

EDN: XQNUVO
УДК 332.1; 339.137.2

Assessment of Conditions for Creative Activities in Rural Areas Based on the Theory of Fuzzy Sets

Sergey K. Volkov^{*a,b} and Alexey B. Simonov^b

^a*Volzhsky Institute of Economics, Pedagogy and Law
Volgograd, Russian Federation*

^b*Volgograd State Technical University
Volgograd, Russian Federation*

Received 08.07.2022, received in revised form 17.11.2022, accepted 15.06.2023

Abstract. The paper attempts to develop a toolkit for assessing the conditions necessary to create in rural areas so that they become creative centers of spatial development in order to improve the quality of life of local residents. Based on the results of the survey and interviews of the group of experts, cause-and-effect diagrams of the factors both contributing to the development of creative industries in rural areas and reducing the level of creative activity in them have been made. The author's methodology for assessing conditions for creative activity in rural areas was proposed, which included 10 criteria for comparing conditions for creative activity. The proposed toolkit will assess whether the region has conditions for the creation of various types of creative centers, as well as to identify indicators to which the leadership of the rural area should be guided in the process of creating creative centers. The proposed methodology is designed to improve the quality of the assessment of conditions for creative activity and the quality of decisions on the introduction and support of creative centers in rural areas.

Keywords: creative centers, rural areas, fuzzy sets theory, creative economy, infrastructure.

Research area: economics.

The study was funded by grant No. 21–18–00271 of the Russian Science Foundation within the project «Logic, Institutions, and Development Strategies of ‘Shrinking’ Old Industrial Cities: Synthesis of Heterodox Approaches»

Citation: Volkov S. K., Simonov A. B. Assessment of conditions for creative activities in rural areas based on the theory of fuzzy sets. In: *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.*, 2023, 16(9), 1644–1654. EDN: XQNUVO



Оценка условий для ведения креативной деятельности в сельских территориях на основе теории нечетких множеств

С.К. Волков^{а,б}, А.Б. Симонов^б

^аВолжский институт экономики, педагогики и права
Российская Федерация, Волгоград

^бВолгоградский государственный технический университет
Российская Федерация, Волгоград

Аннотация. В работе предпринята попытка разработки инструментария для оценки условий, необходимых для создания в сельских территориях, чтобы они стали креативными центрами пространственного развития в целях повышения качества жизни местных жителей. На основе результатов анкетирования и опросов группы экспертов были составлены причинно-следственные диаграммы факторов, как способствующих развитию креативных индустрий в сельских территориях, так и снижающих уровень креативной деятельности в них. Предложена авторская методология оценки условий для креативной деятельности в сельских территориях, в рамках которой было выделено 10 критериев сравнения условий для креативной деятельности. Предложенный инструментарий позволит оценить, есть ли в регионе условия для создания различных типов креативных центров, а также выделить показатели, на которые руководство сельской территории должно ориентироваться в процессе создания креативных центров. Предложенная методика призвана повысить качество оценки условий для ведения креативной деятельности и качество принимаемых решений о внедрении и поддержке креативных центров в сельских территориях.

Ключевые слова: креативные центры, сельские территории, теория нечетких множеств, креативная экономика, инфраструктура.

Научная специальность: 08.00.00 – экономические науки.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 21–18–00271 «Логика, институты и стратегии развития «сжимающихся» старопромышленных городов: синтез гетеродоксальных подходов»

Цитирование: Волков С. К., Симонов А. Б. Оценка условий для ведения креативной деятельности в сельских территориях на основе теории нечетких множеств. *Журн. Сиб. федер. ун-та. Гуманитарные науки*, 2023, 16(9), 1644–1654. EDN: XQNUVO

Введение

Во многих исследованиях (Gibson, Luckman, Willoughby-Smith, 2010; Kourtit & Nijkamp, 2019) отмечается, что основная креативная деятельность происходит в городах и городских агломерациях. С городами связана научная и инновационная деятельность,

работа деятелей культуры и искусства, даже народные промыслы все чаще перемещаются в города (Andersen, 2010). С другой стороны, инновационная и научная деятельность для сельской местности в современных условиях скорее не характерны, хотя, например, многие университеты в средние века стре-

мились к небольшим городам, а не к крупным центрам. При этом надо отметить, что исторически были периоды, когда креативная деятельность активно велась и в сельской местности – как минимум с селами связаны многие виды народных промыслов (Friel, 2020), в селах творили многие великие писатели и художники (в качестве примера можно привести Болдинскую осень).

