала территорий посвящено достаточное количество работ в области культурологии. По мнению П. Бурдье, понятие «культурный потенциал» можно трактовать как количество и качество ресурсов культурной сферы [3]. Один из ведущих отечественных исследователей в этой области З. А. Трифонова культурный потенциал определяет как «совокупность объективных и субъективных возможностей или факторов, способствующих развитию культурного пространства города или региона» [16]. Автор отмечает, что «анализ и оценка культурного потенциала связаны и согласованы с характеристикой деятельности культурных институтов и человеческих ресурсов» [17]. В статье О. А. Чернышовой культурный потенциал определяется как «совокупность накапливаемых ресурсов культуры, средств, источников, запасов и возможностей, которые находятся в природе или создаются обществом в форме материальных и духовных результатов человеческого труда, а также сохраняются в качестве культурных ценностей и объектов культурного наследия» [21]. Аналогичного определения культурного потенциала придерживается В. А. Малыгина, выделяя в его структуре «материализованный», «институциональный» и «усвоенный» [11]. Автор отмечает, что если материализованный и институциональный культурный потенциал может иметь количественную оценку, то усвоенный возможно оценить только с помощью качественных показателей.

Учёные в области социологии и культурологии исследуют культурный потенциал с точки зрения возможности создания культурных благ, которые способны удовлетворить социально-культурные потребности общества и быть использованы для саморазвития. С точки зрения экономической науки культурный потенциал – это запас ресурсов социально-культурной сферы, при эффективном использовании которого будет достигнут не только социальный, но и экономический эффект. Взаимосвязь социокультурного и экономического развития анализируется в работе Т. В. Кузьменко, которая считает, что роль культурного потенциала заключается в возможности использования накапливаемых культурных ценностей и объектов культурного наследия в решении стоящих перед обществом задач социального и экономического развития [8].

Культурный потенциал как один из источников экономического роста в современных исследованиях рассматривается через процесс производства культурных благ или, с точки зрения современной терминологии, как основной ресурс креативных индустрий. Одними из первых понятие креативных индустрий в научный оборот ввели Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер [20]. В своей работе «Культурная индустрия. Просвещение как способ обмана масс» они констатировали, что креативные индустрии возникли в тот момент, когда искусство перешло в сферу потребления. Авторы высказывали негативное отношение к развитию креативных индустрий, отмечая, что культура и искусство становятся источником капиталистической прибыли, утрачивая своё истинное предназначение.

Однако многие исследователи культурных индустрий не задаются философскими вопросами о роли культуры и искусства в современном обществе и акцентируют своё внимание на экономическом эффекте. К таким учёным в первую очередь относятся Д. Браун,

Ч. Лэндри, Д. Хезмондалш и др. Они отмечают резкое сближение сферы культуры и экономической сферы с конца 80-х годов XX века и считают, что задачей культурных индустрий является создание рыночного продукта. Чарльз Лэндри рассматривает продукты креативной индустрии в качестве одного из источников материального благополучия общества [9].

В начале XXI века роль культурных индустрий в экономическом развитии признаётся на международном уровне, а вклад данного сектора, оформленный в цифрах, попадает в отчёты ЮНЕСКО. В методическом руководстве «Индикаторы ЮНЕСКО: Культура для развития» отмечается, что «продукты и услуги, генерируемые как результаты культурной деятельности и индустрии, являются мощным вектором социального и культурного развития благодаря их двойственной природе – как экономической, так и культурной» [5].

С точки зрения экономистов, продукт культурных индустрий имеет производителей и потребителей, которых должны связывать рыночные отношения. Исследованию понятий «культурное производство» и «потребление» посвящены работы как зарубежных, так и отечественных учёных. Всемирно известный эксперт в области экономики культуры и искусства Д. Тросби отмечает, что «культурное производство и потребление могут быть вписаны в промышленные рамки и что производимые и потребляемые блага и услуги могут рассматриваться как товары точно так же, как и любые другие товары, производящиеся в экономической системе» [18]. По мнению учёного, продукты культурного производства, становясь товаром, начинают обладать определённой потребительской стоимостью, как и любой товар на рынке.

