



Абанкина Т.В.
Николаенко Е.А.
Романова В.В.
Щербакова И.В.

Креативные линии в России:

Татенденици и перектыв роавитр



Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития

Т.В. Абанкина

кандидат экономических наук,
профессор, директор Центра
креативной экономики Национального
исследовательского университета
«Высшая школа экономики».

abankinat@hse.ru

Е.А. Николаенко

научный сотрудник Центра
креативной экономики Национального
исследовательского университета
«Высшая школа экономики».

enikolayenko@hse.ru

В.В. Романова

зам. директора Института
исследований культуры Национального
исследовательского университета
«Высшая школа экономики»,
старший научный сотрудник
Центра межбюджетных отношений
Научно-исследовательского
финансового института Министерства
финансов Российской Федерации.

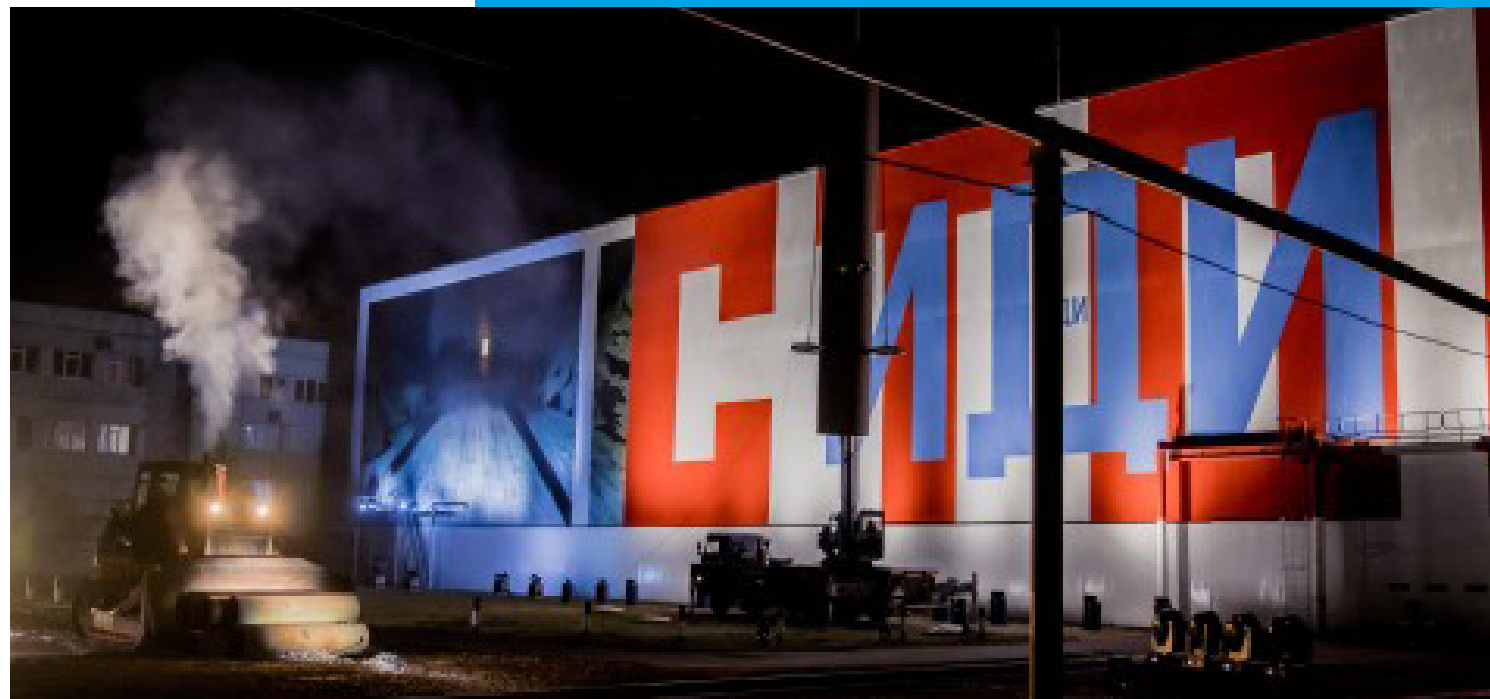
vromanova@hse.ru

И.В. Щербакова

эксперт Центра креативной экономики
Национального исследовательского
университета «Высшая школа экономики».

ischerbakova@hse.ru

Креативные индустрии являются одним из важнейших факторов устойчивого экономического развития и условием для формирования качественных характеристик человеческого капитала. В данной брошюре рассматриваются понятия креативных индустрий, сложившиеся в разных странах мира, анализируется динамика оценок креативного потенциала и факторов конкурентоспособности на основе индекса инновационных городов. С учетом возрастающей глобальной конкуренции в сфере инновационной экономики, во многих странах на государственном уровне разработаны и приняты программы поддержки креативных индустрий, в России системная поддержка сектора только начинает формироваться. В брошюре приведены экономические характеристики российского креативного сектора. Обозначены новые тренды российских креативных индустрий, складывающиеся под влиянием пандемии, и предложены основные направления государственной поддержки креативного сектора.



**креативные
индустрии**
**инновационный
потенциал**
**поддержка
креативных
индустрий**
**экспорт и импорт
творческих
индустрий**
**расходы
домохозяйств**
**образование
в секторе
креативных
индустрий**

Введение. Подходы к определению креативных индустрий

В настоящее время креативные индустрии являются одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики и международной торговли. Креативные индустрии – это индустрии с преобладанием творческого труда и высокой добавленной стоимости. Джон Хокинс определяет креативную экономику, как «транзакцию творческих продуктов»¹. По его мнению, ни творчество, ни экономика не являются чем-то новым, новое состоит в сущности и изменении отношений между ними, а также в том, какие их сочетания создают исключительную экономическую ценность и благосостояние. В фокусе внимания теоретиков креативной экономики остается вопрос о совместимости творчества, культурного наследия и экономики, не разрушают ли они друг друга, ведь креативная экономика отличается от традиционной экономики центральной ролью творческой личности. Компании в обычной экономике работают с ограниченными материальными ресурсами, на которые они налагают постоянные права собственности и конкурируют, прежде всего, по цене. В креативной экономике люди и фирмы используют неограниченные ресурсы и получают на них интеллектуальные права, которые могут быть краткосрочными, и не конкурируют по цене. Как подчеркивает Джон Хокинс, в креативной экономике мы перемещаемся из мира понижения нормы прибыли, основанном на дефиците природных ресурсов и материальных благ, в мир увеличения нормы прибыли, основанный на бесконечности возможных идей и человеческом гении для использования этих идей в производстве новых продуктов и трансакций².