В литературе, посвященной креативной деятельности в сельских территориях, подчеркивается важность привлечения внимания к процессу творческого производства как к сетям и потокам людей, информации и креативной продукции (Burns & Kirkpatrick, 2008; Gibson, 2014). На уровне стратегического местного развития сообществ «креативный» поворот в сельском планировании способствует большему вниманию к роли культуры в формировании сельской идентичности и будущего устойчивого развития (Nelson et al., 2012; Selfa et al., 2015). Все чаще искусство, культура, историческое наследие и народные промыслы рассматриваются как фактор для улучшения качества жизни местных жителей сельских территорий (Collins & Cunningham, 2017).

Многочисленные исследования, посвященные разработке рекомендаций для политики в отношении развития креативных отраслей в сельских территориях, признают необходимость учитывать специфику территорий и ресурсов, которыми они обладают (Bell & Jayne, 2012; Luckman, 2012; Bennett et al., 2015; Braniște, 2021). В качестве основного механизма развития креативной экономики в сельской местности большинством исследователей определяется поддержка малого и среднего креативного предпринимательства (Faggian et al., 2017; Price Schultz & Jones, 2017; Balfour et al., 2018). На основе фактических данных и конкретных кейсов предлагается обширный набор рекомендаций по развитию креативного предпринимательства (от развития коворкинг-центров и строительства современных бизнес-центров до развития предпринимательских сетей, в том числе и виртуальных (Collins & Cunningham, 2017).

Сталкиваясь с проблемой депопуляции, сельские территории вынуждены искать пути и формировать стратегии для привлечения дополнительных ресурсов роста, и прежде всего человеческих. Теория креативного класса, разработанная профессором Ричардом Флоридой (Florida, 2002), активизировала не только научные дискуссии, но и политические процессы по привлечению креативных работников, в том числе в сельские территории (Herslund, 2012). Изучение социально-экономического портрета креативного работника (Волков и Ефимов, 2022), исследование мотивов их переезда в сельскую местность (Anderson et al., 2015) и важность наличия развитой информационно-коммуникационной инфраструктуры (Roberts & Townsend, 2015) внесли вклад в общую теорию «сельского креативного класса» (Wojan & Nichols, 2018; Ince Keller & Velibeyoğlu, 2021). Для устойчивого развития сельских территорий через механизм формирования креативных центров и формирования адекватных практических рекомендаций на уровне регионов и муниципалитетов необходимо более глубокое изучение инструментально-методологической базы развития креативных отраслей.

Целью настоящего исследования является попытка разработки инструментария для оценки того, какие условия необходимо создавать в сельских территориях, чтобы они стали креативными центрами пространственного развития. Мы попытаемся рассмотреть вопросы, что же мешает хотя бы некоторым сельским территориям стать креативными центрами в современных реалиях? Какие условия нужно создавать в сельских регионах, чтобы такие креативные центры стали эффективными с социально-экономической точки зрения? Как повлияет внедрение креативных центров на пространственное развитие сельских территорий? Для ответа на эти вопросы нами было проведено исследование, опирающееся на результаты экспертного и логического анализа, а также предложен инструментарий, опирающийся на модели, использующие инструментарий нечетких множеств.

Материалы и методы

На основе результатов анкетирования (Волков, Кетько, 2020) и опросов группы экспертов нами были составлены причинно-следственные диаграммы (диаграммы Исикавы), отраженные на рис. 1 и рис. 2. На данных диаграммах показано, что существует большое количество факторов, как способствующих развитию креативных индустрий в сельских территориях, так и снижающих уровень креативной деятельности в них. При этом факторы имеют сложную структуру, которая в первом приближении может рассматриваться как иерархическая. Нами были выделены четыре группы факторов (географические; менталитет; инфраструктурные; социально-экономическая сфера). Было показано, что в рамках трех из четырех групп есть и факторы, которые могут рассматриваться как сильные стороны сельских территорий и как слабые стороны (исключением является группа факторов, связанных с обучением, которое традиционно связано именно с городами). Именно состояние этих факторов системно определяет условия, способствующие либо развитию креативных центров в сельской территории, либо оттоку креативной части населения в крупные города.

Отметим, что реальная взаимосвязь между исследуемыми факторами гораздо сложнее. Например, низкая мобильность сельского населения связана и с относительно небольшими денежными доходами в сельских районах (социально-экономические факторы), и с территориальной удаленностью поселений друг от друга, и со слабым развитием инфраструктуры (географические факторы). Более того, низкая мобильность усиливает традиционализм и замкнутость сельских общин что, в свою очередь, снижает мобильность креативной части населения – то есть в причинно-следственных связях можно выделить циклы, большая часть из которых способствует сохранению статус-кво. Однако циклическое взаимовлияние факторов, влияющих на активность креативной деятельности в сельских районах, в данной работе подробно изучаться не будет.

