

**РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЯХ
КАК ПРИОРИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ****И.В. Климова, Л.Н. Семеркова**Пензенский государственный университет,
i.klimova88@gmail.com, lyubov.semerkova55@yandex.ru

Аннотация. В статье обосновывается тезис, согласно которому креативные индустрии являются одним из факторов устойчивого развития городских агломераций России. Анализируется текущее состояние креативных индустрий, барьеры, препятствующие их развитию и условия, необходимые для их развития. Делается вывод о важности государственной поддержки креативного сектора в не крупных городских агломерациях.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, креативный класс, креативный город, устойчивое развитие, городские агломерации

Сегодня развитые постиндустриальные страны видят источник развитости и устойчивого развития общества в переходе к креативной экономике, которая невозможна без креативного класса, креативного города и креативных индустрий.

Инновация и творчество выступают движущими силами креативной экономики. Генерировать же новации способен так называемый креативный класс, который согласно убеждениям социолога Ричарда Флориды, может обеспечить процветание городов и регионов. Локациями для обитания креативного класса становятся, как правило, крупные и крупнейшие города и городские агломерации. Они становятся креативными центрами развития навыков и умений в области творчества, интеллекта, технологий, объединяющих производство познавательного, аналитического, научного, культурного контента. Креативные города невозможны без креативных индустрий, так как именно они являются наиболее распространенной формой реализации творческого потенциала.

Согласно уже устоявшемуся определению Министерства культуры, медиа и спорта Великобритании, креативные индустрии – это виды деятельности, в основе которых лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которые могут создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности.

Во всем мире к креативным индустриям чаще всего относят дизайн, рекламу, архитектуру, моду, телевидение и радио, исполнительские искусства, музыку и звукозапись, народно-художественные промыслы и ремесла, кинопроизводство и анимацию, гастрономическую индустрию, IT и разработку программного обеспечения.

Во многих странах экономический вклад креативных индустрий весьма значителен. Капитализация креативных индустрий в мире к 2020 г. составляла почти \$2,3 трлн., более того, креативная индустрия создает 29,5 млн. рабочих мест, а это 1% от всего занятого населения в мире [1].

По состоянию на 2019 г. в среднем вклад креативных индустрий в мире оценивается в 3%, а в развитых странах до 6%: 5,8% в Великобритании, 6,1% в Италии, 4,3% в США, 4,4% во Франции, 5,7% в Австралии [2, с.5].

Оценка вклада креативных индустрий в экономику России за период 2018-2019 гг. приведена в таблице 1 [3, с.28].

Сегодня существует множество работ, посвященных изучению креативных индустрий и их влиянию на городское развитие. Идея так широко распространилась в первую очередь благодаря работам Чарльза Лэндри «Креативный город», Джона Хокинса «Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги», Ричарда Кейвза «Креативные индустрии: контракты между искусством и коммерцией» и Ричарда Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». Именно

они сформировали взгляд на сферу культуры как на фактор урбанистической трансформации, источник экономического роста и повышения конкурентоспособности регионов.

Таблица – Оценка креативной экономики в России 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 и импорта креативных товаров), млрд.долл США	-4	-4
Импортозамещение креативных услуг (сальдо экспорта и импорта креативных услуг), млрд. долл США	-3	-3

В последнее время много работ российских ученых посвящены отдельным вопросам креативных индустрий. Среди отечественных исследователей креативных индустрий следует выделить Т.В. Абанкину, М.В. Матецкую, Ю.О. Глушкову, Е.В. Зеленцову, Н.В. Гладких и др. При этом следует заметить, что основой для изучения креативных индустрий в России выступают работы зарубежных авторов.

Исследованием состояния креативных индустрий в России занимается Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. Результаты своих исследований институт представил в 2021-2022 гг. в дайджестах «Креативные специализации российских городов», «Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы», «Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития» и «Креативная экономика Москвы в цифрах».

Оценка состояния креативных индустрий по регионам России также представлена в «Атласе креативных индустрий России» (2021), подготовленном Агентством стратегических инициатив. Оценка проводилась по таким показателям как количество и доля организаций креативных индустрий в экономике региона, их вклад в ВРП, а также величина и доля занятых в креативных индустриях.

По приблизительной оценке АСИ вклад креативных индустрий административных центров субъектов РФ в ВВП составляет 4,19%, а других муниципальных образований всего 0,79%.

Экономика многих российских регионов не соответствует условиям, необходимым для развития креативных индустрий: у них отсутствует достаточная масса богатых потребителей, нет финансовых средств для поддержки развития сферы культуры, деятельности любительских обществ, предоставления субсидий. Экономика этих регионов находится на низком технологическом уровне, а демографическая ситуация характеризуется устойчивым миграционным оттоком. В 85% городов России, не являющихся региональными центрами, сформировался устойчивый отрицательный миграционный прирост.

В Европе в период экономической трансформации и переноса промышленных предприятий из центров городов (1970–1980-е годы) развитие отраслей креативной индустрии позволило переопрофилировать городские центры производств, создать новые рабочие места, решить проблемы с массовой безработицей, деградацией среды проживания, оттоком населения. По количеству создаваемых рабочих мест в Европе креативные индустрии занимают третье место, создавая в 2,5 раза больше рабочих мест, чем автомобилестроение. Включение поддерживающих механизмов государственного регулирования только в таком секторе креативной индустрии, как «Традиционное культурное самовыражение», позволило повысить долю занятой молодежи (в общей численности молодежи) на 20%, снизив уровень безработицы среди этой категории населения [4, с. 11-12].

