

DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-52-62
УДК 338.2331.5(045)
JEL E24, J24, O15, Z1

Творческие индустрии: механизмы развития человеческого потенциала

И.Н. Молчанов

МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия; Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Предмет исследования – инструменты регулирования развития креативных (творческих) индустрий, учитывающие состояние и особенности национального хозяйства России, а также происходящие в мировой экономике глобальные изменения. *Цель работы* – установление путей и средств, способствующих повышению эффективности деятельности творческих индустрий на субнациональном уровне, увеличению занятости в креативном секторе экономики, развитию человеческого потенциала в пространственном аспекте. Исследование проводилось на основе официальной информации; при выборе источников и методов для анализа различий между культурными и креативными индустриями использовались труды зарубежных и отечественных ученых, раскрывающие особенности развития культуры и межкультурных коммуникаций в глобализирующемся обществе. Исходным тезисом для анализа стало предположение о том, что трансформационные изменения хозяйства обуславливают пертурбацию секторальной структуры экономик разных стран мира; динамичное развитие экономических и финансовых отношений; рост доли креативных индустрий в производстве ВВП. В качестве теоретико-методологической основы исследований принята концепция наращивания совокупного предложения творческих индустрий как акселераторов повышения уровня занятости (и самозанятости) в креативном секторе экономики. Установлена взаимосвязь применяемых методов государственного экономического регулирования и результатов деятельности креативных индустрий, выявлены предпосылки для их ускоренного развития. Используемые в процессе исследования общенаучные и специальные методы анализа позволили обосновать предложения, направленные на повышение юридической защищенности и упорядочение практики хозяйствования креативных индустрий, систематизацию финансовых инструментов и их селективный выбор в целях получения финансовой поддержки в зависимости от отраслевой специфики и дислокации производства.

Ключевые слова: творческие (креативные) индустрии; креативный труд; креативный сектор экономики; интеллектуальная собственность; уровень креативности

Для цитирования: Молчанов И.Н. Творческие индустрии: механизмы развития человеческого потенциала. *Экономика. Налоги. Право.* 2022;15(2):52-62. DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-52-62

Creative Industries: Mechanisms of Human Potential Development

I.N. Molchanov

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The subject of the research is the instruments of regulation of the development of creative industries, taking into account the state and peculiarities of the national economy of Russia, as well as global changes taking place in the world economy. The purpose of the work is to establish ways and means to increase the efficiency of creative industries at the subnational level, increase employment in the creative sector of the economy, and develop human potential in the spatial aspect. The research was conducted on the basis of official information; when choosing sources and methods for analyzing the differences between cultural and creative industries, the works of foreign and domestic scientists were used, revealing the peculiarities of the development of culture and intercultural communications in a globalizing society. The initial thesis for the analysis was the assumption that transformational changes in the economy cause the perturbation of the sectoral structure of the economies of different countries of the world; the dynamic development of economic and financial relations; the growth of the share of creative industries in GDP production. The concept of increasing the

aggregate supply of creative industries as accelerators of increasing the level of employment (and self-employment) in the creative sector of the economy has been adopted as a theoretical and methodological basis for the research. The interrelation of the applied methods of state economic regulation and the results of the creative industries' activities is established, the prerequisites for their accelerated development are identified. The general scientific and special methods of analysis used in the research process made it possible to substantiate proposals aimed at increasing legal protection and streamlining the management practices of creative industries, systematization of financial instruments and their selective choice in order to obtain financial support depending on the industry specifics and the location of production.

Keywords: creative industries; creative work; creative sector of the economy; intellectual property; level of creativity

For citation: Molchanov I.N. Creative industries: Mechanisms of human potential development. *Ekonomika. Nalogi. Pravo = Economics, taxes & law*. 2022;15(2):52-62. (In Russ.). DOI: 10.26794/1999-849X-2022-15-2-52-62

Организацией Объединенных Наций 2021 г.
объявлен Годом креативных индустрий.

ВВЕДЕНИЕ

По словам С.В. Кириенко, первого заместителя руководителя Администрации Президента Российской Федерации, «креативные индустрии — это творчество во всех отраслях экономики, это большой бизнес, за которым стоят большие инвестиции и который может создавать значимую долю национального валового продукта и становится пространством конкуренции стран, территорий, компаний между собой. Драйвер развития перемещается из сырьевых отраслей в отрасли креативные»¹.