Надо отметить, что влияние различных факторов имеет разную силу, что было, в частности, отражено в результатах анкетирования (Волков, Кетько, 2020), и степень влияния каждого из факторов значительно зависит от конкретного региона. В целом влияние факторов, способствующих активизации креативной деятельности в сельских районах, значительно слабее, препятствующих ей.

Методология оценки условий для креативной деятельности в сельских территориях

Так как основной альтернативой ведения креативной деятельности в сельских районах является миграция *креативной части населения* в город, то для изучения условий для ведения креативной деятельности разумно проводить сравнение преимуществ сельского района и города, взятого в качестве базы сравнения. Для каждого конкретного сельского района сравнение должно идти с близлежащими городами, которые должны носить черты креативных центров. Такими городами могут быть небольшие научные и культурные центры (например, Зеленоград); областные центры; в ряде случаев – г. Москва и г. Санкт-Петербург, если у населения сельского района сложились достаточно низкие барьеры для переезда в эти города в силу исторических условий. Сравнение условий для креативной деятельности в сельском районе с условиями в городе, выбранном в качестве базы сравнения, мы предлагаем проводить при помощи попарных сравнений на основе нечетких оценок, описанных в (Андрейчиков, 2000). Методология позволяет при необходимости сравнить условия для креативной деятельности в данном сельском районе с несколькими городами или сравнивать условия в нескольких сельских территориях между собой. В простейшем варианте сравнивается один сельский район (обозначим его как С) и один город, выбранный в качестве базиса (обозначим его как Г).

