

КРЕАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В РОССИИ И МИРЕ: РАЗВИТИЕ И ПОДДЕРЖКА

Монография

*Под редакцией
доктора социологических наук, профессора Т.Э. Петровой*

RU
science
RU-SCIENCE.COM

Москва
2024

УДК 304.44
ББК 71+71.4
К79

Рецензенты:

В.Г. Новиков, чл.-корр. РАН, Российская академия кадрового обеспечения АПК, д-р социол. наук, д-р экон. наук,

Т.К. Ростовская Институт демографических исследований ФНИСЦ РАН, д-р социол. наук, проф.

К79 **Креативные практики в России и мире: развитие и поддержка** : монография / кол. авторов ; под ред. Т.Э. Петровой. — Москва : РУСАЙНС, 2024. — 234 с.

ISBN 978-5-466-07288-4

Монография содержит информацию об инновационном международном и отечественном опыте реализации креативных практик в различных сферах жизни социума. Креативные практики применяются в политической, экономической, духовной и социальной сферах жизнедеятельности общества. Креативность, как адаптивная способность к различным жизненным сценариям, выступает эффективным инструментом по управлению действительностью. Креативность — основной источник новых технических решений, отраслей и получения выгоды от внедрения новых продуктов, товаров или услуг, она запускает дополнительный потенциал развития общества и создает новые идеи, которые превращаются в продукты, услуги и технологии. В монографии представлены креативные практики, реализуемые в таких отраслях социально-экономического развития общества, как образование, информационная политика, туризм, организация деятельности и кадровая политика научных организаций и промышленных предприятий, региональное управление, поддержка креативных индустрий и благотворительности.

***Ключевые слова:** креатив; креативные практики; креативные индустрии; право; благотворительность; государственная услуга.*

УДК 304.44
ББК 71+71.4

ISBN 978-5-466-07288-4

© Коллектив авторов, 2024
© ООО «РУСАЙНС», 2024

Авторский коллектив (по параграфам):

1 – Ольга Николаевна Любина, кандидат технических наук, доцент Александра Ивановна Поминова, кандидат экономических наук Полина Юрьевна Мелехина (Московский городской университет управления Правительства Москвы им.Ю.М.Лужкова); 2 - доктор исторических наук, профессор Сергей Васильевич Устинкин, доктор исторических наук, профессор Артем Александрович Фоменков (Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А.Добролюбова); 3 - кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Леонид Иванович Селиванов (Российский технологический университет - МИРЭА), кандидат философских наук, доцент Светлана Анатольевна Соколовская; 4 – доктор экономических наук, доцент Татьяна Васильевна Рассохина, кандидат социологических наук, доцент Жанна Вячеславовна Жираткова (Российская международная академия туризма); 5 - доктор социологических наук, профессор Татьяна Эдуардовна Петрова (Российский технологический университет - МИРЭА); 6 – Александра Владимировна Столярова (АО «ЦНИРТИ им. академика А.И. Берга»); 7 – Станислав Петрович Заливаха, магистрант факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского (национальный исследовательский университет); 8 - доктор социологических наук, профессор Татьяна Васильевна Черкасова (Уфимский государственный нефтяной технический университет); 9 - доктор социологических наук, доцент Ирина Эдуардовна Петрова, Наталия Михайловна Кузнецова (Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского (национальный исследовательский университет)); 10 - кандидат социологических наук, доцент Ирина Игоревна Задорожная, магистрант Евгения Александровна Молчанова (Московский городской университет управления Правительства Москвы им. Ю.М. Лужкова); 11 – Валерий Васильевич Лобанов, Елена Евгеньевна Русинова - магистранты факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского (национальный исследовательский университет); 12 - кандидат культурологии Дарья Ивановна Болотина (Институт Русского наследия им. свт. Иоанна Шанхайского), Арина Ивановна Меркулова.