В исследованиях трансформации капитализма, связанных с переходом от производства материальных объектов к производству знаков, британские учёные Скотт Леш и Джон Урри культурным производством называют процесс, посредством которого создаются культурные продукты, преобразуемые в потребительскую культуру [24]. При этом культурные продукты, по мнению учёных, представляют собой «эстетические символы и значения». Именно особый характер культурного продукта и определяет специфику культурного производства, которое непосредственно связано с наличием культурных компетенций. По мнению В. И. Корсуновой, культурный продукт – это результат творческой деятельности, имеющий экономическое применение и обладающий культурным смыслом [7]. Аналогичного мнения в своих исследованиях придерживается Д. Н. Боровинская [2]. По мнению В. Ю. Яковлева, главная особенность потребительской ценности продуктов культурного производства в том, что невозможно объективно оценить их качество заранее, поскольку «их ценность не возникает до покупки, а формируется в процессе потребления» [23]. К. М. Мартиросян отмечает, что услуги в сфере досуговой деятельности, предлагаемые на рынке как результат культурного производства, должны иметь стоимостную оценку, основанную на культурной стоимости [12]. Продукты креативных индустрий создаются и трансформируются с целью быть проданными в соответствующем сегменте рынка, а значит становятся товаром. Н. А. Мальшина отмечает, что «массовая культура в наши дни представляет собой высокотехнологичный синтез искусства и бизнеса, что является следствием всё более глубокой интеграции культуры и искусства в рыночные отношения» [10]. В статье американских учёных «Искусство и эстетика: маркетинг и культурное производство» отмечается, что культурное производство и потребление регулируются через взаимодействие субъектов рынка продукции креативных индустрий: производителей, посредников, потребителей [25].

Через призму культурного производства и потребления З. А. Трифонова рассматривает накопление культурного потенциала. По мнению учёного, культурный потенциал формируется через взаимодействие институтов культуры и общества. Причём общество выступает и в качестве производителя, и в качестве потребителя услуг учреждений культуры [17].

Понятие «потенциал» в экономическом смысле толкуется как запас ресурсов, которые могут быть вовлечены в производство с учётом наибольшей эффективности их использования. Анализу ресурсной базы культурного производства посвящены работы И. В.

Абанкиной, Н. В. Посоховой, Н. А. Мальшиной и др. современных учёных [1; 11; 15]. Практически все авторы исходят из концепции классической политэкономии, определяя в качестве ресурсов капитальные (финансовые и материальные), трудовые (в том числе предпринимательские способности) и особый вид ресурса, связанный со спецификой креативных индустрий, – творческие способности. Причём при оценке культурного потенциала понятие «творчество» непосредственно связано со способностью создавать культурные смыслы.

Результаты и обсуждение

Культурный потенциал региона представляет собой совокупность гуманитарных, капитальных и институциональных ресурсов, которые могут быть вовлечены в культурное производство. Схематично культурный потенциал региона можно представить следующим образом (рис. 1):