На основании результатов проведенного выше логического анализа в качестве

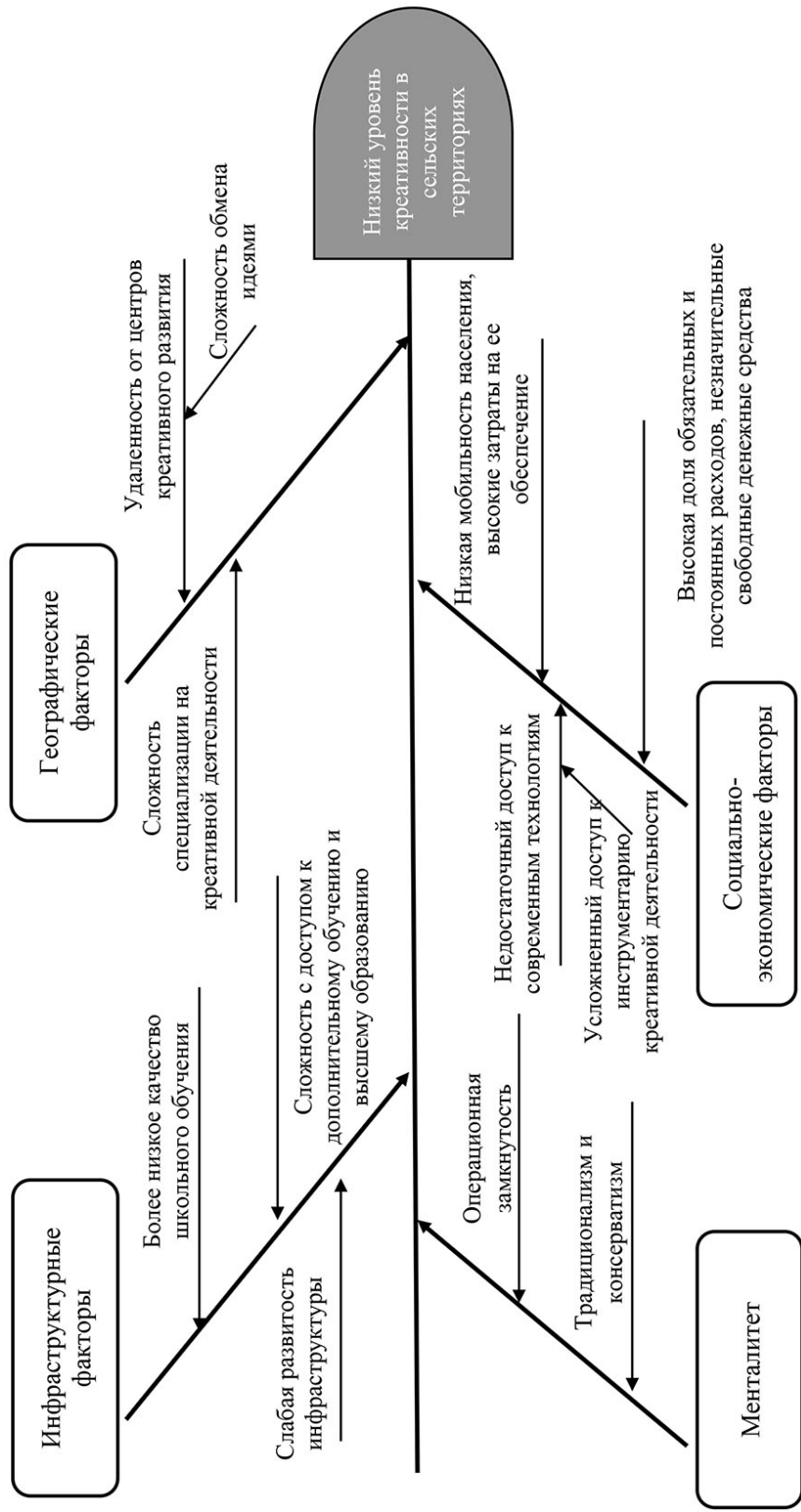


Рис. 1. Диаграмма Исикавы, отражающая факторы, снижающие уровень креативности в сельских территориях
 Fig. 1. Ishikawa diagram reflecting the factors that reduce the level of creativity in rural areas
 Источник: составлено авторами

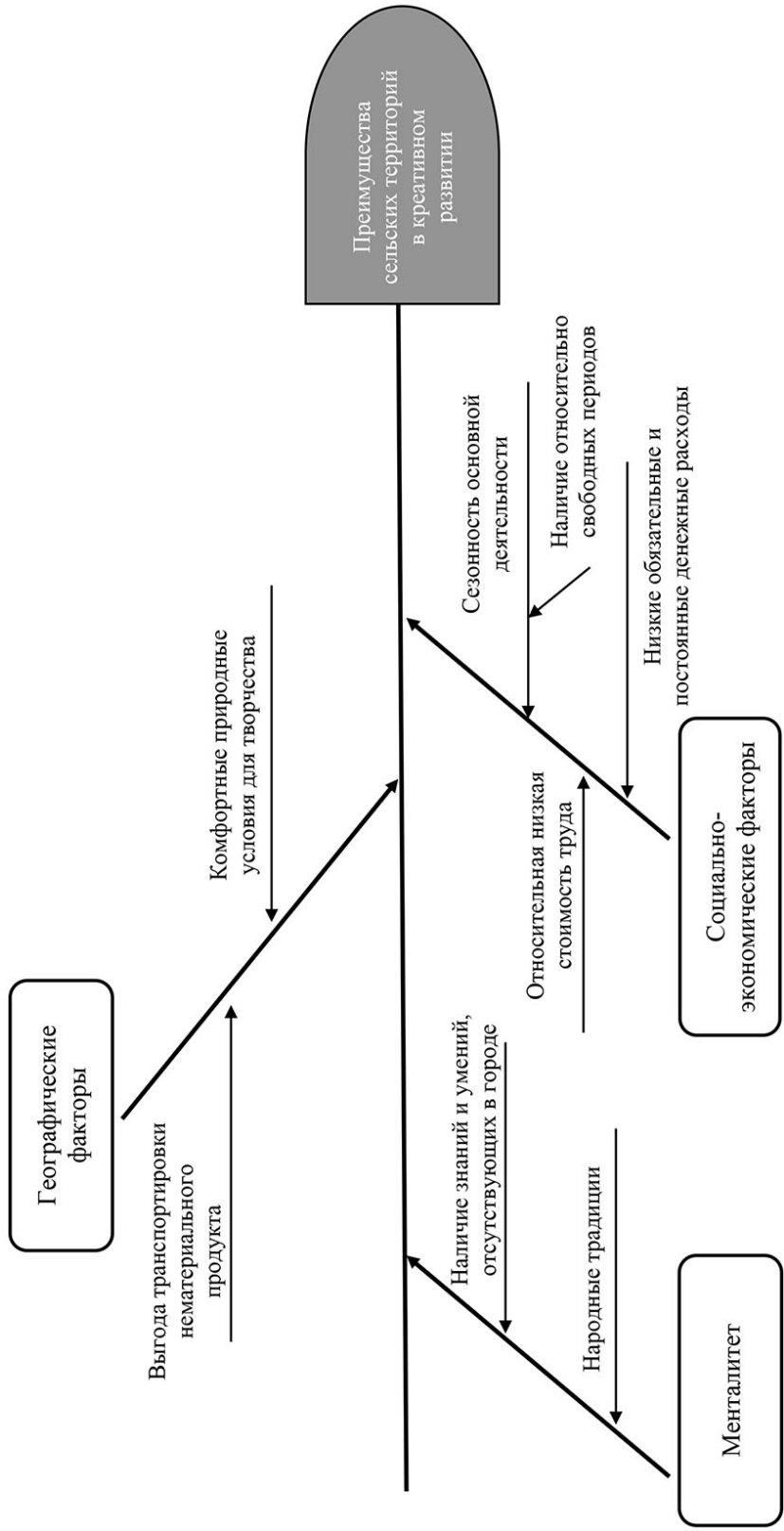


Рис. 2. Диаграмма Ишикавы, отражающая факторы, способствующие креативной деятельности в сельских территориях
 Fig. 2. Ishikawa diagram depicting the factors contributing to creative activity in rural areas
 Источник: составлено авторами