Содержание

Авторский коллектив (по параграфам)	3
Введение	5
1. Креативные практики: теоретические основы, зарубежный опыт и современные практики	7
2. К вопросу о поддержке креативной индустрии: возможные ошибки и просчеты	43
3. Креативные методы противодействия фейковой информации в современной информационной войне	48
4. Роль креативного туризма в социально-экономическом развитии регионов России	57
5. Креативные практики поддержки благотворительных организаций в российских регионах	77
6. Креативные практики кадровой политики предприятий	100
7. Внедрение инновационных систем управления в производственных предприятиях и способы решения возникающих проблем с помощью теории ограничения систем (ТОС)	114
8. Магистратура- 2022 в нефтяном вузе как креативная практика в стенах Alma-mater: гендерный анализ	126
9. Креативные практики в современном обществе: ключевые категории и возможности анализа	141
10. Формирование системы управления талантами: тенденции, этапы, инструменты	165
11. Креативные практики: история и современность	179
12. Памяти профессора Ивана Сергеевича Болотина	194
Список литературы	227
Приложения	229

Введение

Под креативностью принято понимать индивидуальную способность к социально полезному и оригинальному творчеству, поэтому креативная практика ассоциируется преимущественно с инновационной, изобретательской, интересной для индивида прикладной деятельностью, имеющей практическое полезное предназначение.

Креативная практика - это признание большей значимости системы социальных действий и опыта людей. По результатам деятельности такие практики имеют либо прикладное предназначение для широкого применения или частного использования, либо научно-теоретическое - для прогрессивного развития общества.

В XXI веке креативность перестала быть редким и удивительным явлением, проникнув практически во все сферы жизнедеятельности человека.

Креативные индустрии были впервые заявлены в качестве факторов устойчивого развития в международной повестке ООН в 2015 г., они способствуют актуализации культурных и духовных ценностей, развитию творческого потенциала населения, тем самым оказывая положительное влияние на качество жизни граждан и устойчивость развития общества в целом.

Креативность в экономическом плане - основной источник новых технических решений, отраслей и получения выгоды от внедрения новых продуктов, товаров или услуг. В последние годы бизнес активно обсуждает и формирует модели компетенций будущего, где креативность занимает одно из ключевых мест. Творческое (креативное) мышление в управленческой сфере играет важную роль в принятии нестандартных управленческих решений, которые могут привести к новым возможностям и повышению эффективности бизнеса.

В России пока не сформирована системная поддержка креативных индустрий, регионы и города России неравномерно включены в процесс развития креативных индустрий.

Авторами предпринята попытка проанализировать деятельность важнейших социальных институтов общества по стимулированию креативности и повышению ее уровня в таких сферах его социально-экономического развития как региональное управление, поддержка креативных индустрий и благотворительности, туризм, информационная политика, управление развитием и кадровая политика научных организаций и промышленных предприятий, образование.

Предлагаются инновационные модели поддержки творческих (креативных) индустрий, эффективного отбора, развития и удержания

персонала в организации, формирования и развития креативных компетенций, социоцентрированного поддерживающего туризма. формированию у обучающихся надпрофессиональных навыков оценки правдивости и адекватной интерпретации новостной информации, улучшения бизнес-процессов.

Отдельный раздел монографии посвящен памяти доктора социологических наук, профессора Ивана Сергеевича Болотина, многогранная творческая деятельность которого была связана с МГУ им. М.В. Ломоносова, МАТИ–РГТУ им. К.Э. Циолковского и многими другими вузами. Практически все авторы монографии являются учениками и соратниками Ивана Сергеевича, его влияние на их становление и развитие как ученых и педагогов неоспоримо. В фокусе его внимания всегда находились важнейшие проблемы как образования, так и социального развития общества – гуманизация и гуманитаризация образования, утечка умов, трудоустройство выпускников вузов и многие другие. Он входил в редколлегии таких журналов, как «Высшее образование в России», «Социология образования», был членом ряда диссертационных советов, организатором научных конференций, просто необыкновенно заботливым, добрым, внимательным, глубоко интеллигентным человеком. Нам бы хотелось, чтобы память о нем сохранялась не только в душах его учеников, но в среде научной и творческой интеллигенции.

Книга предназначена для студентов, аспирантов, преподавателей, научных сотрудников, всех, кто интересуется проблемами креативности.

1. Креативные практики: теоретические основы, зарубежный опыт и современные практики

Креативные практики: сущность и классификации

Термин «креативные индустрии» имеет ряд коннотаций - от экономических до социокультурных. В экономике синонимы креативных индустрий – креативная экономика или экономика знаний - сектор, так или иначе связанный с интеллектуальной деятельностью человека. Впервые термин «креативная экономика» использован нью-йоркским журналом Businessweek в 2000 году и с тех пор становится только шире. Базовые характеристики креативных индустрий - существенная роль инновационных технологий в различных областях творческой деятельности (разработке игр, широком спектре программных продуктов, продуктов виртуальной и дополненной реальности, музыке, искусстве, рекламе, архитектуре, кинематографии, анимации, дизайне и других областях, прямо или косвенно связанных с креативной деятельностью).