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 поддержку 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 в о 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. Исходя из этого, проведем 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



Джон Хокинс
Аналитик и автор книг, описывающих основные изменения в нашем образе мышления и работе. Общая тема его работ – творчество и инновации.

¹ Хокинс Дж. Креативная экономика. М.: Классика – XXI, 2011.

² Хокинс Дж. Креативная экономика. М.: Классика – XXI, 2011.

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 ин-

дустрий. 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. Так, например, в 2013 году 43% занятых в креативной экономике Великобритании работали в Лондоне и на юго-востоке Англии, занятые в креативной экономике составляли 32% занятых в высокотехнологичной экономике и 28% всех работающих в целом.

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 кре-

ативных 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 креативных отраслям, так и по творческим профессиям в других отраслях 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. Так, в Таблице 1 сравниваются классификации креативных и культурных индустрий, существующие в ряде ключевых развитых стран. 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 РФ 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

Таблица 1. Сравнение терминов и состава креативных/культурных индустрий

| | Великобритания | Германия | Испания | Сингапур | Франция |
|---|----------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------|-------------------|
| Используемый термин / состав | Креативные индустрии | Культурные и креативные индустрии | Культурные и креативные индустрии | Креативные индустрии | Культурный сектор |
| Архитектура | • | • | | • | • |
| Аудио и видео технологии (фильмы, радио, телевидение) | • | • | • | • | • |
| Исполнительское искусство | • | • | • | • | • |
| Библиотеки | | | • | | • |
| Дизайн | • | • | | • | |
| Визуальные искусства | • | • | • | • | • |
| Издательское дело | • | • | • | • | • |
| Мода | • | | | • | |
| Программное обеспечение / мультимедиа | • | • | | • | |
| Музеи / культурное наследие | | | • | • | • |
| Музыка | • | • | • | • | • |
| Ремесла | • | | | • | |
| Реклама | • | • | | • | |

всеми заинтересованным участниками процесса, соответственно, и закрепить легальное определение креативных индустрий.

Исходя из этого, для данной брошюры возьмем 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, подготовленной Министерством культуры РФ совместно с рабочей группой и направленной на согласование в Правительство РФ: *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, блоггерство, средства массовой информации, реклама и пр.);
- прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, ювелирное дело, гастрономическая индустрия и т.п.).

Креативные индустрии и инновационное развитие

Развитие креативных индустрий стало устойчивым приоритетом развитых и развивающихся стран в 21-ом веке. Креативные индустрии, доступность и участие в культурной жизни были впервые заявлены в качестве факторов устойчивого развития в международной повестке ООН в 2015 г. Содействие развитию креативных индустрий, сохранение культурного наследия, обеспеченность культурной инфраструктурой представляют собой не только отдельную задачу, но и способ достижения целого ряда целей в области устойчивого развития (ЦУР), включая качество человеческого капитала³. 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 так же 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 состояния 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.

³ Ход достижения целей в области устойчивого развития. Доклад Генерального секретаря // Unstats.un.org – 2018. 10 мая. – URL: <https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/secretary-general-sdg-report-2018--EN.pdf> (дата обращения: 1.04.2021).



- 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.⁴ Таким образом, экспертами подчеркивается, что креативные индустрии способствует 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 городов⁵ (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 3 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). Отметим, что Москва единственный город России,

Индекс инновационных городов



Рисунок 1. Позиционирование российских городов в Innovation Cities™ Index 2019

Индекс инновационных городов

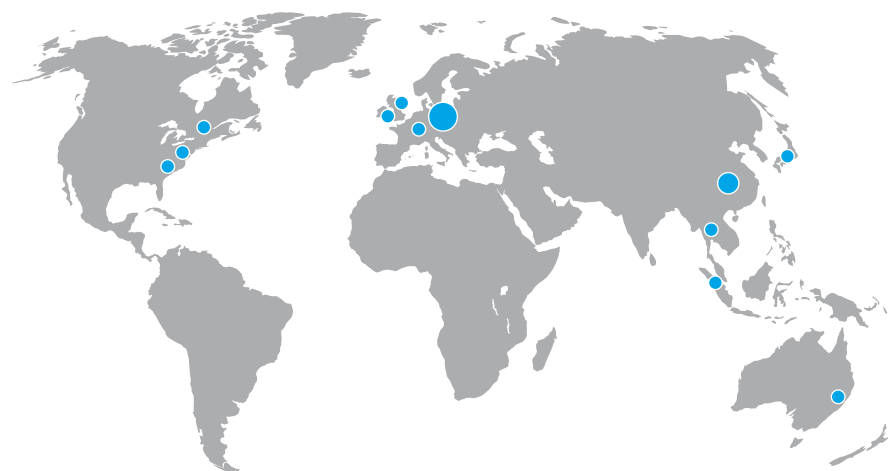


Рисунок 2. Позиционирование российских городов в Innovation Cities™ Index 2014

⁴ Хокинс Дж. Креативная экономика. М.: Классика - XXI, 2011.

⁵ Innovation Cities Program // Innovation Cities. – URL: <https://www.innovation-cities.com> (дата обращения: 1.04.2021).

Программы развития креативных индустрий в мире



Creative London
Creative Berlin
Creative New York
Creative Baltimore
Creative Toronto

Creative Sheffield
The 11th five-year Plan
for creative
Creative Industries Support
Programme (Cambodia)

Creative Industries Development
Strategy (Singapore)
Cool Japan Strategy
Creative Britain
Creative Europe

Рисунок 3. Программы поддержки креативных индустрий в городах и странах мира

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. Для сравнения на рис. 2 приводится позиционирование российских городов в 2014 году. Это означает, что другим городам мира удастся удерживать темп опережающего развития, быстрее наращивать инновационный потенциал.

В целом присутствие в Innovation Cities™ Index всего нескольких российских городов (18), 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 знаний⁶.