Теоретическое объяснение проявляющимся на практике взаимосвязям между типами личности и профессиональной средой представлено в психологической теории профессионального выбора Дж.Л. Холланда (*J.L. Holland*), раскрывающей причины стремления людей найти профессиональную среду, свойственную именно своему типу личности², которая позволяла бы полнее раскрывать их способности, выражения ценностных ориентаций. Эта широко известная концепция построена на попытке объединения личностных черт с предпочтением рода занятий и доказательстве того, что успех в профессиональной деятельности зависит от соответствия типа профессиональной среды и типа личности; объяснении поведения человека особенностями окружения, в котором он стремится проявить свою активность, а не только (и не столько) его личностными качествами [1]. Учеными-психологами констатируется некоторое сходство выделенных типов личности

с классификацией типов профессий, предложенной профессором Е.А. Климовым [2] и получившей развитие в ряде его работ³. В современной модели экономического развития России ключевая роль отводится человеку, развитию и продуктивному применению его способностей как личности в целях раскрытия его талантов в творческом труде, с максимизацией пользы для общества и повышения благосостояния. Наиболее полно человеческий потенциал реализуется в творческих профессиях, а результаты человеческой деятельности характеризуют развитие творческих индустрий, отражают динамику развития креативных отраслей и национальной экономики в целом.

К творческим (креативным) индустриям относятся сферы деятельности, в которых находящиеся в состоянии творческой и культурной активности юридические и физические лица, обладающие интеллектуальной собственностью, производят товары и услуги, имеющие экономическую ценность, способствующие развитию личности и повышению качества жизни. Термин «креативные (творческие) индустрии» возник в 1990-х гг. и не имеет однозначного толкования, вследствие чего его содержание в разных источниках существенно различается. Так, определение креативных (творческих) индустрий, закрепленное парламентом Великобритании, до настоящего времени считается эталонным, согласно которому креативные (творческие) индустрии «берут свое начало в индивидуальном

¹ URL: <https://creativityweek.ru>.

² Американским исследователем J.L. Holland выделено шесть типов личности человека в западной культуре: реалистический (realistic), интеллектуальный (investigative), артистический (artistic) социальный (social), предпринимчивый (enterprising) и конвенциональный (conventional).

³ В разработанной Е.А. Климовым классификации типов профессий по предмету труда выделяются пять больших групп: «человек-человек», «человек-техника», «человек-знаковая система», «человек-природа», «человек — художественный образ»; в дальнейшем — подразделение профессий и специальностей на классы (гностические — распознать, определить; преобразующие — обработать, обслужить; изыскательские — изобрести, придумать), что позволяет выявлять профессиональные интересы и склонности людей. Эта идея нашла применение при разработке тестов для целей профориентации молодежи.

творчестве, мастерстве и таланте, имеющих потенциал для создания добавленной стоимости и новых рабочих мест путем генерации и эксплуатации их интеллектуальной собственности»⁴.

В России интерпретация данного понятия закреплена Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики», согласно которому «творческие индустрии» — компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельность по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке. К сфере творческих индустрий относятся: 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».

Целью концепции развития творческих индустрий в России является увеличение масштабов «национальной креативной экономики, основанной на человеческом капитале и историко-культурном наследии народов России»⁵.

Упорядочение видов деятельности и объектов приложения труда позволяет выделить следующие укрупненные сектора и отрасли креативных (творческих) индустрий:

- «наследие»: традиционное культурное самовыражение (художественные и традиционные ремесла и промыслы, фестивали, народные гулянья и праздники), культурные объекты (исторические памятники, музеи, библиотеки, архивы и др.);

- «искусство»: визуальное искусство (живопись, графика, скульптура, антиквариат, фотография и т.п.), исполнительское искусство (живая музыка, театр, танец, опера, кукольные театры, цирки и т.д.);

- «медиа»: издание и тиражирование печатным способом (книги, газеты, журналы и пр.), аудио-визуальные медиа (цифровой контент, программное обеспечение, видеоигры, анимация, кино и пр.);

⁴ Creative Industries Taskforce. Creative Industries Mapping Document. 1998. London. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creativeindustries-mapping-documents-1998>.

⁵ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 20.09.2021 № 2613-р.

- «функциональное творчество»: дизайн (интерьеров, графический дизайн, мода, ювелирных изделий, игрушки), креативные сервисы (архитектура, реклама, креативные исследования и разработки (НИОКР), услуги в сфере культуры, услуги в сфере цифровых технологий и т.п.)⁶.

В концепции развития творческих индустрий представлен один из вариантов классификации творческих (креативных) индустрий, который предусматривает выделение:

- 1) локальных творческих индустрий как совокупности субъектов, деятельность которых ориентирована на обустройство конкретных территорий (достижение туристской привлекательности, создание рабочих мест);

- 2) инвестиционных творческих индустрий как совокупности субъектов, деятельность которых ориентирована на создание (использование) результатов творческой деятельности, не имеющих непосредственной территориальной привязки (их полезность оценивается объемом инвестирования и мультипликационным эффектом от распоряжения интеллектуальной собственностью);

- 3) творческого инкубатора как вида бизнес-инкубатора, специализирующегося на поддержке и оказании услуг, необходимых для устойчивой работы креативного бизнеса;

- 4) творческого (креативного) предпринимательства как экономической деятельности, ориентированной на получение прибыли (дохода) на основе интеллектуальной собственности;

- 5) экосистемы творческих (креативных) индустрий как совокупности институциональных условий и механизмов взаимодействия всех участников (субъектов), включая подготовку кадров, производство, дистрибуцию, популяризацию производимых товаров и услуг.