В социокультурной сфере креативные или творческие индустрии классифицируются как новый тип развития культуры, где объединяющей идеей всегда выступает творческий компонент, но при этом высока роль новых технологий и открытий. Креативная индустрия создает товары и услуги преимущественно для международного рынка. Привязка к определенной локации уже не имеет такого принципиального значения, самую важную роль играют создатели контента, проще говоря – интеллект. Импульс к развитию креативных индустрий дают технологии, например, цифровизация, отвечающая за оперативный доступ к средствам креативного производства, аддитивные технологии, искусственный интеллект¹.

Во многих странах экономический вклад креативных индустрий весьма значителен и достигает десяти, а иногда и более процентов внутреннего валового продукта. Кроме того, необходимо отметить, что креативные индустрии способствуют актуализации культурных и духовных ценностей, развивают творческий потенциал населения, и тем самым оказывают положительное влияние на качество жизни граждан и устойчивость развития общества в целом. Россия медленнее и позже, чем ряд зарубежных стран, стала ориентироваться на развитие и под-

¹ Что такое креативные индустрии? // РБК Тренды URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5dd54dbf9a79471180f57ce7> (дата обращения: 24.02.2023).

держку креативного сектора экономики. Недостаточная развитость этого сектора экономики приводит к отставанию на новых, растущих рынках, что снижает глобальную конкурентоспособность страны. В настоящее время новый виток социально-экономического и культурного развития во всем мире связывается с развитием креативных индустрий, объединяющих творческий компонент с современными технологиями. Творческие индустрии рассматриваются как весьма эффективная современная модель экономического роста. Капитализация творческих индустрий в мире сегодня приближается к \$2,3 трлн. Понятие креативных индустрий непосредственно связано с региональной и национальной спецификой и отличается от страны к стране, универсального прикладного понимания креативных индустрий в мире не существует. В результате простые, очевидные и сквозные для всех отраслей экономики критерии распознавания компаний, которые относятся к креативному сегменту экономики, отсутствуют. Группой ученых НИУ ВШЭ проведено сравнение подходов к определению креативных индустрий, сложившихся в разных странах. Британское Министерство культуры, СМИ и спорта (DCMS) в 1998 году опубликовало «Creative Industries Mapping Document» – первый крупный доклад, направленный на измерение влияния креативных отраслей на британскую экономику, в котором было дано определение 13 секторов креативных индустрий. Созданная классификация креативных индустрий серьезно повлияла на международную экономическую ситуацию. Политики все больше стали обращать внимание на креативные отрасли, государственные власти взяли курс на изучение вклада креативности в экономику своих стран. Вскоре после этого DCMS начал регулярно публиковать экономические оценки креативных секторов, их валовой стоимости, проводить сопоставления в соответствии с официальными кодами стандартной отраслевой классификации (SIC) и кодами стандартной профессиональной классификации (SOC), используемыми большинством стран в построении национальных счетов. Хотя это и стало успешным шагом в повышении экономической характеристики креативных индустрий, методология DCMS поставила ряд проблем. Некоторые из них носили технический характер, однако возникли и более глубокие, концептуальные проблемы. Во-первых, теоретическая неопределенность ключевых терминов, таких как «творчество» и «интеллектуальная собственность», привела к неизбежным дебатам о включении или не включении в креативные индустрии определенных секторов. Во-вторых, нежелание DCMS публиковать отдельные экономические данные креативных индустрий привели к смешению понятий