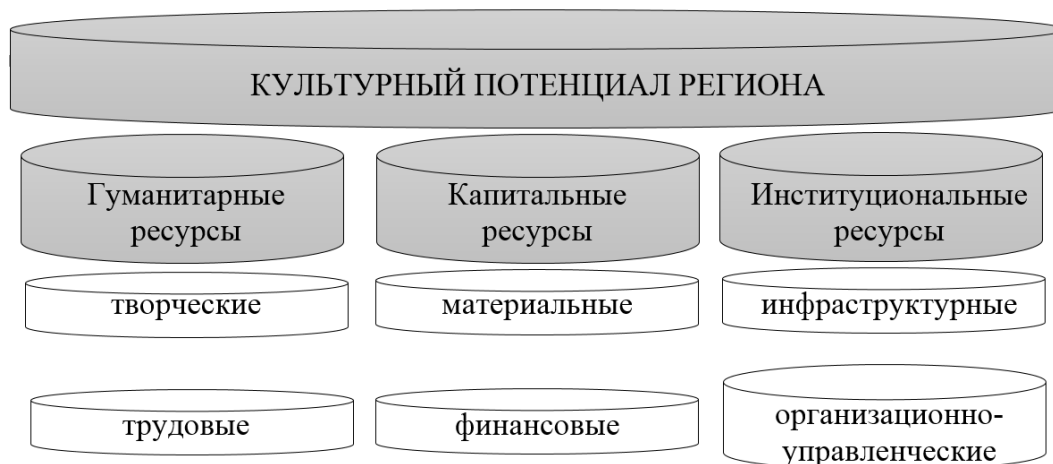


Рисунок 1 – Структура культурного потенциала региона

Под творческими ресурсами региона в первую очередь мы понимаем историко-культурное наследие и современное искусство. Именно произведения прошлого и настоящего, имеющие культурную ценность, являются основой культурного производства. Однако данный ресурс практически невозможно оценить как с помощью количественных, так и качественных показателей ввиду высокой степени субъективности восприятия культурных смыслов в современном обществе.

Трудовые ресурсы в сфере культуры легко поддаются оценке, причём как с количественных, так и с качественных позиций. Самый простой и удобный в расчёте показатель трудовых ресурсов – это относительная численность занятых в определённой сфере деятельности. Для оценки качества трудовых ресурсов предлагаются разные модели. Среди них стоит отметить модель оценки компетентности, предложенной С. А. Мухамедиевой [13]. О. М. Трофимова предлагает использовать социометрические методы для оценки результативности и компетентности работников сферы культуры. При этом автор указывает на необходимость дифференциации сотрудников, занятых непосредственно в создании культурного продукта, и сотрудников обеспечивающей категории [19]. По нашему мнению, для обобщённой оценки качества трудовых ресурсов сферы культуры в регионе можно использовать показатели уровня квалификации и возрастную структуру.

Оценка капитальных ресурсов в сфере культуры и искусства не имеет принципиальных отличий методики в сравнении с общим анализом производственных и финансовых ресурсов региона. Таким образом могут быть использованы относительные показатели оценки основного капитала учреждений культуры и финансового обеспечения

их деятельности. Особое внимание следует уделять масштабам инвестирования в основные фонды учреждений культуры. Следует отметить, что на современном этапе развития культурного производства особую роль приобретет инвестирование, направленное на развитие цифровых технологий. Их активное внедрение, особенно в наиболее консервативных секторах сферы культуры и искусства, способно значительно повысить эффективность деятельности учреждений культуры за счёт улучшения качества обслуживания и расширения потребительского спроса.

Под институциональным ресурсом при оценке культурного потенциала региона следует понимать условия, создаваемые органами государственной власти, для развития сферы культуры и искусства в конкретном субъекте РФ. В группе институциональных ресурсов культурного производства мы предлагаем выделить инфраструктурные и организационно-управленческие. Первая подгруппа включает в себя учреждения культуры, осуществляющие свою деятельность на пространстве конкретного региона как в области культурного производства, так и в области подготовки кадров для данной сферы. Вторая подгруппа (организационно-управленческие ресурсы) подразумевает элементы государственной политики, формируемой на федеральном и региональном уровнях, с целью создания и укрепления культурного потенциала территорий.

Используя описанный выше подход к оценке культурного потенциала региона, мы провели анализ ряда субъектов ЦФО РФ, схожих с Орловской областью по уровню развития промышленного производства и сельского хозяйства как основных факторов конкурентоспособности региона. В основу выбора легли два относительных показателя: валовая стоимость продукции обрабатывающих отраслей региона на душу населения и валовая стоимость продукции сельского хозяйства на душу населения. Значения анализируемых показателей по итогам 2023 года (в ценах 2021 года) для Орловской области составили 289 тыс. руб. и 177 тыс. руб. соответственно. Приблизительно те же значения показателей были отмечены ещё в четырёх субъектах ЦФО: в Костромской, Смоленской, Тамбовской и Тверской областях. При этом вклад сферы культуры в ВРП анализируемых регионов существенно отличался от 0,86 % в Тамбовской области, до 1,16 % в Костромской области. Основные показатели оценки культурного потенциала выбранных регионов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка культурного потенциала регионов