В основе креативности лежит управление интеллектуальными активами и авторскими правами на них. В свете общемировых тенденций творческие индустрии становятся одними из источников ускорения экономического развития наряду с высокотехнологичными и наукоемкими отраслями производства товаров и услуг. В Федеральном Собрании и Правительстве РФ обсуждаются законодательные меры и принимаются решения по поддержке и развитию креативных индустрий

⁶ Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик. Бюллетень о сфере образования. М.: Аналитический центр при Правительстве РФ; сентябрь 2017. 24 с.

стрий⁷; на региональном уровне управления разрабатываются нормативные правовые документы, детально регулирующие данные вопросы применительно к особенностям конкретных территорий⁸. Однако имеющее место различия вследствие многоаспектности данного термина и методологической сложности его количественного выражения затрудняют проведение сопоставимых оценок и расчетов объемов производимых товаров и услуг и вклад данных отраслей в ВВП развитых и развивающихся стран.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

На формирование концептуальных основ креативных индустрий оказывает влияние ряд современных научных разработок зарубежных и отечественных ученых:

- *теория постиндустриального общества* (Д. Белл), в которой постулируются происходящие изменения на этапе перехода к обществу, основанному на производстве услуг, базовым ресурсом которого при принятии инновационных решений высшим менеджментом являются теоретические знания и информационно-коммуникационные технологии [3];

- *теория сетевого информационного общества* (М. Кастельс), в которой на основе фундаментального исследования мировой экономики выявлены ожидаемые последствия и оценены вероятные перспективы воздействия на современный мир революционных изменений в информационных технологиях, распространяющихся на различные области человеческой деятельности [4];

- *теория креативного класса* (Р. Флорида), в которой определяющая роль в развитии социальных связей отводится сильным сообществам (в противовес мнению о приоритетности институтов внутри них), каждое из которых должно стать «максимально сильным и единым — и при этом, как ни парадоксально, приспособленным к мобильным переменам, определяющим нашу жизнь. ... Сообщества должны помогать людям самых разных типов проявлять

свою активность» [5, с. 351], что и служит основанием для формирования креативного класса;

- *теория креативной экономики* (Д. Хокинс), в которой обосновываются неизбежность и своевременность «создания интеллектуальной среды, способной придать творчеству социальное и экономическое измерение, обратить мечты в мощные проекты» [6]. По мнению ученого, креативная экономика, имеющая всеобъемлющий характер, распространяется во всех сферах деятельности и основывается на творческом труде.

Проблемам становления креативных индустрий в России посвящены работы отечественных исследователей. Так, В.Ю. Яковлев назвал инновации, коммерциализацию интеллектуальных ресурсов, обмен информацией, цифровую инфраструктуру, инновационную политику их «главными активами» [7, с. 26–27].

Р. Хестанов предложил рассматривать политику креативных индустрий «через усилие к тотальной коммерциализации культурного производства и его глобальной стандартизации» [8, с. 173]. На основе анализа административно-территориального устройства и особенностей организации национальной экономики он поставил под сомнение целесообразность политики креативных индустрий в России. По его мнению, в процессе становления креативной экономики сложности операционализации, математизации, коммерциализации и коммодификации творчества противодействуют усилиям ученых, исследователей, государственных деятелей [8, с. 173–174].

В работе зарубежных авторов (*S. Galloway, S. Dunlop*) представлены основополагающие принципы, характерные для креативных индустрий [9]:

- 1) в основе выделения креативных индустрий лежит понимание *креативности* как творческой производственной деятельности;

- 2) креативные индустрии базируются на производстве и использовании *интеллектуальной собственности*; для исследований данного феномена следует применять статистический инструментарий, предоставляющий возможности для анализа интеллектуальной деятельности и создаваемой в процессе творческого труда добавленной стоимости;

- 3) производство *символических смыслов*⁹, понимаемое как формирование экономической ценности на основе культурной ценности творческих товаров;

⁷ Решение Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по итогам заседания на тему: «Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов». URL: http://council.gov.ru/activity/analytical_bulletins/121689.

⁸ Например, Закон «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре» от 22.07.2020 № 70-оз. URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc; base=RLAW926; n=215274#VEL74qS 68WSWLyNx>.