«творчества» и «культуры». В-третьих, это стало самым главным, – отсутствие ясного и четкого определения, какие отрасли и профессии классифицируются как творческие и как включать в классификацию большое количество фрилансеров (например, дизайнеров) в секторах, которые не рассматриваются как творческие или в новых возникающих отраслях, таких как «Видеоигры», совсем не отмеченные кодами SIC. Отсутствие прозрачного метода определения креативных отраслей и профессий привело к различным классификациям, используемым в разных странах. Для решения этой проблемы NESTA (независимая благотворительная организация, которая занимается повышением инновационного потенциала в Великобритании путем проведения исследований и развития партнерства) разработала схему динамического отображения. Творческие функции были определены как использующие когнитивные навыки для получения новых окончательных форм, не определенных заранее. В первоначальном докладе динамического отображения определения были основаны на субъективных оценках каждого кода стандартной занятости работников Великобритании. Затем NESTA рассчитала процент рабочей силы творческой занятости в каждой отрасли экономики Великобритании (иными словами, ее творческой интенсивности) и проанализировала распространенность этой творческой интенсивности в разных секторах. Это позволило выявить креативные отрасли с исключительно высокой творческой интенсивностью, а также определить занятость в креативной экономике, добавив к занятым в креативных отраслях, работающих по творческим профессиям в секторах за пределами креативных индустрий. В соответствии с этой методологией лишь незначительное число отраслей промышленности в Великобритании оказались с высокой долей творческой интенсивности, в которых работающие по творческим профессиям составляли среди занятых высокую долю – от 30% до 40% (в некоторых случаях 80% или 90%). В то время как в подавляющем большинстве отраслей творческая интенсивность составляла лишь около 3%. В 2014 году DCMS принял основные принципы динамического отображения, а Управление национальной статистики Великобритании официально одобрило ранее неофициальные оценки творческих работников страны. Это позволило получить более полное представление о географии занятых в креативной экономике Великобритании и сопоставить с другими областями экономики. Более точное международное сопоставление креативных экономик разных стран стало возможным в результате использования кодов SIC и обследований трудовых ресурсов, приводящихся в этих странах. Позднее NESTA опубликовало исследования

по европейским и североамериканским креативным экономикам с использованием методологии творческой интенсивности, которые позволили предположить, что эта методология сможет стать основой международного стандарта. Важной особенностью подхода динамического отображения является признание изменения секторов. В частности, творческая интенсивность отраслей со временем может меняться, и они становятся больше или меньше творческими в зависимости от того, какие технологии или структурные изменения приводят к трансформации в структуре занятых в этих отраслях. Краткая история творческих индустрий и креативной экономики показывает, что надежные и прозрачные способы определения, классификации и измерения новых и быстро меняющихся секторов экономики способствуют их признанию и узакониванию не только среди политиков, но и управленцев, работников образования и инвесторов. Разработка основ точного отображения в действительности должна стать одним из основных способов поддержания правительствами новых отраслей промышленности в соответствии с их инновационной политикой. В статистических таблицах экономических показателей креативных индустрий, которые публикует DCMS, приводятся данные всех креативных секторов и на их основе оценивается их вклад в валовую добавленную стоимость экономики Великобритании. Креативные индустрии в этих таблицах распределены по следующим группам: реклама и маркетинг, архитектура, ремесла, дизайн, графический дизайн и мода, кино, телевидение, видео, радиовещание и фотография, ИТ, программное обеспечение и компьютерные услуги, издательская деятельность, музеи, галереи и библиотеки, музыка, исполнительские и визуальные искусства. Кроме того, дополнительно рассматривается индустрия компьютерных игр. Статистические таблицы экономических показателей креативных индустрий включают три основных раздела: «Занятость», «Валовая добавленная стоимость» и «Экспортные услуги». Вместе с тем представлен еще ряд дополнительных таблиц. Большую часть статистических таблиц занимает раздел «Занятость», в котором показатели рассчитываются по трем группам с использованием систем Стандартной Промышленной Классификации SIC (Standard Industrial Classification) и Стандартной Профессиональной Классификации SOC (Standard Occupational Classification). Классификатор SIC аналогичен общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД), однако в системе общероссийских классификаторов отсутствует классификатор подобный SOC. Данные в этих таблицах представлены как по самим креативным отраслям, так и по творческим профессиям в других отрас-