Регион	Занятость в сфере культуры, % от общего уровня занятости	Обеспеченность основными фондами в сфере культуры, % от общей стоимости	Количество учреждений и организаций в сфере культуры, ед. на 1 тыс. чел.	Доля сферы культуры, досуга и развлечений в ВРП, %
Костромская область	1,63	0,44	4,95	1,16
Орловская область	1,57	0,41	4,55	0,89
Смоленская область	1,51	0,77	4,73	0,87
Тамбовская область	1,42	0,49	4,90	0,86
Тверская область	1,44	0,34	5,10	1,04
в целом по РФ	1,58	0,75	4,84	0,91

Данные, представленные в таблице, свидетельствуют о том, что анализируемые регионы обладают схожим культурным потенциалом по всем группам ресурсов. Лишь в Смоленской области более высокий показатель обеспеченности капитальными ресурсами.

Это связано прежде всего с тем, что в Смоленске расположена одна из крупнейших крепостей мира – Смоленская крепостная стена – памятник русского оборонительного зодчества. Общая площадь территории музеев в Смоленской области в разы превосходит музейные площади других регионов.

При приблизительном равенстве культурного потенциала в выбранных для сравнения регионах эффективность его использования отличается. В лидерах оказывается Костромская область с показателем доли учреждений культуры, досуга и развлечений в ВРП, равной 1,16 %. Значение этого показателя в регионе превышает уровень, фиксируемый в целом по Российской Федерации.

Более детальный анализ культурного потенциала и эффектов его использования в анализируемых областях представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Эффекты использования культурного потенциала регионов

Показатели культурно-досуговой деятельности	Костромская область	Орловская область	Тамбовская область	Тверская область	Смоленская область
Количество музеев (в т. ч. филиалов)	29	19	41	50	39
Число выставок музеев	624	344	911	503	592
Количество библиотек	637	378	476	659	490
Число библиотечных мероприятий	68367	30565	36400	60958	52620
Количество учреждений досугового типа	381	303	449	573	465
Число культурно-массовых мероприятий, проводимых учреждениями культурно-досугового типа	126181	22021	73002	97519	90271
Количество театров	3	4	3	5	3
Число мероприятий, проведенных силами театра на своих площадках	876	862	1056	1298	865
Концертные организации	2	1	1	1	1
Число концертных мероприятий в пределах своего региона	604	353	613	259	346
СПРАВОЧНО Численность населения, тыс. чел.	566	693	956	1200	864

Источник: составлено авторами по данным Министерства культуры РФ. URL: <https://opendata.mkrf.ru/item/statistics>.

Данные таблицы отражают лидерство Костромской области по многим показателям при том, что регион является самым небольшим по числу жителей.

Относительно культурного потенциала Орловской области следует признать его недостаточное использование. Анализируемые регионы практически одинаково обеспечены гуманитарными, капитальными и институциональными ресурсами в расчёте на численность населения, однако по количеству проводимых мероприятий учреждениями культуры Орловская область уступает. По сравнению с другими регионами в Орловской и Тамбовской областях невысокий показатель числа библиотечных мероприятий, в то время как специалисты в области библиотечного дела акцентируют внимание на важности культурно-просветительской деятельности библиотек особенно среди молодёжи [14]. Также в Орловской области наблюдается сравнительно низкий показатель количества культурно-массовых мероприятий, проводимых учреждениями культурно-досугового типа. Результаты исследований, проведённых орловскими социологами А. В. Исаевым и Е. В. Титовой, показали, что организация досуга специалистами в регионе не носит востребованный характер, особенно среди молодёжи [6]. При этом в вопросах кадрового обеспечения Орловская область имеет преимущество. В регионе подготовку специалистов в сфере культуры и искусства осуществляют четыре учебных заведения: Орловский государственный институт культуры и три профильных колледжа. Обучение ведётся по программам в области культуроведения и социально-культурных проектов, сценических и музыкальных искусств. Исследования показывают, что Орловская область обладает достаточно высоким культурным потенциалом, который может стать одним из конкурентных преимуществ региона.