⁹ Символические смыслы — свойства особых товаров, экономическая ценность которых основывается на их культурной ценности, а не на потребительских свойствах.

4) создание особенной *потребительной стоимости* творческого продукта, базирующееся на ее отличии от символической стоимости продуктов культуры и искусства;

5) комплексный характер, обуславливающий специфические черты креативных продуктов и наличие в каждом из них одновременно *символической и функциональной ценностей*, которые трудно разделить.

Оппоненты, критикуя названные принципы, объясняют несостоятельность такой концепции невозможностью выделения существенных отличий именно творческих индустрий из всей их совокупности. Вследствие сложности разграничения данных видов деятельности и других практик хозяйствования сторонники альтернативного подхода полагают, что все разнообразные типы индустрий изначально обладают креативными характеристиками. Поэтому предлагается распространить данный подход на все отрасли, не разграничивая культурные и творческие индустрии. Но именно это, по мнению ряда экспертов, существенно затруднит установление ключевых различий между креативными и прочими индустриями.

Например, А. Freeman видит специфику креативных индустрий в том, что они выступают «особыми пользователями креативного труда». Как полагает ученый, поскольку творческий труд имеет повсеместное распространение, креативными можно считать те отрасли экономики, в которых он преобладает [10].

При исследовании операционализации креативного труда и измерении его интенсивности предлагается применять специальный оценочный инструментарий. Исходной посылкой стало понимание того, что в каждой отрасли одна часть работников непосредственно связана с созданием специфического для нее продукта или услуги, а другая часть исполняет обслуживающие и организационные функции. Аналогично организован производственный процесс и внутри креативных индустрий. Базируясь на этом допущении, правомерно рассчитывать удельный вес креативных работников, занятых производством специфического для творческой индустрии продукта и соответственно удельный вес обслуживающего персонала. Отношение численности работников, занятых креативным трудом, к их общей численности и есть «интенсивность креативного труда» [11, с. 354–355]. Ориентируясь на формулу, используемую для расчетов Департаментом культуры, средств массовой информации и спорта правительства Великобрита-

нии DCMS¹⁰, была измерена креативность творческой деятельности в разрезе отдельных отраслей и в целом по креативному сектору экономики (табл. 1).

Представленный подход основан на критерии принципиально иной классификации индустрий. Методологическая сторона этого критерия состоит в применении инструментария статистики для расчета уровня креативности, характеризуемого интенсивностью творческой деятельности, которая имеет тенденцию к росту по мере развития технологического прогресса и цифровизации производства. С данной аргументацией солидаризируется Р. Хестанов: «креативные индустрии группируются в отдельную отрасль не потому, что имеют статус культурных, но потому, что в своем основании опираются на креативный труд» [8, с. 185].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ

Анализ мнений разных исследователей приводит к выводу, что определение терминов «культурная индустрия», «творческая (креативная) индустрия» основывается на спорных суждениях. «Фактически индустрии, действуя по своим законам, поработают культуру, деформируют ее, властвуют над ней» [12, с. 44]. Круг творческих (креативных) индустрий не имеет четких границ, он достаточно широк, но при этом в отдельных странах имеет место разный состав относимых к ним видов деятельности.

Группой исследователей НИУ ВШЭ креативные индустрии определяются как «секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность»¹¹. Для российской экономики рост творческих производств крайне важен. Согласно оценочным данным доля занятых в российских креативных индустриях составляет около 4% от общей численности трудоспособного населения страны (при этом 30% занято в малом и среднем бизнесе, 2% — доля самозанятых); ежегодная выручка оценивается в 8 трлн руб. Лидирующие позиции занимают области креативных

¹⁰ DCMS: Creative industries Mapping Document. Department of Culture, Media and Sport. London, 2001, p. 04. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creativeindustries-mapping-documents-2001>.

¹¹ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест. М.: НИУ ВШЭ. Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала; 2021. 21 с.

Таблица 1 / Table 1

Интенсивность творческой деятельности по отраслям креативного сектора (%) / Intensity of creative activity by branches of the creative sector (%)

Креативный сектор / Creative sector	Интенсивность / Intensity	Креативный сектор / Creative sector	Интенсивность / Intensity
Реклама / Advertising	40	Музыка, визуальные и перформативные искусства / Music, visual and performative arts	72
Архитектура / Architecture	65	Издательство / Publisher	39
Искусство и антиквариат / Art and antiques	6	Программное и электронное издательство / Software and electronic publishing	4
Дизайн / Design	57	Цифровые и развлекательные медиа / Digital and entertainment media	15
Дизайн моды / Fashion design	56	Телевидение и радио / Television and radio	64
Кино, видео и фотография / Film, video and photography	49	Все креативные индустрии / All creative industries	53

Источник / Source: составлено автором на основе [11, с. 361] / compiled by the author on the basis of [11, p. 361].