Международная практика показывает, что во всех странах развитие креативных индустрий опирается на программные меры государственной поддержки. Примером может служить политика правительства Великобритании – страны, занимающей в настоящее время сильные позиции в сфере креативной экономики, в которой развитием креативных индустрий занимается отдельное министерство. Стратегия развития городов и регионов «Creative Britain» (2008) основывается на следующих принципах: воспитание в детях духа творческой деятельности, содействие развитию талантов и создание благоприятных условий для их применения, всесторонняя поддержка исследо-

ваний и инноваций, а также финансовая поддержка креативных отраслей, защита прав интеллектуальной собственности, поддержка создания креативных кластеров, пропаганда Великобритании как всемирного центра творческой активности, следование современным тенденциям.

Отставание в развитии российского рынка креативных индустрий связано, прежде всего, с поздним обращением к этой теме. Поворотным в этом отношении стал 2021 год, когда на федеральном уровне была утверждена «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года».

Основными проблемами развития креативной экономики в РФ является общая ориентация экономики на сырьевой и индустриальные секторы экономики. К факторам, тормозящим развитие креативных индустрий в России можно также отнести недостаточное финансирование креативных отраслей экономики, неразвитость лицензионного рынка, недостаточность профильных образовательных программ и т.д.

Россия пока явно отстает в направлении осуществления государственной поддержки креативных индустрий. На данный момент в стране нет единого института власти на федеральном уровне, отвечающего за формирование и развитие секторов креативных индустрий. Отдельные меры принимаются во многих городах, но необходима систематическая государственная поддержка, включающая выработку стратегии их развития в каждом регионе, создание креативных кластеров, льготное кредитование, популяризацию и поддержку экспорта культурных индустрий.

Власть не стремится понять тот факт, что кроме экономических выгод, креативные индустрии также создают нематериальные ценности, которые оказывают значительное влияние на устойчивое социально-экономическое развитие страны. «Например, художественные промыслы даже на депрессивных территориях играют роль центров культурной идентичности, поэтому их важно поддерживать независимо от их прямого экономического вклада», — уверен первый проректор, директор Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ Леонид Гохберг.

При этом в России, в отличие от международных практик, сектор креативной индустрии «Искусство и культура» (особенно в части культурного наследия) превосходит среднемировые показатели в пять раз. [5, с.62]

На российском рынке труда спрос работодателей на специалистов креативных индустрий в 3 раза превышает количество соискателей. Лица, занятые в этой сфере, имеют доходы на 20% выше, чем средняя зарплата по стране.

Формируется достаточно высокий и устойчивый платежеспособный спрос со стороны домохозяйств на креативные товары и услуги [3, с.27-28], 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.

Креативные индустрии имеют огромные социально-экономические возможности для устойчивого развития территорий, особенно сельских, исторических поселений и моногородов. Отрасли креативной индустрии обеспечивают приемлемые формы занятости, в том числе для социально уязвимых групп населения: лиц с ограниченными возможностями здоровья, женщин и молодежи.

Вышесказанное подчеркивает принципиальную важность разработки эффективной политики, направленной на развитие креативных индустрий.

Креативные индустрии могут развиваться только там, где существуют определенные условия. Поскольку можно предположить, что креативные профессионалы будут стремиться сконцентрироваться в крупных и экономически развитых городах, где обычно сосредоточены интересы представителей высокодоходных отраслей креативной экономики, то подобная ситуация приведет к дополнительным различиям между крупнейшими и крупными городскими агломерациями и периферией.

Как отмечает исследователь креативного класса Р. Флорида: «Деньги и капиталы стремятся туда, где больше отдача, а люди переезжают туда, где у них больше возможностей ... это также значит, что таланты и капиталы концентрируются там, где возможности быть продуктивным и получать отдачу наиболее высоки». Это подтверждает и то обстоятельство, что в России креативные бизнес-индустрии (дизайн, мода, архитектура, ИТ и видеоигры и т.д.) концентрируются преимуще-

щественно в крупнейших городских агломерациях. А вот локальные креативные индустрии (музеи, библиотеки, архивы, культурные промыслы и т.д.), не отличающиеся высокой доходностью, сосредоточены в основном в больших и крупных городах и нуждаются в государственной поддержке.

В сложившейся ситуации государству необходимо не допустить непропорционального развития крупных и малых городских агломераций и сосредоточить усилия на создании условий, необходимых для развития креативных индустрий именно в некрупных городских агломерациях. Комплекс мер должен включать в себя создание инфраструктуры для креативного сектора, создание творческих бизнес-инкубаторов и креативных площадок для молодежи. Немаловажным является и проведение дальнейших исследований в области креативных индустрий именно больших и крупных городских агломераций, которые помогли бы определить необходимые шаги, способные помочь экономически слабым регионам воспользоваться преимуществами креативной экономики.

Список использованных источников

1. Галушко М. В Казахстане 17,5 тысяч компаний заняты в сфере креативной индустрии // Капитал: центр деловой информации. URL: <https://kapital.kz/economic/77600/v-kazakhstan-17-5-tysyachi-kompaniy-zanyaty-v-sfere-kreativnoyindustrii.html> (дата обращения: 08.08.2022).
2. Научный дайджест «Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы» / С.В. Бредихин [и др.]. – М.: Научный центр мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала», 2021. – 21 с.
3. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития / Т.В. Абанкина [и др.]. – М.: Grey Matter, 2021. – 44 с.
4. Бюллетень о сфере образования «Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик» / Аналитический центр при Правительстве РФ – М., 2017. – 24 с.
5. Каверина Н.А., Гретченко А.И., Гретченко А.А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) / Н.А. Каверина, А.И. Гретченко, А.А. Гретченко // Вестник СГСЭУ. – 2019. – №1 (75). – с. 58-75.