⁶ Обновленный мировой рейтинг самых инновационных городов на основе Индекса инновационных городов 2020-2021 годов еще не опубликован.



Поддержка креативных индустрий

21

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.3).

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 экспорта.

В России, пока не сложилась системная поддержка креативных индустрий, вместе с тем, нарастает масштабная глобальная конкуренция за творческие и предпринимательские кадры. В сложившейся ситуации высокую актуальность приобретает согласование и утверждение Правительством РФ «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», подготовленной Министерством культуры Российской Федерации, и разработка Плана ее реализации. Адресные меры поддержки креативного сектора на системной основе позволят приостановить отток капитала и творческой молодежи, усилить присутствие и продвижение российских креативных товаров и услуг на мировые рынки.



Регионы России, в которых приняты законы или программы поддержки креативных/творческих индустрий

Россия позже, чем многие другие зарубежные страны, стала ориентироваться на развитие креативных индустрий. Вместе с тем, в ряде регионов России приняты законы или программы поддержки креативных/творческих индустрий:

- Закон о креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре № 70-оз. Принят 27 июля 2020 года.
- Концепция развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года. Утверждена Распоряжением Правительства Республики Саха (Якутия) от 27 декабря 2019 г. № 1736-Р.
- Региональный приоритетный проект «Развитие креативных (творческих) индустрий Ульяновской области с 2017 до 2020 года», утверждён Постановлением Правительства Ульяновской области № 41-п/п от 10 октября 2017 года.

Сектор креативных индустрий обладает потенциалом создания высокой добавленной стоимости, что делает его привлекательным как для предпринимателей, так и для инвесторов. Для многих направлений сектора характерен относительно низкий барьер входа на рынок, что дает возможность развития своего дела широким слоям населения, в том числе женщинам, лицам с ограниченными возможностями здоровья, людям, проживающим в сельской местности и в малых городах, позволяет преодолеть ограничения развития, связанные с недостаточным объемом локального рынка и удаленностью места проживания творческого предпринимателя, сохранять человеческий капитал в регионах и муниципалитетах, обеспечить сбалансированное территориальное развитие.

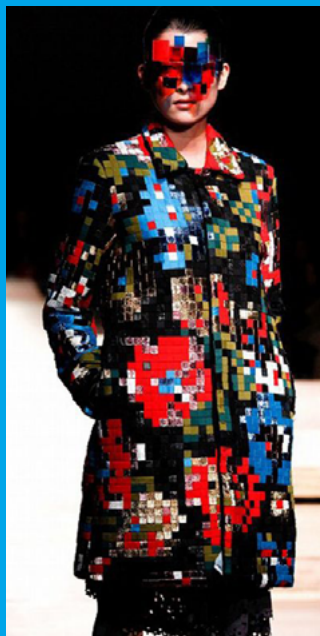
Принятые законодательные акты и программные меры поддержки креативных индустрий позволяют регионам России:

- создавать новые привлекательные рабочие места, в том числе с возможностями гибкой и дополнительной занятости;
- расширять налогооблагаемую базу за счёт выхода, как на региональные, так и международные рынки более качественной, клиент-ориентированной продукции и услуг с большей добавленной стоимостью;
- сокращать диспропорции социально-экономического развития за счет использования потенциала креативных индустрий, в том числе отставание уровня жизни населения сельских территорий от уровня жизни жителей городов, повышать уровень комфортности городской среды;
- наращивать туристическую привлекательность территорий, содействовать узнаваемости отечественных брендов, созданию позитивного имиджа регионов России.

Вместе с тем, следует отметить, что регионы и города России крайне неравномерно включены в процесс развития креативных индустрий и коммерциализации прав интеллектуальной собственности.⁷ Зачастую они конкурируют между собой вместо развития уникальной специализации и кооперации с учётом сильных сторон друг друга, а подавляющая наблюдаемая статистикой часть результатов интеллектуальной дельности создается в Москве⁸. Крайняя степень неравномерности в оформлении прав интеллектуальной собственности и извлечения коммерческого эффекта ведет к негативным последствиям – переезду людей в столичные регионы, расслоению и угрозе потери единого культурно-образовательного пространства, утрате возможностей экономического развития ряда территорий. Исходя из этого, крайне важным становится принятие программных мер и законодательных актов не только в отдельных субъектах РФ, но и на федеральном уровне.

⁷ См., в частности: Абанкина Т.В. Креативные компетенции и интеллектуальная собственность при переходе к инновационной экономике. В сб.: Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях. XXIV Международная конференция Роспатента. Сост. С.В. Горушкина, Е.Г. Царева. М.:ФИПС, 2020. – 265 стр.

⁸ По данным Роспатента Москва является абсолютным лидером по патентной активности в нашей стране – более половины патентных заявок подаются из ЦФО и около 30% всех заявок подаются из г. Москвы.



Экономическая характеристика креативных индустрий России

25

Ядро экономического потенциала креативной экономики составляют технологии проектирования будущего, создания творческих продуктов, управления развитием, формирования инновационных потребностей и опережающего избыточного предложения в секторе креативных индустрий. Творческие предприниматели находятся в непосредственной взаимосвязи с современными условиями, созданными в креативной экономике: с одной стороны, что связано с влиянием креативных индустрий на творческое развитие как конкретной личности и социума, так и культурной среды, с другой стороны, развитие и экспортный потенциал креативных индустрий во многом зависят от объемов государственной поддержки. Необходимо учитывать, что отдельные виды креативных товаров и услуг отличаются высокой степенью уникальности, имеют инновационный, социально значимый характер, поэтому ограничены в коммерческих возможностях – издержки производства объективно превышают цены на производимые товары и услуги. Для развития таких видов креативных товаров и услуг требуется государственное субсидирование и стимулирование культурного потребления. Актуальность поддержки креативных индустрий обусловлена усилением внимания государства и общества к развитию человеческого капитала и повышению международной конкурентоспособности России в экономике знаний.

Как уже отмечалось выше, в силу неопределенности сектора креативных индустрий оценить его размер оказывается достаточно трудно. По оценкам ИСИЭЗ НИУ ВШЭ⁹, характеристики креативной экономики России приведены в таблице 2:

По оценкам Агентства стратегических инициатив, доля креативных индустрий в ВВП России составляет 4,37%.