Заключение

Накопленный культурный потенциал и эффективное его использование находят отражение в росте валового регионального продукта. Ограничения, вызванные эпидемиологической обстановкой в 2020–2021 гг., особенно затронувшие сферу досуга и развлечений, не позволяют провести качественный ретроспективный анализ динамики роста валового регионального продукта и доли в нём сферы культуры, досуга и развлечений. Однако анализ предыдущего периода и последних лет позволяет сделать вывод, что возможности культурного производства и потребления в будущем будут оказывать серьёзное влияние на конкурентоспособность регионов. Одним из видов ресурсов культурного потенциала нами был обозначен организационно-управленческий. В данном случае речь идёт о формировании региональной культурной политики с учётом этнокультурных и исторических особенностей территорий и накопленных гуманитарных ресурсов. Региональные власти должны использовать весь арсенал инструментов государственного регулирования для продвижения творческих проектов на областном и муниципальных уровнях. Такой подход позволит повысить эффект от реализации накопленного в регионе культурного потенциала и будет способствовать созданию конкурентоспособного сектора креативных индустрий.

Список источников

1. Абанкина, И. В. Интеграция образования и культуры. Ресурсный потенциал / И. В. Абанкина, Т. В. Абанкина, Л. М. Филатова // Образовательная политика. – 2020. – № 1(81). – С. 88-97. – DOI 10.22394/2078-838X-2020-1-88-97. – EDN BDNJMR.
2. Боровинская, Д. Н. Специфика креативного продукта как товара культурной индустрии / Д. Н. Боровинская // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 3(71). – С. 133-139. – EDN WLUEJ.
3. Бурдье, П. Чтение, читатели, ученые, литература / П. Бурдье. / Пер. с фр. Н. А. Шматко. – Москва: Socio-Logos, 1994. – С. 168.
4. Дончевский, Г. Н. Оценка конкурентоспособности предприятий для построения системы конкурент-менеджмента региона / Г. Н. Дончевский, А. В. Ермишина // Регионоведение. – 2007. – № 1(58). – С. 94-104. – EDN MUUDIV.
5. Индикаторы ЮНЕСКО: Культура для развития. Методическое руководство. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000229608_rus.