лях экономики Великобритании. В соответствии с SOC численность занятых в креативной экономике подразделяется на творческую занятость в креативных отраслях, нетворческую занятость в креативных отраслях, творческую занятость вне креативных отраслей. Кроме того, учитывается занятость в креативных отраслях по группе самозанятости и все показатели даются в сопоставлении с предыдущими годами. В разделе «Валовая добавленная стоимость» представлена динамика вклада креативных отраслей в ВДС экономики Великобритании за пять лет по группам креативных отраслей и с учетом системы SIC, а также структура валовой добавленной стоимости экономики Великобритании. Доля всех креативных отраслей и каждой отрасли в отдельности в экспорте представлена в разделе «Экспортные услуги». С 2000-х годов большинство государств мира начали исследовать состояние креативных индустрий их экономик в соответствии с собственным набором уникальных критериев. Но концепция DCMS стала эталоном для создания множества моделей, и именно на основании модели DCMS строились все попытки определить и структурировать креативную экономику как набор отдельных творческих секторов. Однако доклад DCMS вместо того, чтобы завершить дискуссию о том, что же представляют собой креативные индустрии, стал отправной точкой для дальнейших обсуждений. Другие страны разработали свои классификации с учетом собственной экономической и культурной специфики. Классификации во многом схожи, однако имеют и существенные различия. Эта разница в деталях вызывает трудности при создании единой системы классификации. Кроме того, отсутствие единого международного стандарта делает сравнение показателей креативной экономики крайне кропотливым и трудоемким процессом, не говоря уже о сложностях сопоставления стратегий культурной политики государств и их результатов. В России официального, законодательного определения креативных индустрий пока нет. Дискуссии о подходах к определению креативного сектора, о составе креативных индустрий активно продолжаются. Впервые официальное понятие креативных индустрий появилось в документе «Основы государственной культурной политики», утвержденном указом Президента Российской Федерации в 2014 году. В документе устанавливается перечень видов деятельности, которые отнесены к сфере креативных индустрий: промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации. Однако многие эксперты отмечают, что перечень

оказался неполным, в частности в него не попали ремесла и художественные промыслы, анимация, новые медиа и другие современные виды творческой деятельности. Ряд экспертов предлагают взять за основу принципиально другие подходы к определению креативных индустрий, в частности, отнести к креативным компаниям те, где на балансе есть нематериальные активы, т.е. объекты интеллектуальной собственности. Некоторые эксперты берут за основу предложенный британскими экспертами подход, использующий в качестве основного критерия «творческую интенсивность» труда в той или иной сфере деятельности независимо от отраслевой принадлежности. Таким образом, в России пока не удалось сформировать единое понимание, которое разделялось бы всеми заинтересованным участниками процесса, соответственно, и закрепить легальное определение креативных индустрий. Исходя из этого в данной работе предлагается использовать определение, которое сейчас зафиксировано в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Творческие (креативные) индустрии – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, капитализации и коммерциализации прав интеллектуальной собственности производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества. В соответствии с подходами Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), творческие (креативные) индустрии сочетают создание, производство и коммерциализацию творческого содержания. Творческое содержание, которое выражено в форме результатов интеллектуальной деятельности и защищено интеллектуальным правом, может принимать форму товара или услуги. ООН рекомендует классификацию из 4 основных укрупненных блоков креативных индустрий. ЮНИДО придерживается этой классификации в работе со всеми странами, в том числе при реализации проектов в регионах России. К творческим (креативным) индустриям относятся, в том числе:

индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);

индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, живопись, деятельность галерей и др.);

современные медиа и производство цифрового контента (кино, видео, аудио, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, средства массовой информации, реклама и пр.);

прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, ювелирное дело, гастрономическая индустрия и т.п.)¹.

Роль креативных индустрий в инновационном развитии

Почему креативные индустрии – драйвер экономического роста?

Капитализация творческих индустрий в мире сегодня составляет почти \$2,3 трлн, в США в рамках индустрии создано свыше 30 млн рабочих мест, креативные индустрии постепенно становятся существенными драйверами экономического развития как в развитых, так и в развивающихся странах. Об этом свидетельствуют данные исследований, представленных Российским экспортным центром (РЭЦ) на ПМЭФ-2018. Темпы развития креативных индустрий значительно выше, чем, к примеру, традиционной промышленности или других отраслей: даже во время экономического спада объем мирового креативного сектора увеличился на 14%. Среди причин усиленного роста мирового креативного сектора эксперты отрасли отмечают высокую долю добавленной стоимости во всех отраслях креативной экономики и отсутствие естественных барьеров как с точки зрения производства, так и с точки зрения потребления. То есть создание продукта не требует больших материальных затрат, в то время как потреблять его можно повсеместно и без каких-либо ограничений. Плюс - появление сотен новых бизнесов, находящихся на стыке творчества и предпринимательства, ведет к созданию новых рабочих мест. Наконец, в силу своей специфики, креативные индустрии привлекательны для молодежи: сегодня, занятость в креативной индустрии уже превышает показатели занятости в реальном секторе².

Развитие креативных индустрий стало устойчивым приоритетом развитых и развивающихся стран в 21-ом веке. Креативные индустрии были впервые заявлены в качестве факторов устойчивого развития в международной повестке ООН в 2015 г. Содействие развитию креативных индустрий

¹ Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития // URL: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf (дата обращения: 24.02.2023).