индустрий «медиа» и «функциональное творчество» (в сфере информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг насчитываются 0,9 млн рабочих мест, в рекламе и маркетинге — 0,8 млн); далее следуют «искусство» и «наследие»¹².

Особенностями отечественного сектора творческих (креативных) индустрий являются отсутствие привязки к локальному рынку и наличие экспортного потенциала. Согласно заключениям экспертов в России при наличии весомого потенциала в сферах образования, науки, культуры сектор креативной экономики развит недостаточно, а деятельность креативных производств требует регламентации¹⁵. Вклад креативных (творческих) индустрий в национальную экономику стран мира представлен в табл. 2; среднемировой уровень составляет 3%. Среднегодовой прирост креативного сектора в развитых странах оценивается в 15%, что существенно выше темпов роста мировой экономики и согласно прогнозам данная тенденция сохранится на среднесрочную перспективу.

¹² Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик. М.: Бюллетень о сфере образования. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации; сентябрь 2017. 24 с.

¹⁵ Там же.

На развитие креативной экономики и увеличение удельного веса ее продукции и услуг в составе ВВП влияет цифровизация, следствием которой становится трансформация рынка труда. Структура занятости в креативных индустриях России выглядит следующим образом: мода — 29,6%; музыка, исполнительское искусство, культурно-досуговые учреждения — 21,0%; издательская деятельность — 13,0%; ИТ-индустрия — 9,6%; реклама — 7,8%; архитектура — 3,4%; кино — 2,3%; прочие — 13,3%¹⁴.

Сложившуюся структуру занятости нельзя признать рациональной, но и определить ее более детально достаточно сложно вследствие разнообразия применяемых методологических оценок и особенностей статистического учета. Наиболее развиты следующие креативные профессии: специалисты по рекламе и маркетингу — 19,8%; работники программного обеспечения — 15,4%; швеи, вышивальщицы и рабочие родственных занятий — 10,8%; краснодеревщики и рабочие родственных занятий — 4,6%; дизайнеры товаров и одежды — 3,6%; проектировщики-градостроители

¹⁴ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест. НИУ ВШЭ. Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала; 2021. 21 с.

Таблица 2/ Table 2

Вклад креативных индустрий в национальную экономику стран мира (2019) / Contribution of creative industries to the national economies of the countries of the world (2019)

Страны мира / Countries of the world	Валовая добавленная стоимость / Gross Value Added		Занятость / Employment	
	млрд долл. США по ППС / billion USD PPP	в % от ВВП / in % of GDP	тыс. чел. / thousand people	в % от общей численности занятых / in % of the total number of employed
Китай / China	988,0	4,2	н/д	н/д
США / USA	921,6	4,3	5200	3,3
Великобритания / Great Britain	188,1	5,8	2100	6,3
Италия / Italy	163,4	6,1	1550	6,1
Франция / France	146,1	4,4	1342	5,0
Германия / Germany	139,3	3,0	1696	4,1
Россия / Russia	104,6*	2,4	2700	3,8
Бразилия / Brazil	84,0	2,6	837	0,9
Австралия / Australia	76,7	5,7	409	3,8
Канада / Canada	51,4	2,7	655	3,5
Гонконг / Hong Kong	н/д	н/д	217	5,5

* 2390 млрд руб.

Источник / Source: составлено автором на основе Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест. М: НИУ ВШЭ. Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала; 21 с. / compiled by the author on the basis of Development of creative industries in Russia: key indicators. Scientific Digest. Moscow: HSE. Center for Interdisciplinary Research of Human Potential; 2021. 21 p.

и проектировщики транспортных узлов — 3,3%; другие профессии — 42,4%¹⁵.

Под влиянием научно-технологического прогресса диспропорциональность структуры занятости населения по отраслям креативного сектора экономики будет возрастать вследствие воздействия противоречивых факторов. С одной стороны, ускоренное распространение цифровизации инициирует приоритетное развитие кадрового потенциала в отраслях информационно-коммуникационных технологий и действиях распределительного механизма (в виде контрольных цифр приема) в системе высшего образования. Не-

смотря на это, креативные индустрии имеют весомый потенциал для развития, могут и должны стать существенным источником экономического роста.

С другой стороны, несмотря на интенсификацию деятельности креативных индустрий и увеличение экспорта их продукции, наблюдается негативная тенденция опережающего прироста импорта по ряду товаров и услуг. Данное заключение подтверждают результаты анализа структуры внешней торговли России креативной продукцией (данные за 2019 г., млн долл. США). В российском экспорте креативные товары составляют 19,5%, услуги — 80,5%; в российском импорте креативные товары составляют 36,1%, услуги — 63,9%. При этом в экспорте креативных товаров и услуг преобладает продукция низких переделов: печатная продукция (книги и газетная бумага — 54,2%), предме-

¹⁵ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест. НИУ ВШЭ. Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала; 2021. 21 с.