критериев сравнения условий для креативной деятельности были выбраны:

К1 – степень консерватизма населения;

К2 – развитость местных народных традиций, ремесел, промыслов и т.д.;

К3 – наличие развитой социально-бытовой и рекреационной инфраструктуры;

К4 – наличие транспортной и телекоммуникационной инфраструктуры, географическая близость к крупным центрам;

К5 – возможности для получения качественного образования (местного, удаленного, возможность выезда в другие регионы для получения образования);

К6 – наличие природных условий для творчества:

К7 – возможности участия в работе креативных центров;

К8 – возможности заниматься только креативной деятельностью;

К9 – доступ к инструментарию креативной деятельности;

К10 – денежные доходы населения.

По каждому из этих критериев K_i эксперту предлагается оценить степень достоверности утверждений «по данно-

вода их в доли от единицы (каждая оценка делится на 100 %).

Несмотря на то что утверждения кажутся противоположными, системность критериев позволяет поставить высокие значения уверенности в каждом из утверждений для одного и того же критерия. Например, в сельском регионе могут быть развиты одни народные ремесла, а в базовом городе – другие; либо уровень школьного образования в сельской местности может быть низок, а доступ к удаленному дополнительному образованию сравним с возможностями, которые есть у людей в городе.

Тем не менее при наличии противоречивых ответов желательно совместно с экспертом привести их к виду, когда достоверно (с определенной степенью уверенности) только одно из утверждений. Это может быть чисто техническое нахождение разницы между наибольшим и наименьшим значениями $\mu_{R(K_i)}$ для парных сравнений, простановка значения $\mu_{R(K_i)}=0$, если эта разница отрицательная, как отражено в формулах 1, 2:

$$\mu_{R(K_i)}^S(C, \Gamma) = \begin{cases} \mu_{R(K_i)}(C, \Gamma) - \mu_{R(K_i)}(\Gamma, C), & \text{если } \mu_{R(K_i)}(C, \Gamma) > \mu_{R(K_i)}(\Gamma, C) \\ 0, & \text{если } \mu_{R(K_i)}(C, \Gamma) \leq \mu_{R(K_i)}(\Gamma, C). \end{cases} \quad (1)$$

$$\mu_{R(K_i)}^S(\Gamma, C) = \begin{cases} \mu_{R(K_i)}(\Gamma, C) - \mu_{R(K_i)}(C, \Gamma), & \text{если } \mu_{R(K_i)}(\Gamma, C) > \mu_{R(K_i)}(C, \Gamma) \\ 0, & \text{если } \mu_{R(K_i)}(\Gamma, C) \leq \mu_{R(K_i)}(C, \Gamma). \end{cases} \quad (2)$$

му критерию изучаемый сельский район дает больше возможностей креативного развития, чем город, выбранный в качестве базы сравнения» и «по данному критерию город, выбранный в качестве базы сравнения, дает больше возможностей креативного развития, чем изучаемый сельский район». Эксперт должен выбрать степень уверенности в каждом из утверждений по шкале от 0 до 100 % (нами апробировалась оценка за счет графического проставления точки на шкале от 0 до 100 %). Данные оценки рассматриваются как нечеткие отношения предпочтения $\mu_{R(K_i)}(C, \Gamma)$ и $\mu_{R(K_i)}(\Gamma, C)$ после пере-

достоверность суждений может быть приведена к непротиворечивому виду после обсуждения с экспертом. В крайнем случае в спорных вариантах можно рассматривать возможность оставления значения $\mu_R(C, \Gamma)$ и задания $\mu_R(\Gamma, C)=0$, так как в фокусе внимания находятся именно преимущества сельского района над городом.

Также отметим, что обычно множество отношений для каждого критерия R рассматривается как рефлексивное, то есть ставятся оценки сельского района самого с собой $\mu_R(C, C)=1$ и городского района самого с собой $\mu_R(\Gamma, \Gamma)=1$ (интерпретируется, что сельский район не хуже самого себя

со 100 %-ной вероятностью). Однако для интуитивной понятности эти значения могут ставиться и равными нулю, на дальнейших расчетах это не отражается.