По оценкам Центра креативной экономики НИУ ВШЭ, если учитывать мультипликативный эффект креативных индустрий в смежных секторах, доля сектора креативных индустрий в России составляла около 6% ВВП в 2019 году, около 5% ВВП в 2013 году, т.е. постепенно расширяется.¹⁰

⁹ Креативная экономика Москвы в цифрах / В. В. Власова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. - 108 с.

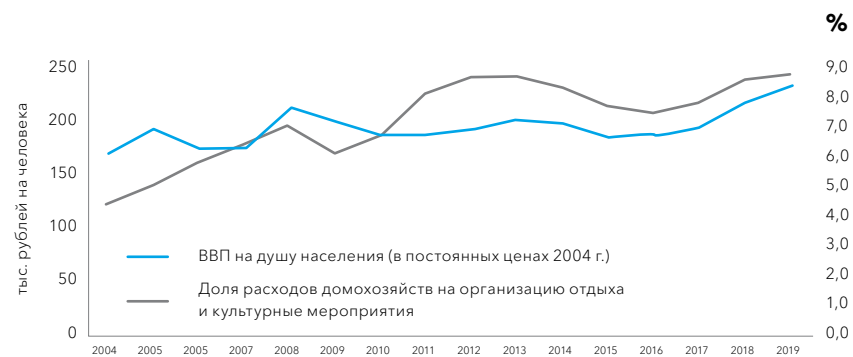
¹⁰ Абанкина Т. В., Николаенко Е. А., Романова В. В. Экономический потенциал сферы культуры и досуга в России и странах ОЭСР // Журнал Новой экономической ассоциации. 2020. Т. 46. № 2. С. 98-117.

Таблица 2. Оценки развития креативной экономики в 2018-2019 гг.

| | 2018 | 2019 |
|--|------|------|
| Доля креативной экономики в ВВП страны, % | 2,23 | 2,55 |
| Доля занятых в творческих профессиях, % | 6,1 | 6,8 |
| Доля отечественных творческих индустрий в структуре мирового экспорта, % | 0,4 | |
| Импортозамещение креативных товаров (сальдо экспорта-импорта креативных товаров), млрд долл.США ¹ | -4 | -4 |
| Импортозамещение креативных услуг (сальдо экспорта-импорта креативных услуг), млрд долл.США | -3 | -3 |

¹ Оценка импортозамещения креативных услуг по данным ЦБ по методологии ЮНКТАД (UNCTAD)

Несомненную важность имеют оценки спроса семей на креативные товары и услуги, которые преимущественно связаны с досуговым потреблением и организацией отдыха. Домохозяйства являются субъектами креативной экономики, которые своими финансами участвуют как в процессах потребления, так и в процессах производства и распределения креативных товаров и услуг. Анализ динамики расходов домашних хозяйств на организацию отдыха и культурные мероприятия показал, что с 2004 г. по 2019 г. эти расходы увеличились в номинальном выражении в 7,6 раза, в реальном выражении – в 2,4 раза, при этом их доля возросла с 5,9% до 8,1% соответственно¹¹. При этом начиная с 2016 г. доля таких расходов домохозяйств неуклонно росла. Потребительские интересы смещаются от первоочередных расходов в сторону интеллектуального и творческого развития, что способствует формированию качественных характеристик человеческого капитала и приводит к увеличению доли расходов населения на отдых и культурные мероприятия в общем объеме бюджета семьи. Вместе с тем, расходы на культуру и отдых демонстрируют высокую чувствительность к росту/снижению доходов и уровню благосостояния семей (рис.4).



Источник: расчеты авторов на основе данных сборников «Социальное положение и уровень жизни населения России», а также раздела «Национальные счета» сайта Росстата^{12,13}.

Рисунок 4. Динамика объемов ВВП на душу населения в реальном выражении и доли расходов домохозяйств на организацию отдыха и культурные мероприятия в общих расходах домохозяйств

Потребительские расходы домохозяйств на оплату товаров и услуг в сфере культуры менее зависимы от кризисных явлений в экономике России, чем в целом расходы на организацию отдыха и культурные мероприятия (Табл. 3).

По доле расходов домохозяйств на организацию отдыха и культурные мероприятия Россия занимает невысокое место по сравнению со странами, входящими в Европейский Союз. За последние десять лет наблюдается положительная динамика российского показателя, однако, России заметно отстаёт от таких развитых стран, как Великобритания (11,2%), Германия (10,9%), Австрия (10,0%). Вместе с тем, отдельные регионы РФ, имеющие наивысшие показатели 2019 г., вполне приближаются к европейским значениям показателя – г. Москва (13,5%), Московская область (12,3%), Санкт-Петербург (11,1%), Свердловская область (11,0%), Хабаровский край (9,5%) и Ханты-Мансийский автономный округ (9,0%). Минимальные расходы на культуру и отдых в домохозяйствах – в субъектах Северо-Кавказского федерального округа: в республиках Ингушетия (1,2%), Дагестан (2,3%), Северная Осетия (2,9%), в Кабардино-Балкарской Республике (3,0%) и Карачаево-Черкесская Республике (3,4%).

В большинстве стран расходы домохозяйств на культурные мероприятия и организацию отдыха остаются достаточно стабильными и составляют около 5% ВВП за последнее десятилетие. Исключе-

¹¹ Здесь и далее расчеты потребительских расходов домохозяйств выполнены авторами на основании данных официального сайта Росстата и статистических данных Организации стран экономического сотрудничества и развития Eurostat.

¹² Социальное положение и уровень жизни населения России // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13212?print=1> (дата обращения: 1.04.2021).

¹³ Национальные счета // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/accounts> (дата обращения: 1.04.2021).

Таблица 3. Расходы домохозяйств на оплату услуг учреждений культуры, на культурные мероприятия и организацию отдыха, %

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Потребительские расходы домохозяйств на оплату услуг учреждений культуры | | | | | | | | | | |
| Российская Федерация | 2,8 | 2,9 | 3,2 | 3,6 | 3,6 | 3,9 | 3,6 | 3,9 | 4,5 | 5,5 |
| Расходы домохозяйств на конечное потребление на культурные мероприятия и организацию отдыха | | | | | | | | | | |
| ЕС (28 стран) | 9,1 | 9,0 | 8,9 | 8,8 | 8,8 | 9,0 | 9,0 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| РФ | 6,5 | 6,5 | 6,7 | 7,0 | 6,9 | 6,4 | 6,4 | 6,7 | 7,5 | 8,1 |

ние составляют Норвегия, Новая Зеландия, США, Великобритания и Греция, где расходы домохозяйств выше и растут быстрее среднего. В России за последние пять лет этот показатель составляет менее 2% к ВВП.

Таким образом, в России сформировался достаточно высокий и устойчивый платежеспособный спрос со стороны семей на креативные товары и услуги, организацию отдыха и культурные мероприятия, предъявляющих новые требования к обновлению культурной среды, отвечающей современным тенденциям, возможностям участия в культурной жизни, доступности и разнообразию креативных товаров и услуг. Доля расходов домохозяйств на культурные мероприятия и организацию отдыха в семейных бюджетах превышает расходы на образование и здравоохранение вместе взятые. Вместе с тем, эта доля в 1,3 раза ниже, чем аналогичная доля в бюджетах семей развитых стран. Есть все основания прогнозировать, что разрыв постепенно будет сокращаться: с ростом благосостояния доля расходов российских семей на креативные товары и услуги, культуру и отдых будет расти, обеспечивая приток финансовых ресурсов в креативную экономику.

Сектор креативных индустрий в России не обеспечивает потребности внутреннего рынка в культурно-досуговой сфере. Емкость российского рынка превышает производственные возможности отечественных креативных компаний и творческих бизнесов. Дефицит предложения покрывается за счет импорта креативных товаров и услуг, что приводит к нарастанию отрицательной динамики внешнеторгового сальдо в этой сфере.

Во многих странах экспорт продукции креативной индустрии стал одной из крупных статей внешней торговли. В Великобритании в 2019 году его доля составляла 4,87 процента, в Индии – 5,46



Усадьба-джаз. Международный музыкальный фестиваль
 Выставка «Фантастик пластик». Организатор: Московский музей дизайна
 Театр на ладони (сочетание театральных практик и арт-терапии).
 Программа Еврейского музея

процента, в Германии – 6,06 процента, в США – 7,99 процента, а в Китае – 31,9 процента¹⁴.

Высокая доля импорта в креативном секторе и недостаточная развитость российских креативных индустрий приводит к тому, что в России не удается в полной мере сформировать условия для творческой самореализации и развития человеческого капитала. В таких условиях развитые страны, пользуясь своей высокой миграционной привлекательностью, «выкачивают» из России креативные ресурсы, что ведет к оттоку из страны квалифицированной творческой молодежи.

Особую актуальность приобретают меры по поддержке экспорта российских креативных индустрий, который в настоящее время незначителен по сравнению с другими странами. Доля России в мировом экспорте креативных товаров составляет на протяжении последних 15 лет около 0,4%.¹⁵ Вместе с тем, при низком экспортном потенциале в России растет импорт в сфере креативных индустрий.

В 2015 году импорт в сфере креативных индустрий заметно сократился, однако, не за счет импортозамещения, а за счет неблагоприятного изменения курса валют. Наибольшую часть российского экспорта креативных товаров представляют продукция издательского дела и печатные медиа, а также дизайн. Среди российских креативных услуг наиболее конкурентоспособными на мировом рынке являются реклама и маркетинговые исследования, архитектурные, инженерные и другие технические услуги – по объёму экспорта на втором месте после Китая. В структуре российского экспорта креативных услуг их совокупная доля составляет 84%. Вместе с тем, креативные индустрии могут внести вклад в развитие несырьевого экспорта РФ, что является стратегической задачей развития РФ на период до 2024 года в соответствии с Указом президента РФ от 7 мая 2018 № 204.

Итак, следует признать, что в России накопилось существенное отставание государственной поддержки, обеспечивающей опережающее развитие креативных индустрий, стимулирование спроса в креативном секторе, развитие творческих способностей у всех групп населения. Отсюда – дисбаланс спроса и предложения, отрицательное сальдо внешнеторгового баланса в этом секторе, резко выраженная межрегиональная неравномерность в развитии креативного сектора экономики, доступности качественных креативных товаров и услуг, участия в творческой самореализации и культурной жизни.



¹⁴ Креативная индустрия столицы: как развиваются творческие пространства города // Mos.ru – 2019. 10 апреля. – URL: <https://www.mos.ru/mayor/themes/3299/5563050> (дата обращения: 1.04.2021).

¹⁵ United Nations Conference on Trade and Development // Unctad.org. – 2016. – URL: <http://unctadstat.unctad.org> (дата обращения: 1.04.2021).

Sleepbox hotel. Реализован в аэропорту г. Вашингтона Архитекторы: Михаил Крымов и Алексей Горяинов

Readymag (R/M). Сервис для создания веб-журналов, сайтов, лендингов без кода. Дизайнеры: Диана Новичихина, Антон Герасименко, Кирилл Данченко

Образование в секторе креативных индустрий

При переходе от сырьевой к инновационной экономике большое значение приобретает подготовка специалистов в секторе креативных индустрий. Эксперты отмечают, что образовательная среда современных колледжей и университетов становится источником креативности, где студенты не только обучаются, но и разрабатывают творческие стартапы и инновационные продукты. Вместе с тем, несмотря на широкий спектр образовательных программ, которые предлагают СПО и вузы для обучения за счет бюджетных средств, спрос на платные образовательные программы в сфере креативных индустрий достаточно высокий. Наибольшей популярностью пользуются образовательные программы, связанные с ИТ. Востребованным является платное образование для визажистов, флористов и специалистов в области рекламы (рис. 5).

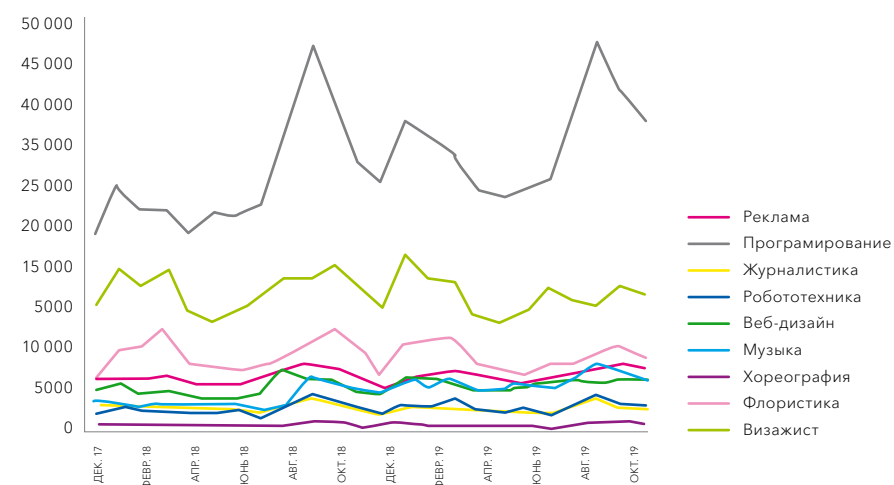


Рисунок 5. Запросы на платные образовательные программы по направлениям за 2017–2018 гг. на основе поисковой системы «Яндекс»

Вместе с тем, спрос на рынке труда на специалистов креативных/творческих специальностей значительно различаются по направлениям. Например, спрос на специалистов в области программирования постоянно велик, в отличие от хореографии и актеров (табл. 4).

Обобщая, можно зафиксировать, что образование в секторе креативных индустрий прямо зависит от уровня доходов семей, развивается крайне неравномерно, как по регионам России, так и по направлениям подготовки. Перспективные креативные компетенции в основном приобретаются за счет платного образования. Таким



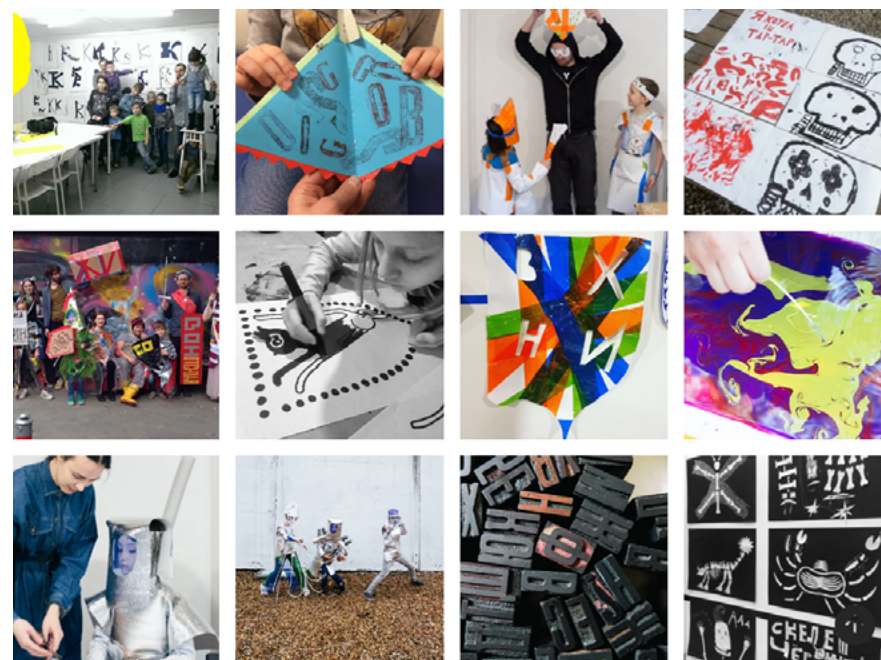
Таблица 4. Соотношение вакансий и размещенных резюме по направлениям креативных/творческих специальностей в Москве и России, 2019

| Вакансии | Россия | Москва | Доля вакансий Москвы в России | Резюме |
|---------------------------------|--------|--------|-------------------------------|--------|
| Дизайнер | 4711 | 1453 | 30,8 | 47953 |
| Веб-дизайнер | 258 | 88 | 34,1 | 9458 |
| Ландшафтный дизайнер | 7 | 0 | 0,0 | 3491 |
| Арт-директор | 109 | 55 | 50,5 | 13989 |
| Креативный директор | 27 | 17 | 63,0 | 42231 |
| Журналист | 198 | 35 | 17,7 | 11510 |
| Модельер | 81 | 15 | 18,5 | 1433 |
| Фотограф | 324 | 92 | 28,4 | 16374 |
| Видеооператор | 77 | 23 | 29,9 | 3540 |
| Режиссер | 37 | 15 | 40,5 | 18832 |
| Актер | 59 | 17 | 28,8 | 14174 |
| Архитектор (строительство) | 678 | 237 | 35,0 | 9502 |
| Реставратор | 26 | 11 | 42,3 | 2483 |
| Ювелир | 75 | 7 | 9,3 | 1333 |
| Программист | 21464 | 6840 | 31,9 | 31421 |
| Менеджер по рекламе | 950 | 288 | 30,3 | 43126 |
| Менеджер по рекламе в интернете | 7 | 2 | 28,6 | 19154 |

по данным «HeadHunter»

образом, компетенции для развития качественных характеристик человеческого капитала формируются в сегменте рыночных благ, подготовка специалистов за счет бюджетных средств для отраслей инновационной экономики ограничена и сосредоточена преимущественно в секторе традиционных творческих специальностей.¹⁶ Развитие образовательных программ разного уровня в сфере креативных индустрий, начиная со школьного возраста, критически важно для становления инновационной и креативной экономики в регионах России. Необходимо обеспечить доступность образовательных программ для учащихся независимо от места проживания, уровня дохода и социального статуса семей. Креативные навыки и условия для профессиональной ориентации, профессиональных

¹⁶ См., в частности: Абанкина И.В., Абанкина Т.В. Равенство прав vs равенство возможностей в сфере высшего образования // Журнал Новой экономической ассоциации. 2020. Т. 47. № 3. С. 205-214.



Детская дизайн-школа ШУМ, г. Москва. Развивает основы творческого мышления, учит композиции, ритму, представлению пространства, интерпретации. Школа существует с 2014 года

проб и реализации творческих проектов, обеспечивающих в дальнейшем осознанный выбор профессии, должны формироваться с раннего возраста у каждого учащегося. Ядро креативных индустрий составляют творческие люди, дефицит которых становится главным тормозом развития инновационной экономики.

Нынешние условия пандемии коронавируса и вызванный ими глубокий экономический кризис до предела обострили ситуацию в доступности высшего образования для семей с низкими доходами. Подорвана мотивация получения высшего образования в силу сложностей будущего трудоустройства, невозможности семей оплачивать как подготовку к поступлению в вуз, так и обучение в вузе из-за снижения реальных доходов населения и использования всех накопленных резервов в ситуации карантина. Фактически для семей это бремя расходов становится непосильным и ставит их перед выбором продолжения стратегии дальнейшего обучения или отказа от него на ближайшие годы. Даже те студенты, которые уже учатся, оказались в крайне стесненных обстоятельствах. Большинство студентов очного обучения подрабатывали в сфере малого бизнеса, самостоятельно покрывая расходы на проживание в крупных городах, нередко и на аренду жилья. В настоящее время

эти возможности «схлопнулись», и неизвестно, когда произойдет восстановление малого и среднего бизнеса. Студенты не могут рассчитывать и на поддержку семей. Перспективным направлением поддержки может стать возможность бесплатного получения второго высшего образования по творческим специальностям. Такая инициатива сейчас прорабатывается в Правительстве РФ и Государственной Думе РФ. Цена вопроса – мотивация будущих поколений, возможности самореализации и угроза существенной потери человеческого капитала.

Заключение. Направления государственной поддержки креативных индустрий в России

Пандемия Ковид-19 существенно повлияла на сферу культуры и досуга.¹⁷ Одним из следствий пандемии стала ускоренная цифровизация, которая наряду с ограничительными мерами радикально меняет ландшафт и структуру креативных индустрий в России. Расширяется и структурно изменяется предложение в секторе креативных индустрий, создаются новые форматы и формы деятельности, основанные на сочетании офф-лайн и он-лайн сервисов. Одновременно существенно меняется поведение потребителей, соответственно и спрос, в сфере культуры и досуга, что приводит к активному появлению на рынках креативных индустрий новых крупных игроков: крупнейшие ИТ-компании, банки, финансовые структуры создают цифровые «экосистемы» и захватывают рынки культуры и досуга. В результате формируются новые «цепочки добавленной стоимости», в которых капитализация и монетизация результатов креативных индустрий концентрируется у новых крупнейших игроков, что ведет к монополизации и углублению территориального неравенства в производственных цепочках при расширении доступности креативных товаров и услуг для потребителей. Для крупнейших ИТ-компаний и банков направления, связанные с креативным сектором, не становятся ведущими основными видами профильной деятельности, поэтому трудно различимы методами статистического наблюдения. Для эффективного регулирования сектора креативных индустрий необходимо создание системы специального мониторинга, который обеспечит адекватную оценку складывающихся тенденций и позволит избежать существенных диспропорций. Производство креативного контента еще сохраняется у творческих предпринимателей и небольших креативных компаний, в то время как дистрибуция и монетизация результатов творческого труда сосредотачиваются в руках крупных (непрофильных для креативного сектора) компаний за счет их потенциала инвестировать в цифровые технологии и захватывать перспективные рынки.

¹⁷ См., в частности: Абанкина Т., Мацкевич В., Николаенко А., Романова В. Экономические последствия пандемии коронавируса для организаций культуры в России // Вопросы экономики. 2021. № 3. С. 100-116.

Пандемия Ковид-19 обозначила определенные тренды, которые представляют угрозы и требуют адресных мер регулирования для предотвращения губительных для творческих бизнесов диспропорций, а именно:

- Тренд на расширение роли крупных компаний потоковой доставки цифрового контента;
- Тренд на захват рынков креативных товаров и услуг крупнейшими ИТ компаниями и банками, формирующими цифровые «экосистемы»;
- Тренд на диверсификацию и монополизацию в основных звеньях «цепочек добавленной стоимости» – дистрибуции и монетизации результатов креативных товаров и услуг;
- Тренд на расслоение сектора креативных индустрий в зависимости от отраслевой принадлежности и вовлеченности в цифровые сервисы;
- Тренд на усиление территориальных диспропорций в развитии креативных индустрий и креативной экономики.

Потенциальные возможности для развития отечественных креативных товаров и услуг создают неблагоприятная для российского рубля конъюнктура валютного рынка, которая уже привела к сокращению импорта и ограничения на въезд в зарубежные страны. Однако, как показывает опыт зарубежных стран, развитие экспорта креативных индустрий происходит при активной государственной поддержке, которая в России пока носит фрагментарный характер. Необходимый баланс спроса и предложения в секторе креативных индустрий для динамичного развития в регионах России креативной экономики может быть обеспечен при их государственной поддержке на программной основе за счет наращивания внутрироссийского и экспортного потенциала российских креативных индустрий и перехода к импортозамещению в этом секторе.¹⁸ Усиление присутствия и продвижение российских креативных товаров и услуг на глобальные рынки позволит преодолеть отрицательное сальдо внешнеторгового баланса и приостановить отток капитала и творческой молодежи. Культурное наследие и креативная экономика все в большей степени рассматриваются и как средство развития, и как результат развития: здесь создаются условия для повышения качества человеческого капитала, источники дохода для широких слоев населения за счет вовлечения в творческие бизне-

сы, производства креативных товаров и услуг, культурного туризма, ремесел и памятников материальной культуры, которые вносят вклад в устойчивое развитие регионов и городов. В большинстве развитых стран заметно стремление активно поддерживать развитие креативных индустрий, где сосредотачивается огромный рыночный потенциал за счет роста благосостояния и систематических расходов семей на культурную деятельность, креативные товары и услуги. Это означает, что наращивание экономического потенциала креативных индустрий признаются скорее важной частью цикла экономического воспроизводства, чем роскошью или товарами, приобретаемым с целью размещения избыточных средств. Именно сфера креативных индустрий на современном этапе обеспечивает развитие творческого потенциала населения, переход к инновационной экономике, вносит существенный вклад в качественные характеристики человеческого капитала и глобальную конкурентоспособность.

Систематическая поддержка креативного сектора в целях создания условий для формирования качественных характеристик человеческого капитала включает:

- стимулирование творческого предпринимательства;
- соблюдение прав интеллектуальной собственности и охрану труда творческих предпринимателей;
- формирование льготной системы налогообложения и упрощение бюрократических процедур, связанных с открытием и ведением бизнеса в сфере креативных индустрий;
- внедрение современных форм статистической отчетности и мониторинга состояния креативных индустрий, а также проведение научных исследований в области развития креативного сектора;
- оказание поддержки инфраструктурным и сетевым проектам в сфере креативных индустрий, включая проведение регулярных российских чемпионатов World Skills в сфере креативных индустрий, фестивалей «Креативная неделя» в городах России, форумов, а также участие российских команд в международных чемпионатах (Creative Business Cup), форумах, салонах и выставках;
- поддержку специализированных онлайн-ресурсов и ресурсных центров для молодых творческих предпринимателей;
- создание условий по предоставлению независимой национальной индустрии культуры и деятелям неорганизованного сектора реального доступа к средствам производства, распространения и распределения креативных товаров и услуг;

¹⁸ См., в частности: Абанкина Т. В., Николаенко Е. А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИИ // В кн.: IV Российский экономический конгресс «РЭК-2020». Том XV. Тематическая конференция «Экономика культуры» (сборник материалов) / Сост.: Т.В. Абанкина, А.В. Мацкевич, В.Ю. Музычук. Т. XV: Тематическая конференция «Экономика культуры». М.: [б.и.], 2020. С. 75-79.

- оказание содействия в реализации международных проектов и программ, способствующих развитию креативных индустрий;
- создание условий для капитализации культурного наследия.

Программные меры поддержки креативного сектора на государственном уровне позволят в перспективе:

- обеспечить переход к импортозамещению в секторе креативных индустрий: к 2024 году – достижение положительного сальдо внешнеторгового баланса;
- обеспечить рост доли российских креативных товаров и услуг в структуре мирового экспорта к 2030 г. – до 3%;
- рост доли креативных индустрий в ВВП России к 2030 г. – до 10%;
- повысить миграционную привлекательность регионов России для квалифицированных творческих кадров и мировой культурной элиты;
- остановить отток образованной творческой молодежи в зарубежные страны для работы в креативных секторах экономики;
- обеспечить рост доли занятых в сфере креативных индустрий в общей занятости: к 2030 г. – до 12% (по экспертной оценке НИУ ВШЭ, в 2015 году доля занятых в секторе творческих индустрий составляла около 5%).

Creative industries in Russia: trends and development prospects

Abstract

Creative industries are one of the most important factors for sustainable economic development and a condition for higher-quality human capital. The brochure examines the concepts of creative industries that have been developed in different countries, analyzes the assessments of creative potential and competitiveness factors, using the data from the Index of Innovative Cities. Taking into account the growing global competition in the innovative economy, many countries have developed and adopted the state support programs for creative industries; in Russia, systemic support for the sector is to be developed. The brochure analyzes the economic characteristics of the Russian creative sector, identifies the main effects of the coronavirus pandemic, and outlines the main areas for the state support of the creative sector.

Keywords: creative industries, innovative potential, support for creative industries, export and import of creative industries, household expenditures, education in the creative industries sector

Tatiana V. Abankina

Ph.d., Professor, Director of Center for Creative Economy,
National Research University Higher School of Economics
abankinat@hse.ru

Elena A. Nikolayenko

Researcher, Center for Creative Economy,
National Research University Higher School of Economics
enikolayenko@hse.ru

Vera V. Romanova

Deputy Director of the Institute for Cultural Studies,
National Research University Higher School of Economics,
Senior researcher Financial Research Institute of the Ministry
of Finance of the Russian Federation
vromanova@hse.ru

Irina V. Scherbakova

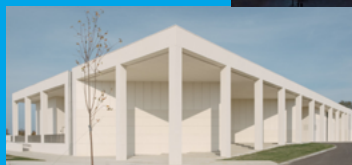
Expert of Center for Creative Economy, National Research
University Higher School of Economics,
ischerbakova@hse.ru

Эрик Булатов.
«Стой – Иди»
Выкса. 2020.
Фреска в индустриальном стрит-арт парке на территории Выксунского металлургического завода



Борис Бернасconi.
Ельцин Центр
Екатеринбург.
2015

Бюро А2М
(Андрей Адамович,
Дана Матковская).
Музей «Зоя».
Московская
область,
Рузский район,
д. Петрищево.
2020



Художница
Данини. Диск (Д):
Москва, Fragment
Gallery, 2019.
Номинант Премии
«Инновация»
2020

Глитч-эффект,
внедренный в мир
визуальной культу-
ры дизайнером
В. Шрейдером.
Фэшн-дизайн:
Кунихико
Моринога,
2011/12

Мария Ойкимус,
MOIsvet
Санкт-Петербург,
2019
Для декора
зеркал был
выбран самый
древний способ
украшения изде-
лий из дерева –
Геометрическая
резьба (X-XII вв).
Победитель
конкурса дизайна
для народных про-
мыслов Нижего-
родской области
«Дизайн
и ремесло»



Sila Sveta.
Проекционное шоу
на фасаде МГУ
Москва, 2016

Sila Sveta.
Проекционное шоу
на здании гостиницы
«Украина» Москва,
2017. Проекция
приурочена
к 60-летию высоты

Студия
«Ё-программа».
Брендинг старых
и новых зданий
заводов Челябинск,
Первоуральск, 2010.
Проект создан
в рамках реструкту-
ризации существу-
ющих и открытие
новых предприятий
металлургической
группы, созданных
на базе Челябинско-
го трубопрокатного
завода



Победители
национального
конкурса дизайна
книги «Жар-книга»
2020

Студенты Школы
Дизайна НИУ ВШЭ

Показ коллекции
студентов Школы
дизайна НИУ ВШЭ
Москва, Mercedes-
Benz Fashion Week
Russia, 2016

В оформлении обложки использован эффект «битой» картинки, полученный с помощью приложения Glitche. Фотоприложение разработал российский дизайнер Владимир Шрейдер в 2012 году. Сразу после запуска оно пользовалось большой популярностью среди лидеров визуальной индустрии по всему миру.

ISBN 978-5-9904174-9-6



9 785990 417496 >

Дизайн Grey Matter
+7 (916) 970 85 33
gmatter.ru