

Терентьева Наталья Александровна
Тюменский государственный университет;
Финансово-экономический институт,
г. Тюмень, Российская Федерация
naterenteva@mail.ru

Креативные индустрии и их развитие в России

Аннотация. Данная статья посвящена анализу состояния российских креативных индустрий. Теоретическая часть работы направлена на изучение понятия креативных индустрий, их места в пространстве города и роли в развитии креативного города. В практической части статьи проведен статистический анализ креативного сектора России. Рассмотрены отдельные показатели креативной экономики России. Даны рекомендации по развитию креативных индустрий в России.

Ключевые слова: креативные индустрии; креативный город; креативное городское пространство; креативный регион; креативная экономика

Terenteva Natalya Alexandrovna
Tyumen State University;
Institute of Finance and Economics,
Tyumen, Russian Federation
naterenteva@mail.ru

Creative industries and their development in Russian Federation

Abstract. This article is devoted to the analysis of the state of Russian creative industries. The theoretical part of the work is aimed at studying the concept of creative industries, their place in the space of the city and their role in the development of the creative city. In the practical part of the article, a statistical analysis of the creative sector of Russian Federation is carried out. Some indicators of the creative economy of Russian Federation are considered. Recommendations on the development of creative industries in Russian Federation are given.

Keywords: creative industries; creative city; creative urban space; creative region; creative economy

Креативные индустрии в пространстве города

Креативность и креативные индустрии стремительно входят в современную культуру. Сегодня возрастает интерес к творческому подходу и потребность в поиске новых и нестандартных решений, развитии креативного мышления. Креативность и творческий подход становятся главными факторами развития и залогом конкурентоспособности современных городов.

Креативные индустрии превращают города в развитые инновационные центры, привлекая инвестиции и высококвалифицированных, творческих специалистов с новыми идеями, становятся опорной силой развития творческого города. Креативные индустрии положительно влияют на культурную и творческую атмосферу в городе,

создают условия для творческого развития и позволяют развивать творческий потенциал. Отличие креативных индустрий от традиционных отраслей состоит в том, что они используют творческие способности и интеллектуальный капитал в качестве главного ресурса.

Для более полного понимания креативных индустрий обратимся к различным подходам толкования основных понятий темы, представленных в Таблице 1.

Таблица 1. Подходы к определению понятий креативных отраслей

Понятие	Определение
Творческие индустрии	«это та деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности».
	это «те виды деятельности, которые основаны на творчестве, индивидуальном таланте и навыках и которые могут создавать рабочие места и богатство посредством создания и эксплуатации интеллектуальной собственности» (определение DCMS – Департамента культуры, средств массовой информации и спорта Соединенного Королевства).
	это «все виды культурной деятельности (и коммерческие, и некоммерческие), которые направлены на выпуск культурной продукции и оказание услуг и, соответственно, связаны с массовым потреблением»;
	это «отрасли, которые объединяют создание, производство и коммерциализацию содержания, которые являются неосязаемыми и культурными по своей природе; эти материалы, как правило, защищены авторским правом, и они могут принимать форму товара или услуги. Помимо всего художественного и культурного производства, они включают архитектуру и рекламу» (определение ЮНЕСКО).
Креативные индустрии	это «производство, основанное на творческом потенциале каждого отдельного человека, его умениях и талантах; при этом существует потенциал развития производства, увеличения прибыли, создания новых рабочих мест на основании использования данного потенциала и интеллектуальной собственности» (определение Министерства культуры, СМИ и спорта Великобритании).
	это «термин, используемый для обозначения такой предпринимательской деятельности, при которой экономическая ценность продукции неразрывно связана с её существованием в качестве элемента культуры» (определение Международного центра социально-экономических исследований «Леонтьевский центр»).
	это «культурные отрасли промышленности, культурные и артистические услуги как в живом исполнении, так и в записи, характеризующиеся использованием творческих или артистических усилий» (определение ЮНЕСКО – Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры).

Источник: составлено автором на основе источников [Бадлуева, 2015; Буката, 2018; Зотова, 2015].