После нахождения множеств отношений предпочтений по каждому из критериев строится нечеткое отношение предпочтения Q1, которое является пересечением нечетких отношений предпочтений по каждому из критериев. Для моделирования пересечения нечетких множеств берется минимум из значений функции принадлежности по всем критериям. При сравнении одного сельского района и базисного города функция принадлежности $\mu_{Q1}: A \times A \rightarrow [0,1]$ определяется по формулам 3,4:

$$\mu_{Q1}(C, \Gamma) = \min \left(\mu_{R(K_1)}(C, \Gamma), \right. \quad (3)$$

$$\left. \mu_{R(K_2)}(C, \Gamma) \dots \mu_{R(K_9)}(C, \Gamma) \right),$$

$$\mu_{Q1}(\Gamma, C) = \min \left(\mu_{R(K_1)}(\Gamma, C), \right. \quad (4)$$

$$\left. \mu_{R(K_2)}(\Gamma, C) \dots \mu_{R(K_9)}(\Gamma, C) \right).$$

В общем случае функция принадлежности при сравнении альтернатив $a \in A$ и $b \in A$ определяется как:

$$\mu_{Q1}(a, b) = \min \left(\mu_{R(K_1)}(a, b), \right. \quad (5)$$

$$\left. \mu_{R(K_2)}(a, b) \dots \mu_{R(K_9)}(a, b) \right).$$

Нечеткое отношение Q1 может рассматриваться как сочетание нечетких подмножеств достоверности суждения «*по всем критериям условия для ведения креативной деятельности в изучаемом сельском районе лучше, чем в городе, выбранном в качестве базы сравнения*» и обратного суждения.

На основе нечеткого отношения предпочтения Q1 определяется нечеткое подмножество недоминируемых альтернатив (A, μ_{Q1}) на множестве A (для случая сравнения одного сельского района и одного города A рассматривается как $\{C, \Gamma\}$). В общем виде для любой альтернативы $a \in A$:

$$\mu_{Q1}^{HD}(a) = 1 - \sup_{b \in A} \left(\mu_{Q1}(b, a) - \mu_{Q1}(a, b) \right). \quad (6)$$

Полученное значение может рассматриваться как степень принадлежности

(от 0 до 1) к верным утверждения «*нет другой альтернативы, которая лучше данной для ведения креативной деятельности по всем критериям*».

С точки зрения исследования наиболее интересно оценить недоминируемость изучаемого сельского района:

$$\mu_{Q1}^{HD}(C) = 1 - \sup_{b \in A} \left(\mu_{Q1}(b, C) - \mu_{Q1}(C, b) \right). \quad (7)$$

Полученное значение может рассматриваться как степень принадлежности (от 0 до 1) к верным утверждения «*нет другой альтернативы, которая лучше изучаемого сельского района для ведения креативной деятельности по всем критериям*». Значения, близкие к 1, будут говорить о том, что с высокой долей уверенности у изучаемого сельского района есть критерии, по которым он как минимум не хуже, чем городской район. Значения, близкие к 0, будут говорить о неразумности ведения креативной деятельности в данном сельском районе в силу исторически сложившихся условий.

После нахождения недоминируемых альтернатив на основе нечеткого отношения предпочтения Q1 мы, как и в (Андрейчиков, 2000), проводим аналогичный анализ на основе нечеткого отношения Q2, которое в общем случае при сравнении альтернатив $a \in A$ и $b \in A$ определяется как:

$$\mu_{Q2}(a, b) = \sum_{j=1}^{10} w_j \mu_{R(K_j)}(a, b). \quad (8)$$

где j – номер критерия; 10 – номер последнего критерия; w_j – вес (показатель важности) j -го критерия. При этом значения w_j подби-

раются таким образом, чтобы $\sum_{j=1}^{10} w_j = 1$.

Значения функции принадлежности μ_{Q2} может рассматриваться как интегрированная нечеткая оценка достоверности следующего утверждения «*альтернатива а в целом лучше, чем альтернатива b*».

На основе нечеткого отношения предпочтения Q2 также определяется нечеткое подмножество недоминируемых альтерна-

тив (A, μ_{Q2}) . В общем виде для любой альтернативы $a \in A$ используем формулу 9:

$$\mu_{Q2}^{HD}(a) = 1 - \sup_{b \in A} (\mu_{Q2}(b, a) - \mu_{Q2}(a, b)). \quad (9)$$

При изучении недоминируемости конкретного сельского района можно применить формулу 10:

$$\mu_{Q2}^{HD}(C) = 1 - \sup_{b \in A} (\mu_{Q2}(b, C) - \mu_{Q2}(C, b)). \quad (10)$$

Полученное значение может рассматриваться как степень принадлежности (от 0 до 1) к верным утверждения «*среди изучаемых территорий нет такой, условия для ведения креативной деятельности в которой в целом лучше, чем в изучаемом сельском районе, с учетом заданной важности критериев*». Значения, близкие к 1, будут говорить о том, что с высокой долей уверенности можно утверждать, что как минимум по наиболее важным критериям изучаемый сельский район для ведения креативной деятельности в целом не хуже города, взятого в качестве базы сравнения.