ты интерьера (мебель, обои и пр., дизайнерские товары — 40,0%); продукция высоких переделов занимает низкий удельный вес: товары для новых медиа — 2,2%, художественные промыслы — 1,2%, изобразительное искусство — 1,9%, прочее — 0,5%. В российском импорте креативных товаров преобладают дизайнерские товары — мебель и игрушки 77,1% (их ввоз образует почти 1/3 итогового отрицательного сальдо торговли креативными товарами — 1,2 млрд долл. США), товары для новых медиа — 8,0%, художественные промыслы — 7,5%, печатная продукция — 3,6%, изобразительное искусство — 2,0%, прочее — 1,8%¹⁶.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ КРЕАТИВНОЙ (ТВОРЧЕСКОЙ) ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Креативные индустрии имеют следующие особенности:

1) тесную связь с различными видами культуры, особенно не подлежащими автоматизации;

2) предоставление возможностей для альтернативной занятости разным категориям населения, в том числе с ограничениями трудоустройства по состоянию здоровья;

3) инвестиционную привлекательность для бизнес-сообщества вследствие наличия потенциала создания добавленной стоимости;

4) сравнительно низкий барьер входа на региональные рынки, что создает стимулы к работе и развитию человеческого потенциала в местах исторического проживания коренных народов, с учетом масштабов территории, сложившейся поселенческой структуры населения и особенностей пространственного развития России.

Экспертным сообществом на основе анализа зарубежного и отечественного опыта развития творческих индустрий выявлена их экономическая полезность, сопровождаемая получением мультипликативного эффекта в разных сферах. Именно поэтому при разработке экономических и финансовых механизмов стимулирования творческой деятельности необходимо учитывать различные аспекты нижеследующей проблематики:

• *правовые проблемы.* Эксперты в области права и управления интеллектуальной собственностью в креативном секторе отмечают несовершенство

действующих механизмов оборота интеллектуальных прав и государственной регистрации сделок с ними. Вследствие имеющих место юридических сложностей при определении оптимального режима налогообложения возникают риски переквалификации сделок, введения административных штрафов и других санкций;

• *учет и статистика.* Исключительно важным представляется разработка приемлемой методологии для международных сопоставлений и ведения статистического учета показателей, разработка и внедрение новых алгоритмов сбора и обработки данных о деятельности творческих (креативных) индустрий. Создание и внедрение единой методологии учета позволит сгруппировать социально-экономические показатели в систему, характеризующую результаты работы креативных индустрий, а именно: вклад в ВВП, объемы экспорта и импорта, занятость, производительность труда, предпринимательство, финансы; сформировать реестр организаций креативного предпринимательства по аналогии с реестром социальных предприятий и единый каталог креативных профессий;

• *образование и кадры, труд и занятость.* Вследствие несовершенства законодательной базы, существующего порядка извлечения коммерческого эффекта и несогласованности действий по оформлению правовых вопросов наблюдается внутренняя миграция, отток рабочей силы преимущественно в столичные регионы, снижаются возможности сбалансированного развития административно-территориальных образований. Для смягчения проблем занятости и улучшения работы формирующегося рынка креативных индустрий в регионах требуется содействие органов власти в вопросах повышения квалификации работников (подготовка специализированных образовательных ресурсов, организация курсов повышения квалификации, разработка программ стажировок), создание коммуникационных площадок с представителями образовательных организаций и рыночных структур;

• *программно-целевой подход.* Комплекс проблем обусловлен сложившейся практикой финансирования креативных индустрий. Недостаточно четко проработано взаимодействие креативного предпринимательства с банковским сектором: инвестиции в создание нематериальных активов за счет кредитов банков не превышают 0,05%. Еще один круг вопросов связан с государственными и муниципальными программами, ресурсная база которых составляет основу

¹⁶ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест. М.: НИУ ВШЭ. Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала; 2021. 21 с.

финансовой поддержки креативных индустрий. Государственные программы являются ведущим источником инвестиций в развитие творческой предпринимательской деятельности. Получение креативными предпринимателями финансовой поддержки затруднено вследствие несовершенства действующего финансового механизма, особенностей организации регионального управления и местного самоуправления.