Таким образом, по вышеперечисленным определениям можно увидеть, что креативные индустрии, все культурные и творческие отрасли объединены следующими признаками:

– в их основе лежит творческое начало, талант и индивидуальность создателя, творческий потенциал и интеллектуальная собственность;

– производство и коммерциализация творческих продуктов способствует развитию экономики, созданию новых рабочих мест, обогащению культуры и росту благосостояния населения.

Список отраслей креативных индустрий может корректироваться в зависимости от национальных, культурных, экономических и других особенностей конкретной территории, «идеального» перечня отраслей как такового нет.

Функционирование креативных индустрий в городах характеризуется рядом положительных эффектов:

- «создается креативная городская среда;
- вкладываются финансовые ресурсы в креативные проекты, а также инновации для сферы культуры в целом;
- появляется востребованность творческого потенциала через создание новых рабочих мест;
- разрабатываются и продвигаются интеллектуальные продукты;
- поддерживается экономическая, культурная и политическая коммуникация – «обратная связь между производством и потреблением, технологией и содержимым, общественным удовлетворением и мобильностью»;
- преодолевается экономический кризис, наблюдается рост конкурентоспособности;
- решается ряд социальных задач, а именно развитие местных сообществ и их интеграция, диалог сообществ;
- меняется облик города;
- улучшается качество жизни населения;
- наблюдается экономический рост территории» [Буката, 2018: 159].

Креативные индустрии напрямую связаны с возникновением креативных пространств. Креативные пространства воспроизводят творческие идеи, способствуют обмену опытом, оказанию поддержки и мобилизации различных ресурсов и инициатив для создания творческих проектов. Такое пространство позволяет формировать репутацию на рынке креативных индустрий и профессиональные сети взаимодействия между сообществами.

Креативное пространство города уникально в том плане, что оно совмещает в себе взаимодействие искусства, науки и креатива человека. Отсюда возникает многообразие взглядов на развитие города, которое объединяясь в одном проекте дает новый, уникальный творческий продукт, преображающий все пространство.

Люди, участвующие в креативных индустриях, «меняют пространство под свои ценности и взгляды, свои идеалы и представления не только через сам творческий процесс (создания спектаклей, благотворительных аукционов, открытых выставок и проч.), но и через вовлечение в эти процессы общественности, людей далеких от профессиональной сферы креативных индустрий, но вовлекающихся в её в процессе повседневной жизнедеятельности» [Полюшкевич, 2018: 157]. А это существенно

меняет городское пространство и его жителей, которые активно участвуют в жизни города, воплощая свои творческие инициативы.

Креативные индустрии, творческие отрасли становятся сегодня основной движущей силой развития и роста экономики и залогом высокой конкурентоспособности на мировой арене как отдельного города, так и страны в целом. Каждый город стремится занять свою позицию на основе тех отличительных особенностей, которыми он обладает. Для их успешного функционирования необходима комплексная поддержка со стороны государства.

В нашей стране есть некоторые проблемы, которые могут тормозить обеспечение поддержки креативным индустриям. Среди них можно выделить размытость сектора креативных индустрий. Сложно оценить занятость в креативных индустриях, оборот продукции и доходов без полной базы статистических данных о креативных индустриях в России и их вкладе в развитие городов, регионов, страны в целом.

Данные в открытом доступе можно найти по очень ограниченному кругу отраслей креативных индустрий. При этом, творческие индустрии формально относятся к разделу «и прочие услуги», что затрудняет понимание о том, какие креативные индустрии у нас учитываются. Также можно отметить отсутствие нормативно-правовых документов, которые регулируют сферу креативных индустрий: «ни за одним органом исполнительной власти (федерального или регионального уровня) не закреплены полномочия по развитию и управлению сферой творческого предпринимательства» [Зеленцова, 2017: 76].