Обсуждение результатов расчетов по методологии

На основе полученных значений $\mu_{Q1}^{HD}(C)$ можно оценить наличие как таковых точек развития креативных индустрий в данном сельском районе; а на основании $\mu_{Q2}^{HD}(C)$ можно оценить возможности для развития конкретных креативных индустрий, для которых наиболее важны критерии с высокими значениями w_j .

Подбор значений весов w_j во многом зависит от того, возможности развития каких конкретных видов креативных индустрий рассматриваются в данном сельском районе. В качестве примеров нами выделены следующие примеры профилей значений критериев, способствующих развитию креативных индустрий.

Профиль 1 – центр креативного туризма. Подразумевает создание условий для посещения сельской территории художниками, музыкантами, другими представителями креативных профессий для индивидуальной работы, либо проведения встреч,

концертов и так далее. Сюда же можно отнести, например, создание тик-ток-хаусов. Данный профиль требует хороших условий для творчества, наличие транспортной инфраструктуры. Желательны также наличие возможностей удаленного участия в работе креативных центров, развитость медицинской и рекреационной инфраструктуры. Таким образом, данный профиль подразумевает высокую важность критериев 4, 6 и среднюю важность критериев 3,7.

Профиль 2 – центр развития народных ремесел и народного творчества. Такая деятельность подразумевает наличие развитых местных народных традиций, тесных связей с крупными креативными центрами, что обуславливает высокую важность критериев 2 и 7. Также способствует развитию народных промыслов доступ к инструментарию креативной деятельности и возможности для повышения образования (например, получение художественного образования для иконописцев), хорошие денежные доходы, что обуславливает среднюю важность критериев 5, 9 и 10.

Профиль 3 – креативный кластер, интегрированный с крупными городскими креативными центрами. В таком кластере подсобные креативные работники и малые сельские предприятия смогут выполнять отдельные креативные активности на заказ из крупных креативных центров без отрыва от основной деятельности. Например, к таким активностям может относиться ведение блогов, сотрудничество с тик-ток-хаусами, написание текстов, выполнение задач по созданию 3D-моделей, сотрудничество с городскими телевизионными каналами и так далее. Основная сложность, не позволяющая данной деятельности полноценно реализовываться в сельских районах, связана с менталитетом, отсутствием телекоммуникационной инфраструктуры, а также со слабыми связями между сельскими районами и крупными креативными центрами. Также способствует деятельности этого профиля возможность получения хорошего образования, наличие природных условий и денежные доходы. Из рассмотренных профилей этот наиболее требовательный

к хорошим значениям критериев в совокупности, у него высокая важность критериев 1, 4, 7, а также средняя важность критериев 5, 6, 10. *Такому типу креативной деятельности, возможно, будет способствовать сезонность сельскохозяйственных работ, поэтому для данного профиля приемлемы очень низкие значения функции принадлежности для критерия К8 (оценка функции принадлежности по этому критерию может даже инвертироваться).*

Можно выделить также и другие профили значений критериев для развития креативных индустрий, однако приведенные примеры, на наш взгляд, достаточно хорошо показывают общую логику их построения.

Заключение

Таким образом, предложенный инструментарий позволит оценить, есть ли в регионе условия для создания различных типов креативных центров, а также выделить показатели, на которые руководство сельской территории должно ориентироваться, если захочет создать в своем регионе креативный центр. Полученные оценки $\mu_{Q1}^{HD}(C)$ и $\mu_{Q2}^{HD}(C)$ могут использоваться для анализа текущего состояния условий для ведения

креативной деятельности, прогнозирования и планирования мероприятий по внедрению и развитию креативных центров.

Кроме того, разработанная методика помогает спрогнозировать, как внедрение того или иного типа креативных центров повлияет на социально-экономические показатели изучаемой территории. Ожидается, что внедрение определенных типов креативных центров будет повышать показатели, способствующие его функционированию (и отраженные выше при описании профилей условий для ведения креативной деятельности). Поэтому, например, внедрение креативного центра народных ремесел и творчества будет способствовать развитию традиций, интеграции с городом, повышению образования и доходов жителей территории (однако напрямую не улучшит состояние инфраструктуры и может даже усилить традиционализм местного населения).

В целом предложенная методика, на наш взгляд, позволит значительно повысить качество оценки условий для ведения креативной деятельности и качество принимаемых организационно-управленческих решений о внедрении и поддержке креативных центров в сельских территориях.