6. Исаев, А. В. Социологический анализ досуговых практик молодёжи (на материалах Орловской области) / А. В. Исаев, Е. В. Титова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2022. – Т. 17, № 5. – С. 98-114. – DOI 10.22394/2071-2367-2022-17-5-98-114. – EDN GTOVIO.
7. Корсунова, В. И. Культурное потребление в социологических исследованиях: обзор подходов к измерению понятия / В. И. Корсунова // Экономическая социология. – 2019. – Т. 20, № 1. – С. 148-173. – DOI 10.17323/1726-3247-2019-1-148-173. – EDN VJWHYX.
8. Кузьменко, Т. В. Социокультурный потенциал как ресурс развития сельских регионов / Т. В. Кузьменко // Социологический альманах. – 2012. – № 3. – С. 303-312. – EDN QASGWN.
9. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри – Москва : Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с.
10. Мальшина, Н. А. Процессный подход к функционированию культурных индустриальных форм / Н. А. Мальшина // Studia Culturae. – 2021. – № 49. – С. 82-93. – DOI 10.31312/2310-1245-2021-49-82-93. – EDN JEXGEA.
11. Мальшина, Н. А. Интегральный оценочный показатель функционирования индустрии культуры РФ / Н. А. Мальшина // Культура и цивилизация. – 2021. – Т. 11, № 1-1. – С. 65-75. – DOI 10.34670/AR.2020.54.87.009. – EDN OXIGQF.
12. Мартиросян, К. М. Производство в социокультурной деятельности в культурных индустриях / К. М. Мартиросян // Вестник Челябинского государственного университета. – 2020. – № 5(439). – С. 16-20. – DOI 10.24411/1994-2796-2020-10502. – EDN FYOURY.
13. Мухамедиева, С. А. Формирование кадрового потенциала как условие обеспечения качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры / С. А. Мухамедиева // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2018. – № 44. – С. 175-184. – EDN XWHJHN.
14. Плахутина, Е. Н. Конкурсы визуальных объектов в библиотечной практике / Е. Н. Плахутина // Образование и культурное пространство. – 2022. – № 2. – С. 71-81. – DOI 10.53722/27132803_2022_2_71. – EDN JJNXAE.
15. Посохова, Н. В. Ресурсная база учреждений социально-культурной деятельности: Теоретический аспект / Н. В. Посохова, Ю. В. Бовкунова, Е. С. Штанько // Современные наукоемкие технологии. – 2019. – № 11-2. – С. 364-368. – EDN ZFRSDP.
16. Трифонова, З. А. Оценка социально-культурного потенциала центров национально-территориальных образований России / З. А. Трифонова // Известия Российской академии наук. Серия географическая. – 2008. – № 3. – С. 74-80. – EDN INMKER.
17. Трифонова, З. А. Социокультурный потенциал города: методика определения, результаты оценки и модели использования в центрах национальных регионов России / З. А. Трифонова // Культурная и гуманитарная география. – 2012. – Т. 1, № 2. – С. 175-179. – EDN PLQNCR.
18. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби. – Москва: ВШЭ, 2013. – 256 с.
19. Трофимова, О. М. Опыт диагностики кадрового потенциала театра: подходы к анализу и возможности развития / О. М. Трофимова, В. В. Юрсова // Управление культурой. – 2022. – № 2(2). – С. 36-41. – EDN SDUQJS.
20. Хоркхаймер, Т. Культурная индустрия: просвещение как способ обмана масс. / М. Хоркхаймер, Т. Адорно / Пер. с нем. Т. Зборовской. – Москва: Ад Маргинем Пресс, 2016. – 103 с.
21. Чернышова, О. А. Организационно-экономические аспекты использования культурного наследия в региональном туризме / О. А. Чернышова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 5(37). – С. 208-215. – EDN NCOYUL.
22. Чуб, Б. А. Управление инвестиционными процессами в регионе / Б. А. Чуб. – Москва: БУКВИЦА, 1999. – 186 с.

23. Яковлев, В. Ю. Основания культурных и креативных индустрий как явления современного общества / В. Ю. Яковлев // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1(26). – С. 14-27. – EDN YPEAHJ.

24. Lash, S. *Economies of Signs and Space* / S. Lash, J. Urry. – London: Sage, 1994. – 360 p.

25. Venkatesh, A. *Arts and aesthetics: Marketing and cultural production* / A. Venkatesh, L. Meamber // *Marketing Theory*. – 2006. – Vol. 6, No. 1. – pp. 11-39. – <https://doi.org/10.1177/14705931060612>.

References

1. Abankina I. V., Abankina T. V., Filatova L. M. Resource provision for the integration of education and culture. *Educational Policy*, 2020, no. 1(81), pp. 88-97. <https://doi.org/10.22394/2078-838X-2020-1-88-97>.

2. Borovinskaya D. N. The specificity of the creative product as a product of the culture industry. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*, 2016, no. 3(71), pp. 133-139. Available from: <https://elibrary.ru/WLUEDJ>.

3. Bourdieu P. *Reading, readers, scientists, literature*. Moscow: Socio-Logos, 1994, 168 p.

4. Donchevsky G. N., Ermishina A. V. Evaluation of enterprises competitiveness for regional competitor-management system creation. *Russian Journal of Regional Studies*, 2007, no. 1(58), pp. 94-104. Available from: <https://elibrary.ru/MUUDIV>.

5. *UNESCO culture for development indicators: methodology manual*. Available from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000229608>.

6. Isaev A. V., Titova E. V. Sociological analysis of leisure practices of youth (on the materials of the Orel region). *Central Russian Journal of Social Sciences*, 2022, vol. 17, no. 5, pp. 98-114. <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2022-17-5-98-114>.