Россия в основном ориентирована больше на сырьевую экономику. Исследователи отмечают такие проблемы, как «отсутствие механизмов облегчения налогообложения креативных индустрий и предоставления им льгот; городская среда преимущественно не стимулирует инициирование и развитие творческих инициатив и не формирует приток творческих специалистов; в программах развития малого и среднего бизнеса творческие индустрии не выделены в ряду прочих, поэтому никакие специальные программы для них не проводятся; низкая инновационность, незаинтересованность бизнеса в инновациях, коррупция, административные барьеры, недостаточная защита частной собственности, «устаревшие управленческие и трудовые практики, препятствующие реализации креативных способностей российских профессионалов» [Зеленцова, 2017: 78].

Можно выделить следующие условия для развития и успешного функционирования креативных индустрий в городах:

- комплексное картирование креативных индустрий. Определение масштабов каждого креативного сектора, его товарооборота, количества фирм и занятых, объема на рынке;
- создание специальной структуры на федеральном, региональном уровнях по решению задач развития креативных индустрий;

- ведение статистики по необходимым показателям для анализа и оценки уровня развития креативных индустрий;
- консультационная поддержка предпринимателей по вопросам ведения бизнеса;
- формирование системы отчетности по деятельности креативных индустрий.

Таким образом, в России требуется государственная поддержка креативных индустрий регионов с учетом особенностей каждого города. В городах необходимо создавать творческую среду, больше творческих площадок, так как объединения амбициозных людей способствует обмену идеями и созданию успешных творческих, новаторских проектов. Отсутствие должной поддержки креативных индустрий, которые во всем мире признаны в качестве локомотива социально-экономического развития, приводит к потере конкурентоспособности страны на глобальных рынках, утечке креативных специалистов, застою инновационного развития.

Креативно ориентированные города и регионы

Город является своеобразной базой для творчества. Здесь создается креативность пространства, открытого для новых идей и сотрудничества. Такой подход находит свое выражение в концепции креативного города.

Креативный город – это «метод городского планирования, который дает людям возможность творчески мыслить и действовать, делая наши города более жизнеспособными и управляя воображением и талантом» [Лэндри, 2006: 14]. Креативные города дают бесценные ресурсы – идеи, интеллектуальный и инновационный продукт. Задача креативного города состоит в создании инновационной среды с помощью креативных индустрий.

Креативный город позволяет жителям реализовать свой творческий потенциал, тем самым создается инновационная среда. Инновации напрямую связаны с творческим подходом и креативностью. Они привлекают в регион инвестиции, поскольку выгодно вложиться в продукт, который принесет немалую прибыль в будущем. Культурные пространства также привлекают туристов, что благоприятно сказывается на экономике города, а креативная среда способствует удержанию высококвалифицированных специалистов.

Можно выделить две основные модели креативного города. Первая модель описана Ч. Лэндри. Она нацелена в основном на реализацию местными сообществами своей инициативы и поиск уникальной специализации, поскольку местные жители изначально талантливы и мобильность рабочих специалистов не требуется. Здесь местные власти сами ищут и применяют творческий подход, государство особо не вмешивается в процесс развития. Данная модель хороша тем, что её можно применить к любому городу, где существующие проблемы как раз станут отправной точкой для развития.

Другая модель креативного города принадлежит Р. Флориде. Но здесь уже есть ограничения по её применению, поскольку она предназначена для высокоразвитых мегаполисов, которые конкурируют между собой. Такая модель предполагает высокую мобильность трудовых ресурсов, а также наличие созданной высокотехнологичной экономики и креативного класса. В таких городах для реализации модели используется глобальный человеческий потенциал. Для российских городов наиболее подходящей является модель Лэндри, которая к тому же раскрывает потенциал города на основе его самобытности и уникальности.

Концепция креативного города может быть эффективной в сочетании с другими проектами и адаптацией к местным особенностям конкретной территории. Отсюда мы можем говорить о еще большем приложении концепции креативного города – на весь регион.

Креативно ориентированный регион – это креативные города, университеты, творческие кластеры и проекты, которые выступают базой конкурентоспособности современного города и региона в целом. Креативно ориентированный регион характеризуется следующими признаками:

- «восприятием креативности как редкого ресурса, возникающего в регионе на стыке между культурой, политикой и промышленностью и эффективнореализующегося как общественное благо;
- выделением стратегии повышения территориальной конкурентоспособности через создание структур и институтов творческой экономики;
- созданием благоприятных условий для экономического роста на основе интенсивного трансферта творческих идей, аккумулированных знаний, передовых технологий, координированного обучения, создания новых товаров, рынков, рабочих мест;
- активным содействием процессам самоорганизации и творческой реализации креативного сообщества со стороны региональных управляющих структур как ответственного блока государственной политики» [Красавин, 2016: 28].