Список литературы / References

- Андрейчиков А. В., Андрейчикова О. Н. *Анализ, синтез, планирование решений в экономике*. М.: Финансы и статистика, 2000. 368 с. [Andreychikov A. V., Andreychikova O. N. *Analysis, synthesis, decision planning in economics*. Moscow, Finance and Statistics], 2000. 368].
- Волков С. К., Кетько Н. В. Сельские территории современной России: тренды развития и механизмы трансформации (на примере Волгоградской области) [Volkov S. K., Ketko N. V. Rural territories of modern Russia: development trends and transformation mechanisms (on the example of the Volgograd region)]. *Регион: Экономика и Социология* [Region: Economics and Sociology], 2020, 4(108), 100–122.
- Волков С. К., Ефимов Е. Г. Портрет креативного работника: социологический подход [Volkov S. K., Efimov E. G. Portrait of a creative worker: a sociological approach]. *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика* [Bulletin of the Moscow University. Series 6: Economics], 2022, 2, 175–188.
- Andersen L. Magic light, silver city: The business of culture in Broken Hill. In: *Australian Geographer*, 2010, 41(1), 71–85.
- Anderson A. R., Wallace C. and Townsend L. Great expectations or small country living? Enabling small rural creative businesses with ICT. In: *Sociologia Ruralis*, 2015, 36(3), 450–468.
- Balfour B., W-P Fortunato M. & Alter T. R. The creative fire: An interactional framework for rural arts-based development. In: *Journal of Rural Studies*, 2018, 63, 229–239.

- Bell D. and Jayne M. The creative countryside? Policy and practice in the UK rural cultural economy. In: *Journal of Rural Studies*, 2010, 26(3), 209–218.
- Bennett S., McGuire S. and Rahman R. Living hand to mouth: Why the bohemian lifestyle does not lead to wealth creation in peripheral regions? In: *European Planning Studies*, 2015, 23(12), 2390–2403.
- Brañiște M. The creativity turn in European cultural policies. Structural changes in the sector. In: *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Sociologia*, 2021, 66(1), 51–73.
- Burns J. and Kirkpatrick C. *Creative Industries in the Rural East Midlands – Regional Study Report*. Culture East Midlands, 2008.
- Collins P. and Cunningham J.A. *Creative Economies in Peripheral Regions*. Palgrave Macmillan, 2017.
- Faggian A., Partridge M. & Malecki E. J. Creating an environment for economic growth: Creativity, entrepreneurship or human capital? In: *International Journal of Urban and Regional Research*, 2017, 41(6), 997–1009.
- Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002.
- Friel M. Crafts in the Contemporary Creative Economy. In: *Aisthesis*, 2020, 13(1), 83–90.
- Gibson C. (Ed.) *Creativity in Peripheral Places: Redefining the Creative Industries*. Routledge, 2014.
- Gibson C., Luckman S. & Willoughby-Smith J. Creativity without Borders? Rethinking remoteness and proximity. In: *Australian Geographer*, 2010, 41:1, 25–38.
- Herslund L. The rural creative class: Counterurbanisation and entrepreneurship in the Danish countryside. In: *Sociologia Ruralis*, 2012, 52(2), 235–255.
- Ince Keller I. & Velibeyoğlu K. The rise and fall of the rural creative class: The case of Alaçatı. City, In: *Culture and Society*, 2021, 24
- Kourtit K. & Nijkamp P. Creative actors and historical–cultural assets in urban regions. In: *Regional Studies*, 2019, 53:7, 977–990
- Luckman S. *Locating Cultural Work: The Politics and Poetics of Rural, Regional and Remote Creativity*. Palgrave Macmillan, 2012.
- Nelson R., Duxbury N. and Murray C. Cultural and creative economy strategies for community transformation: Four approaches. In: J. Parkins and M. Reed (Eds.). *The Social Transformation of Rural Canada: New Insights into Community, Culture and Citizenship* (pp. 368–386). Vancouver: University of British Columbia Press, 2012.
- Price Schultz C.J. & Jones M. You Can't do that! A case study of rural and urban media entrepreneur experience. In: *JMM International Journal on Media Management*, 2017, 19(1), 11–28.
- Roberts E. and Townsend L. The contribution of the creative economy to the resilience of rural communities: Exploring cultural and digital capital. In: *Sociologia Ruralis*, 2016, 56(2), 197–219.
- Selfa T., Iaroi A. and Burnham M. Promoting ethanol in rural Kansas: Local framings and cultural politics. In: *Journal of Rural Studies*, 2015, 39, 63–73.
- Wojan T.R. and Nichols B. Design, innovation, and rural creative places: Are the arts the cherry on top, or the secret sauce? In: *PLoS ONE*, 2018, 13(2), e0192962.