7. Korsunova V. Cultural consumption in sociological research: a review of measurement approaches. *Journal of Economic Sociology*, 2019, vol. 20, no. 1, pp. 148-173. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2019-1-148-173>.

8. Kuzmenko T. V. Sociocultural potential as a resource for rural development. *Sotsiologicheskij almanah*, 2012, no. 3, pp. 303-312. Available from: <https://elibrary.ru/QASGWH>.

9. Landry C. *Creative City*. Moscow : Klassika-XXI, 2011, 399 p.

10. Malshina N. A. The process approach of the cultural industrial forms. *Studia Culturae*, 2021, no. 49, pp. 82-93. <https://doi.org/10.31312/2310-1245-2021-49-82-93>.

11. Malshina N. A. The integral estimated indicator of the functioning of the cultural industry in Russia. *Culture and Civilization*, 2021, vol. 11, no. 1A, pp. 65-75. <https://doi.org/10.34670/AR.2020.54.87.009>.

12. Martirosyan K. M. Production in socio-cultural activities in cultural industries. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2020, no. 5(439), pp. 16-20. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2020-10502>.

13. Mukhamedieva S. A. Creating the personnel potential for providing the quality of sociocultural activity at the institutions of cultural sphere. *Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts*, 2018, no. 44, pp. 175-184. Available from: <https://elibrary.ru/XWHJHN>.

14. Plakhutina E. N. Contests of visual objects in library practice. *Education and Cultural Space*, 2022, no. 2, pp. 71-81. https://doi.org/10.53722/27132803_2022_2_71.

15. Posokhova N. V., Bovkunova Yu. V., Shtanko E. S. Resource basis of institutions of social and cultural activity. *Modern High Technologies*, 2019, no. 11-2, pp. 364-368. Available from: <https://elibrary.ru/ZFRSDP>.

16. Trifonova Z. Assessment of the socio-cultural potential of the centers of the national-territorial formations of Russia. *Izvestiya RAN. Seriya Geograficheskaya*, 2008, no. 3, pp. 74-80. Available from: <https://elibrary.ru/INMKER>.

17. Trifonova Z. Urban sociocultural potential: methods, estimations and models in the centres of national regions of Russia. *Cultural Geography & Geohumanities*, 2012, vol. 1, no. 2, pp. 175-179. Available from: <https://elibrary.ru/PLQNCR>.
18. Trosby D. *Economics and Culture*. Moscow: HSE, 2013, 256 p.
19. Trofimova O. M., Yurusova V. V. The experience of diagnosing the personnel potential of the theater: approaches to analysis and development opportunities. *Managing Culture*, 2022, no. 2(2), pp. 36-41. Available from: <https://elibrary.ru/SDUQJS>.
20. Horkheimer T., Adorno T. *Cultural industry: education as a way to deceive the masses*. Moscow: Ad Marginem Press, 2016, 103 p.
21. Chernyshova O. A. Organizational and economic aspects of the use of cultural heritage in regional tourism. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*, 2010, no. 5(37), pp. 208-215. Available from: <https://elibrary.ru/NCOYUL>.
22. Chub B. A. *Management of investment processes in the region*. Moscow: Bukvitsa, 1999, 186 p.
23. Yakovlev V. Bases of the Cultural and Creative Industries as Phenomena of Modern Society. *International Journal of Cultural Research*, 2017, no. 1(26), pp. 14-27. Available from: <https://elibrary.ru/YPEAHJ>.
24. Lash, S. *Economies of Signs and Space* / S. Lash, J. Urry, London: Sage, 1994, 360 p.
25. Venkatesh A., Meamber L. Arts and aesthetics: Marketing and cultural production. *Marketing Theory*, 2006, Vol. 6, No. 1, pp. 11-39, <https://doi.org/10.1177/14705931060612>.

Статья поступила в редакцию / Received: 24.04.2025
 Доработана после рецензирования / Revised: 15.06.2025
 Принята к публикации / Accepted: 16.06.2025