² Что такое креативные индустрии? // РБК Тренды URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5dd54dbf9a79471180f57ce7> (дата обращения: 24.02.2023).

тивных индустрий, сохранение культурного наследия, обеспеченность культурной инфраструктурой представляют собой не только отдельную задачу, но и способ достижения целого ряда целей в области устойчивого развития, включая качество человеческого капитала. Так, в докладе ООН отмечается, что культура и креативные индустрии самым непосредственным образом способствуют созданию условий для развития человеческого капитала, экономическому росту и обеспечению каждого человека достойной работой, а также вносят вклад в сокращение неравенства, защиту окружающей среды, развитие гендерного равенства, построение миролюбивых и открытых обществ.

Роль креативных индустрий и культурного наследия отчетливо проявляется в ключевых трендах, обеспечивающих формирование качественных характеристик человеческого капитала, а именно, в растущей ориентации на ценности wellbeing, т.е. на ценности благополучия современного человека «здесь и сейчас», как в профессиональной, так и досуговой деятельности, а также в динамичном развитии сектора edutainment, т.е. обучении через развлечение, включающее креативные игровые практики, мультимедийные технологии. Современные подходы к развитию человеческого капитала акцентируют вклад креативного сектора в:

- развитие креативных компетенций, стимулирование инноваций и повышение качества жизни;

- формирование идентичности подрастающего поколения;

- развитие творческой экономики;

- развитие социальной сплоченности, чувства общности, толерантности;

- гармонизацию человеческих отношений, формирование справедливого общества и равных возможностей.

В докладе компании МакКинзи подчеркивалась важность креативного потенциала населения в связи с тем, что для 40% американских рабочих мест требуются творческие люди, и еще значительно то, что креативные компетенции необходимы для более чем 70% новых рабочих мест. Таким образом, экспертами подчеркивается, что креативные индустрии способствуют формированию качественных характеристик человеческого капитала. Одним из средств, позволяющих оценить креативный потенциал и глобальную конкурентоспособность на современном этапе, является система индексов. Состояние инновационной экономики невозможно измерить только с помощью существующей системы статистических показателей, как правило, оценка осуществляется с помощью специально сконструированных индексов.

Одним из наиболее признанных индикаторов глобальной конкурентоспособности является индекс инновационных городов (Innovation Cities™ Index), разработанный компании 2thinknow. В индексе инновационных городов оценивается создаваемый городами потенциал и условия для развития инновационной экономики. В индексе оцениваются 500 городов мира по трем факторам, которые по модели компании 2thinknow определяют процесс развития инноваций: культурные активы; удобство инфраструктуры для развития человеческого капитала; включенность в сетевые глобальные рынки, которые формируют основные условия и связи для развития инноваций. Ядро инновационных городов составляют именно культурные активы, среди которых оцениваются показатели развития творческих индустрий, спорта и отдыха, а также состояние и доступность культурного наследия и природных достопримечательностей. Удобство инфраструктуры для развития человеческого капитала образуют оболочку первого уровня, которая питается за счет культурных активов. Соответственно за счет культурных активов и человеческого капитала формируется оболочка второго уровня, а именно обеспечивается включенность в сетевые глобальные рынки и интенсивная бизнес коммуникация, необходимая для развития инноваций. Среди 500 городов в 2019 году Москва занимает 38 место в рейтинге, Санкт-Петербург – 109 место, т.е. Москва входит в число городов, которые считаются международными инновационными хабами (рис. 1).



Рис. 1. Позиционирование российских городов в Innovation Cities™ Index 2019¹

¹ Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития // URL: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf (дата обращения: 24.02.2023).

Следует отметить, что Москва - единственный город России, который на протяжении 10 лет неуклонно улучшает свое позиционирование в рейтинге и остается в категории международных инновационных хабов. Даже Санкт-Петербург не сохранил свои позиции в Топ-100, хотя еще в 2018 году был на 93-й позиции. Другим российским городам тоже не удастся на протяжении последних пяти лет сохранять свои позиции в рейтинге, хотя они динамично развиваются.

В целом присутствие в Innovation Cities™ Index всего нескольких российских городов, хотя и занимающих позиции, характеризующие их достаточно высокую глобальную конкурентоспособность, явно недостаточно для перехода от сырьевой к инновационной экономике. Вызовы, стоящие перед российской экономикой на современном этапе, обусловлены складывающимися негативными тенденциями оттока высококвалифицированных молодых специалистов в страны с возможностями приложения труда в сфере креативных индустрий и творческой самореализации. Международный имидж России деградирует к имиджу страны, являющейся поставщиком сырья, а не уникальных брендов, технологий и знаний¹.