Существуют и другие причины, затрудняющие организацию и деятельность креативных индустрий в большинстве регионов, например большое количество одновременно реализуемых и частично пересекающихся федеральных и региональных программ, разрозненность и недостаточная скоординированность государственных и муниципальных программ; влияние ведомственного фактора, вследствие которого компании — производители креативных продуктов и услуг не получают государственной поддержки; недостаточный уровень развития требуемой для функционирования субъектов креативного предпринимательства инфраструктуры как совокупности организаций (коммерческих и некоммерческих), материально-технических объектов, информационных систем и финансовых ресурсов, необходимых для их формирования и развития, включая навыки и компетенции для творческой деятельности.

Достижение комплексности в функционировании креативного сектора экономики в пространственном аспекте возможно посредством создания региональных стратегий развития творческих (креативных) индустрий. Весьма значимый по влиянию фактор — содействие в организации индивидуальных программ информационного продвижения, направленных на популяризацию товаров и услуг креативных индустрий с использованием государственных и муниципальных информационных ресурсов, и проведение массовых мероприятий;

- *финансы.* Принимавшиеся ранее меры поддержки творческого предпринимательства не учитывали специфику развития креативных индустрий. Прежде всего не практиковалось субсидирование оплаты труда, а именно она составляет высокий удельный вес в структуре затрат хозяйствующих субъектов, которые нуждаются в системных мерах поддержки. В исследованиях экспертов подчеркивается благоприятное влияние на предпринимательскую активность таких мер, как введение льготной арендной платы, субсидирование процентной ставки по кредитам;

- *налоги.* Действующее налоговое законодательство и система налогового администрирования не

в полной мере учитывают специфику стимулирования работников творческих индустрий в связи с тем, что «оборот интеллектуальных прав на стадии создания товара (услуги) не создает добавленной стоимости, а монетизация результатов творческого труда происходит, как правило, в момент потребления конечного продукта»¹⁷. Существенное значение для роста потенциала креативных индустрий имеют перспективы расширения налогооблагаемой базы по результатам производства более качественной продукции и услуг с высокой долей добавленной стоимости, максимально ориентированной на запросы конкретных потребителей. При этом большое значение имеют разные уровни взаимодействия: муниципальный, региональный, международный. Упорядочению деятельности поможет *реестр* креативных хозяйствующих субъектов, ведение которого в законодательном порядке возлагается на федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный по контролю и надзору в области налогов и сборов;

- *региональный аспект.* Новые возможности для развития творческих индустрий открывает Стратегия пространственного развития¹⁸. Содержащийся в ней перечень региональных экономических специализаций, рекомендуемых к реализации в перспективном периоде, создает широкие возможности выбора наиболее привлекательных для каждой конкретной территории разновидностей творческих индустрий;

- *социальный аспект.* Высокая социальная значимость креативного сектора состоит в сокращении диспропорций социально-экономического развития. Это проявляется в целом ряде аспектов: выравнивании условий жизни для лиц с разным уровнем доходов, оптимизации структуры потребления, повышении качества жилищных и культурно-бытовых условий; иными словами, речь идет об улучшении комфортности среды проживания, независимо от типа местности (городские либо сельские поселения). Исключительно важное значение в данном контексте приобретают вопросы стимулирования в целях повышения уровня занятости работников творческих индустрий на всей территории страны.

¹⁷ Решение Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по итогам заседания на тему: «Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов». URL: http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/121689.

¹⁸ Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р.

В данном направлении позитивное влияние может оказать повышение туристской привлекательности субъектов Российской Федерации вследствие разнообразия природно-климатических условий и богатого культурно-исторического наследия территорий.

ВЫВОДЫ

Разработан и находится на рассмотрении законопроект, принятие которого установит правовую регламентацию института креативных индустрий, законодательно закрепит базовые понятия и характеристики креативного сектора экономики, критерии креативного предпринимательства¹⁹. Реинжиниринг существующих экономических и правовых механизмов позволит произвести их доработку, повысить устойчивость функционирования креативного сектора экономики. Министр культуры России О. Любимова назвала приоритетные направления, по которым предполагается развитие креативных индустрий: поиск путей роста конкурентоспособности, развитие разных форм предпринимательства, акцент на позиционирование культурного наследия, повсеместное задействование цифровых технологий²⁰.

¹⁹ Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р.

²⁰ Минкультуры представило на обсуждение проект по развитию креативных индустрий. URL: <https://rg.ru/2021/06/11/>

По мнению С. Матвеева, председателя Федерации интеллектуальной собственности, в этом законопроекте сконцентрированы новые подходы к решению проблемы государственной поддержки именно тех юридических и физических лиц, которые вводят в оборот инновационный экономический ресурс — результаты творческого труда. Принципиально важным представляется развитие инфраструктуры, ориентированной на создание нематериальных активов и оборот интеллектуальной собственности²¹.

В мае 2021 г. по инициативе президента Российской Федерации В.В. Путина создан Президентский фонд культурных инициатив. На поддержку проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий в конкурсе 2022 г. выделено около 4 млрд руб.