Россия отстает в развитии креативных индустрий от развитых стран, поскольку нет четкого определения креативных индустрий, статистической базы данных и т.д. Не хватает качественных творческих продуктов, отсюда низкая доля российских отраслей в экспорте креативных товаров по сравнению с другими странами.

Среди проблем креативных регионов России можно назвать следующие: «дисбаланс групповых интересов, монопольно контролирующих секторальные и отраслевые рынки и препятствующих модернизации на основе креативности; сырьевая экономика как единственная база для социальной сферы и культурных программ; агрессивная среда для стартующего бизнеса с негативными элементами бюрократии, налогового прессинга, неэффективного законодательства, неадекватной производственной базы, несвоевременного сбыта, некачественной

инфраструктуры; отсутствие объективного учета талантливых специалистов и измерения их креативности» [Красавин, 2016: 25].

Данные проблемы требуют принятия незамедлительных мер, поскольку они сдерживают развитие креативных индустрий. В качестве рекомендаций по решению данных проблем предлагается:

- повышение конкурентоспособности, развитие инновационного мышления;
- создание новых рынков товаров и услуг;
- привлечение и удержание высококвалифицированных, талантливых работников;
- развитие межотраслевого взаимодействия, пересечения сфер различных интересов между собой;
- создание условий для жизни и творчества;
- формирование программы поддержки креативных индустрий с учетом особенностей российской культуры и существующих нормативно-правовых документов;
- создание государственной политики в сфере креативных индустрий;
- мониторинг деятельности креативных индустрий, ведение статистической базы данных по каждому виду творческих отраслей;
- точное описание термина креативных индустрий и перечня входящих в него отраслей, определение системы показателей, отражающих влияние креативных индустрий на развитие регионов и страны, их статистический учет;
- активное использование сферы образования для развития креативного потенциала молодежи, введение творческого образования.

Данные меры позволят наладить наиболее успешное функционирование креативных индустрий в городах, постепенное развитие которых будет способствовать становлению креативных городов и, как следствие, креативного, конкурентоспособного региона.

Статистический анализ креативного сектора России

Рассмотрим показатели креативной экономики нашей страны, а также сравним их с состоянием креативной экономики в других странах [Creative Economy Outlook]. По данным на 2015 год среди развитых стран лидером по экспорту креативных товаров является США – 40,504 млн долларов. Второе место у Франции (34,446 млн долларов), третье занимает Италия (26,672 млн долларов).

Развивающиеся страны распределились следующим образом: лидирующие позиции занимает Китай (168,507 млн долларов), далее Гонконг (27,872 млн долларов) и Индия (16,937 млн долларов).

Среди стран с переходной экономикой лидером в экспорте креативных товаров является Российская Федерация (1,572 млн долларов). Далее в порядке убывания рейтинга расположились Украина (452 млн долларов) и Беларусь (420 млн долларов). Россию по данному показателю можно сравнить с Португалией (1,409 млн долларов), которая в рейтинге развитых стран занимает 17-ое место, а также с Филиппинами (1,010 млн долларов) на 10-ой строке рейтинга экспорта креативных товаров из стран с развивающейся экономикой.

Россия существенно отстает от развитых и развивающихся стран по данному показателю креативной экономики. В целом экспорт креативных товаров по всему миру растет от года к году. Это можно увидеть из Таблицы 2.

Таблица 2. Показатели экспорта креативных товаров по группам стран мира на 2002 и 2015 гг., млрд долларов

Группы стран	Экспорт креативных товаров в 2002 г., млрд долларов	Экспорт креативных товаров в 2015 г., млрд долларов
Развитые страны	122,911	241,624
Развивающиеся страны	84,365	265,081
Страны с переходной экономикой	1,217	3,048

Источник: [Creative Economy Outlook, 2018: 20].