Более детальный анализ креативных индустрий города Москвы специалистами ИСИЭЗ НИУ ВШЭ позволил отметить, что в креативном секторе столицы действуют более 58 тыс. организаций и 54 тыс. ИП. В 2018 г. общий объем выручки компаний креативных индустрий Москвы превысил 3 трлн руб., а численность занятых - 463 тыс. человек. Добавленная стоимость креативных индустрий Москвы достигла 1,12 трлн руб., или 6,29% валового регионального продукта (ВРП). По вкладу в столичную экономику творческий сектор более чем в 1,5 раза опережает даже столь масштабную отрасль, как строительство (3,9% ВРП).

Москву по праву можно считать креативной столицей России. Московские организации создают порядка 54% добавленной стоимости креативных индустрий в стране. По вкладу креативного сектора в экономику российская столица сравнима с другими мегаполисами, даже несмотря на ее заметный по мировым меркам промышленный потенциал. В Москве формируется основная часть добавленной стоимости отдельных креативных индустрий: рекламы - 87,6%, телерадиовещания - 83,7%, сектора информационных технологий (ИТ) - 68,4%, киноиндустрии - 67,5%.

¹ Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития // URL: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf (дата обращения: 24.02.2023).

Креативная экономика Москвы характеризуется динамичной предпринимательской средой. Около 17% организаций и 41% ИП в креативном секторе столицы созданы в течение последних трех лет. Молодые компании в основном сконцентрированы в сфере дизайна (более 50%), а также в наиболее крупных индустриях - рекламе и ИТ. В ряде отраслей преобладают ИП. Это фотография (84,7%), арт-индустрия (84,4%), дизайн (79,1%), музыка (77,5%), кино и анимация (67,4%).

В креативном секторе столицы выявлены три кластера организаций, пространственно и тематически близких друг к другу. Наиболее крупный по масштабам информационный кластер включает компании, занимающиеся разработкой программных продуктов и видеоигр, издательской деятельностью и рекламой. В технологически ориентированный медиакластер входят организации исполнительского искусства и музыки, кино и анимации, телерадиовещания, арт- и фотоиндустрии. Дизайн-кластер, тесно связанный с промышленностью столицы, объединяет компании в области архитектуры, моды, дизайна и ювелирного дела.

Креативная экономика создает новые рабочие места в традиционных отраслях промышленности и сферы услуг, повышая их конкурентоспособность. В 2018 г. суммарная численность занятых в креативных профессиях в Москве составляла 1,1 млн человек, или 12,6% всех занятых в столице. Наблюдается высокий уровень проникновения креативных профессий в традиционные отрасли: 54,6% творческих работников заняты в промышленности и других секторах экономики города (помимо креативных индустрий).

Организации креативных индустрий в большей степени тяготеют друг к другу, чем к центру города, станциям метро или промышленным зонам. Среди множества объектов городской среды мегаполиса статистически значимыми для развития креативных индустрий оказались бизнес- и торговые центры. Выступая офисными площадками, они стимулируют появление организаций креативных индустрий в близлежащих районах. Важным фактором притяжения новых предприятий креативных индустрий является высокий уровень присутствия организаций данного сектора на определенной территории.

Москва обладает существенным потенциалом в области импортозамещения и дальнейшего наращивания экспорта креативной продукции. Объем внешней торговли креативными товарами Москвы составил в 2018 г. около 3,5 млрд долл. США. В столицу ввозится свыше половины всей российской продукции, связанной с креативной

деятельностью, а экспортируется 20,3%. Импорт креативных товаров значительно преобладает над экспортом. На дизайнерские продукты (модные аксессуары, игрушки, предметы интерьера и другое) приходится три четверти импорта креативной продукции столицы.

Государственная поддержка креативных индустрий: зарубежный опыт

Во многих странах креативные индустрии системно поддерживаются государством на долгосрочной программной основе, особое внимание в программах всех стран уделяется выводу творческих индустрий на глобальные рынки (рис.2).



Рис.2. Программы поддержки креативных индустрий в городах и странах мира¹

Как показывает международная практика, креативные индустрии оказываются менее привлекательными для инвесторов по сравнению, например, с торговлей или строительством, поэтому нуждаются в специальных мерах государственной поддержки и стимулирования экспорта².