Политика креативных индустрий имеет существенные особенности, которые необходимо развивать и поддерживать всеми имеющимися средствами. Принципиально важным представляется дальнейший поиск способов активизация рабочей силы, занятой творческим трудом, что будет способствовать в перспективе формированию креативного класса.

minkultury-predstavilo-na-obsuzhdenie-proekt-po-razvitiuu-krativnyh-industrij.html.

²¹ В России впервые законодательно закрепят понятия «креативные индустрии» и «творческое предпринимательство». URL: <https://www.forbes.ru/brandvoice/ipquorum/434739>.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Holland J.L. Exploration of A theory of vocational choice part ii: self-descriptions and vocational preferences. *Vocational Guidance Quarterly*. 1963;12(1):17–24. DOI: 10.1002/j.2164–585X.1963.tb00620.x
2. Климов Е.А. Введение в психологию труда. М.: ЮНИТИ; 1998. 350 с.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М.: Academia; 1999. С. 655.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ; 2000. 608 с.
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI; 2007. 421 с.
6. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI; 2011. 256 с.
7. Яковлев В.Ю. Основания культурных и креативных индустрий как явления современного общества. *Международный журнал исследований культуры*. 2017;26(1):14–27.
8. Хестанов Р. Креативные индустрии — модели развития. *Социологическое обозрение*. 2018;17(3):173–196. DOI: 10.17323/1728–192X–2018–3–173–196
9. Galloway S., Dunlop S. A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy. *International Journal of Cultural Policy*. 2007;13(1):17–31.
10. Freeman A. Is creation an industry? A constructive critique of the economics of the cultural and creative industries. L.: Metropolitan University; 2012.
11. Freeman A. Twilight of the machinocrats: creative industries, design, and the future of human labour. Pijl K. van der. (ed.). *Handbook of the International Political Economy of Production*. Cheltenham: Edward Elgar; 2015: 352–374.

12. Вейнмейстер А.В., Иванова Ю.В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*. 2017;26(1):38–48.

REFERENCES

1. Holland J.L. Exploration of a theory of vocational choice part ii: self-descriptions and vocational preferences. *Vocational Guidance Quarterly*. 1963;12(1);17–24. DOI:10.1002/j.2164-585X.1963.tb00620.x
2. Klimov E.A. Introduction to labor psychology. Moscow: UNITY; 1998. 350 p. (In Russ.).
3. Bell D. The coming post-industrial society: The experience of social forecasting. Moscow: Academia; 1999. P. 655. (In Russ.).
4. Castells M. Information age: economy, society and culture. Moscow: GU VSE; 2000. 608 p. (In Russ.).
5. Florida R. Creative class: people who change the future. Moscow: Classic-XXI; 2007. 421 p. (In Russ.).
6. Hawkins J. Creative economy. how to turn ideas into money. Moscow: Classic-XXI; 2011. 256 p. (In Russ.).
7. Yakovlev V. Bases of the cultural and creative industries as phenomena of modern society. *International Journal of Cultural Research*. 2017;26(1):14–27. (In Russ.).
8. Khestanov R. Creative industries — models of development. *Russian Sociological Review*. 2018;17(3):173–196. DOI: 10.17323/1728-192X-2018-3-173-196
9. Galloway S., Dunlop S. A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy. *International Journal of Cultural Policy*. 2007;13(1):17–31.
10. Freeman A. Is creation an industry? A constructive critique of the economics of the cultural and creative industries. L.: Metropolitan University; 2012.
11. Freeman A. (2015). Twilight of the machinocrats: creative industries, design, and the future of human labour. Pijl K. van der. (ed.). Handbook of the International Political Economy of Production. Cheltenham: Edward Elgar; 2015: 352–374.
12. Veinmeister A., Ivanova Iu. “Cultural Industries” and “Creative Industries”: the concepts’ boundary. *International Journal of Cultural Research*. 2017;26(1):38–48. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Игорь Николаевич Молчанов — доктор экономических наук, профессор, профессор департамента общественных финансов финансового факультета, Финансовый университет, Москва, Россия; профессор кафедры политической экономики Экономического факультета, МГУ имени М.В. Ломоносова; Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0003-4252-2387>
INMolchanov@fa.ru

ABOUT THE AUTHOR

Igor N. Molchanov — Dr. Sci. (Econ.), Prof., Department of Public Finance, Faculty of Finance, Financial University, Moscow, Russia; Prof. of the Department of Political Economy, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University; Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0003-4252-2387>
INMolchanov@fa.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 22.12.2021; принята к публикации 08.03.2022.
Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.
The article was received 22.12.2021; accepted for publication 08.03.2022.
The author read and approved the final version of the manuscript.