Значительный рост экспорта креативных продуктов наблюдается у развитых и развивающихся стран, при этом развивающиеся страны обогнали развитые к 2015 году, во многом благодаря развитию креативных индустрий в Китае. Среди стран с переходной экономикой, к которым относится Россия, рост данного показателя осуществляется очень медленными темпами.

Приведем подробную статистику по России относительно экспорта и импорта креативной продукции (Таблица 3). Как мы видим из Таблицы, в период с 2006 по 2014 год наблюдается постепенный рост экспорта креативных российских продуктов. Однако, данный рост сопровождается все большим нарастанием объемов импорта креативной продукции. При этом, если в 2006 году импорт превышал экспорт примерно в 2 раза, то в 2014 году – уже в 4 раза.

Таблица 3. Показатели экспорта и импорта креативных товаров России и торгового баланса в 2006–2014 гг., млрд долларов

Годы	2006	2008	2010	2012	2014
Экспорт	1 338,53	1 749,20	1 198,13	1 617,07	2 299,09
Импорт	2 511,27	5 411,62	5 869,01	8 448,46	8 969,85
Торговый баланс	-1 172,74	-3 662,42	-4 670,88	-6 831,39	-6 670,76

Источник: [Creative Economy Outlook 2018: 366].

Отсюда постоянный рост отрицательного торгового баланса. Россия нуждается в создании продукции, которая будет обладать высокой конкурентоспособностью на мировом рынке, чтобы увеличить экспорт и снизить импорт креативных товаров.

В экспорте России преобладают категории товаров таких креативных индустрий, как дизайн (примерно 1100 млн долларов в 2014 году, что демонстрирует существенный рост по сравнению с 200 млн долларов в 2005) и издательское дело (примерно 1000 млн долларов в 2014 году, этот показатель также вырос, но не намного, по сравнению с 950 млн долларов в 2005 году).

Экспорт российских креативных продуктов осуществляется в страны Европы (45 %) и Азии (47 %). Импорт из стран Азии составляет 62 %, а Европы 33 %. Основные партнеры в 2014 году – Объединенные Арабские эмираты (491,47 млн долларов), Казахстан (288,71 млн долларов), Индия (222,51 млн долларов), Беларусь (206,20 млн долларов), Швейцария (147,43 млн долларов), Германия (92,01 млн долларов), Турция (83,24 млн долларов), Бангладеш (81,79 млн долларов), Украина (66,65 млн долларов), Китай (43,15 млн долларов).

Экспорт и импорт креативных российских товаров и услуг можно увидеть в Таблице 4.

Таблица 4. Показатели экспорта и импорта российских креативных товаров и услуг по отраслям в 2010 и 2014 гг., млн долларов

Креативные индустрии	Экспорт, млн долларов		Импорт, млн долларов	
	2010	2014	2010	2014
Услуги по рекламе, исследованию рынка и опросам общественного мнения	2.614,8	4.322,4	1.244,7	2.123,6
Архитектурные, инженерные, научные и другие технические услуги	3.231,1	3.519,0	4.120,1	5.672,3
Исследования и разработки	364,1	454,2	73,5	159,5
Аудиовизуальные и сопутствующие услуги	360,4	216,0	850,0	846,4
Компьютерные услуги	1.273,3	2.650,6	1.644,2	3.589,6
Информационные услуги	85,6	121,4	246,3	425,8

Источник: [Creative Economy Outlook 2018: 368].

Экспорт согласно данной Таблице вырос с 2010 по 2014 почти во всех отраслях креативных индустрий, кроме аудиовизуальных услуг. Импорт превышает экспорт большинства российских товаров, кроме рекламных и маркетинговых услуг, где экспорт за 4 года вырос почти в два раза (и превышает импорт в 2 раза), а также исследований и разработок с ростом экспорта и его превышением над импортом почти в 3 раза. Пожалуй, наиболее успешные креативные индустрии согласно данным показателям – реклама и исследовательская работа, которые конкурентоспособны на мировом рынке. Также можно рассмотреть данные по креативным индустриям в динамике с 2004 по 2012 год (Таблица 5).

**Таблица 5. Креативные индустрии России по отраслям,
млн долларов, 2004–2012 гг.**

Индустрия	2004	2006	2008	2010	2012	Совокупный среднегодовой темп роста, %
Рынок развлечений и медиа	16,159	23,526	29,636	36,6	45,275	11 %
Рынок Интернета и доступа в Интернет	1,087	3,28	5,96	9,292	12,458	23 %
Рынок рекламы	4,444	7,122	10,956	15,248	18,991	16 %
Музыкальная индустрия	561	488	607	723	860	10 %
Киноиндустрия	629	851	1,283	1,608	1,964	12 %
Рынок видеоигр	242	324	524	649	790	12 %
Издательский рынок	1,027	1,276	1,643	2,01	2,239	9 %
Радио и наружная реклама	1,082	1,783	2,596	3,308	3,788	12 %
Казино и другой регулируемый игровой рынок	4,253	5,692	3,63	1,568	1,701	-18 %

Источник: [Global Entertainment and Media Outlook, 2012].

По следующим данным можно увидеть, что творческие отрасли в нашей стране в период с 2004 по 2012 год постепенно росли (за исключением отрасли казино, в которой наблюдается отрицательный темп роста). На 2012 год наибольшая часть принадлежит рынку развлечений и масс-медиа (45,275 млн долларов), далее в порядке убывания расположились индустрия рекламы (18,991 млн долларов) и рынок Интернета (12,458 млн долларов).

Таким образом, сегодня доля творческих индустрий в российском экспорте низка: «0,34 % (для сравнения: 4,87 % – в Великобритании; 5,46 % – в Индии; 6,06 % – в Германии; 7,99 % – в США и 31,9 % – в Китае)» [Зеленцова, 2017: 74]. При этом большую часть российского экспорта творческих товаров составляют издательская продукция, печатные медиа и дизайн. Наиболее востребованными российскими творческими услугами на мировом рынке являются реклама и маркетинговые исследования, архитектурные, инженерные и другие технические услуги. В целом, российские показатели по креативным индустриям не хочется называть удовлетворительными, поскольку Россия обладает огромным потенциалом, творческими ресурсами, профессионалами своего дела. Здесь необходимо говорить о переориентации экономики страны на креативный сектор, который сегодня является локомотивом социально-экономического развития в целом и конкурентоспособности на мировом рынке. Необходимо разработать меры поддержки креативных индустрий, комплексные программы и всерьез заняться развитием творческого сектора, который окажет благоприятное влияние на развитие городов и всей страны.

Библиографический список

Бадлуева М. П., Аюрзанайн А. Б. Новые тенденции функционирования и развития социально-экономической системы региона: развитие креативного потенциала // КЭ. 2015. № 8. С. 947–961.

Буката Д. Ф., Сидорня А. А. Теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий // Молодой исследователь Дона. 2018. № 2 (11). С. 155–161.

Зеленцова Е. В. Государственная поддержка креативных индустрий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 73–80.

Зотова Л. Р. Креативный город: творческие индустрии и развитие городов // КЭ. 2015. № 11. С. 1465–1490.

Красавин Е. М., Красавина Р. А. Пути развития творчества в креативно ориентированном регионе: отечественный опыт // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 7 (430). С. 23–34.

Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2006. 399 с.

Полюшкевич О. А. Креативная культурная среда современных городов Сибири // Креативные индустрии в региональном пространстве социальных услуг и бизнеса: материалы Первой регион. науч.-практ. конф. ФГБОУ ВО «ИГУ». 2018. С. 52- 56.

Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries 2002–2015. Country Profiles 2005–2014. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) [Электронный ресурс] // UNCTAD: [веб-сайт]. URL: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2328> (дата обращения: 01.05.2020).

Global Entertainment and Media Outlook: 2008–2012 Forecasts and economic analyses of 15 industry segments [Электронный ресурс] // URL: <https://republic.ru/images2/doc/global-entertainment-book-2008.pdf> (дата обращения: 02.05.2020).