¹ Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития // URL: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf (дата обращения: 24.02.2023).

² Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития // URL: https://www.hse.ru/data/2021/07/11/1434062388/CI_1.pdf (дата обращения: 24.02.2023).

Ниже представлены результаты изучения зарубежного опыта поддержки креативных индустрий

Великобритания

В некогда индустриальных городах, таких как Ливерпуль, Манчестер или Шеффилд, известных как родина капитализма, бывшие промышленные кварталы превращены сегодня в так называемые колонии художников (одновременно являющихся и предпринимателями). Специалисты по развитию городов называют такие кварталы творческими кластерами. В некоторых случаях кластеры бывают однородными, то есть объединяют предприятия одного сектора (скажем, мультимедиа или дизайн), в других они принципиально многопрофильны. Иногда в кластерах преобладает производственная составляющая, скрытая от глаз обычного прохожего, но чаще к ней добавляется презентационная функция, благодаря которой творческая деятельность выходит в публичное пространство. Общая идея состоит в том, что множество независимых небольших творческих компаний компактно размещены в определенном районе города, где благодаря этому создается необычная атмосфера и привлекательная творческая среда. «Творческие кварталы», которые являются зоной не только творческого производства, но и потребления, уже соперничают по популярности с «официальными» городскими центрами. В Северо-Западном регионе Англии, где расположены такие крупные города, как Ливерпуль и Манчестер, политику развития творческих индустрий осуществляет специальное правительственное Северо-Западное агентство развития (North West Development Agency). Оно работает в тесном сотрудничестве с независимыми некоммерческими организациями, которые ведут конкретную работу с творческими кластерами на местах. Например, в Манчестере это Служба развития творческих индустрий (Creative Industries Development Service). Аналогичные независимые агентства действуют и в других городах, в том числе в малых. В Лондоне выстроена примерно такая же конструкция. Лондонское агентство развития (London Development Agency) - орган мэрии столицы - определяет общую политику в области развития творческих индустрий в метрополии и финансирует независимые агентства, которые действуют либо в конкретных районах города, либо в каком-то секторе. Так, организация Hidden Art of Hackney ведет работу с дизайнерами, а Paddington Development Trust занимается развитием творческих индустрий в районе Паддингтон. Всего в Лондоне существует более двух десятков таких агентств. Они решают разнообразные задачи, причем не последнее место в их деятельности занимают вопросы управления недвижимо-

стью, бизнес-планирования и разработки инвестиционных проектов с целью организации новых творческих кластеров. Например, агентство City Fringe занимается изучением градостроительной ситуации на границах лондонского делового центра City и поиском возможностей организации творческих кластеров в вышедших из употребления зданиях, чаще всего промышленных.

Австралия

Творческий сектор экономики Австралии достаточно развит. Впервые понятие «творческие индустрии» было использовано в документе, отображающем национальную культурную политику, – Creative Nation 1994, позже творческие индустрии стали более широко освещаться после создания в 1997 г. в Австралии комитета по творческим индустриям в рамках Департамента культуры, медиа и спорта.

В Австралии запущена межведомственная национальная программа поддержки творческих индустрий Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia. В документе творческие индустрии определяются как такие, которые генерируют интеллектуальную собственность творческого характера с перспективой коммерциализации.

В Австралии существует множество различных агентств, развивающих и поддерживающих креативный сектор. Одно из наиболее известных и успешных - Creative Industries Innovation Centre (ЦИС; Инновационный центр творческих индустрий).

Данный центр активно сотрудничает с предпринимателями, а также с государством. ЦИС при участии Министерства культуры Австралии в 2013 г. опубликовал результаты полного и всеобъемлющего исследования рынка креативной экономики в Австралии «Valuing Australia's Creative Industries 2013». Данное исследование оценивает экономический потенциал творческих индустрий. Оно позволяет достаточно четко проследить растущий спрос на творческие навыки практически во всех секторах экономики. Модель исследования хорошо структурирована и может успешно использоваться на международном уровне. Отчет показал, что креативные индустрии внесли весомый вклад в развитие национальной экономики.

Стоит отметить особую австралийскую методику подсчета занятых в сфере творческих индустрий. Для измерения занятости был введен «метод трезубца», который позволил провести наиболее точную градацию. Полагаясь на данный метод, можно вывести следующее равенство: творческая рабочая сила = творческие профессии (специализированные творческие работники + творческие работники «наполнители») + поддерживающий персонал, где: