Зотова Л.Р.¹¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва

Креативный город: творческие индустрии и развитие городов

АННОТАЦИЯ:

Статья посвящена анализу творческих индустрий как инструмента «строительства» креативного города и создания инновационной среды. Объектами исследования являются концепция «креативный город», предложенная в конце 70-х годов британским культурологом Чарльзом Лэндри, а также рынок творческих индустрий, который сегодня активно растет во многих странах мира. Целью работы является изучение феноменов «креативный город» и «творческие индустрии» путем анализа их развития в теории и на практике и попытка оценки экономической эффективности последних на отраслевом уровне. В ходе работы автором использовались методы сбора и анализа информации из исследований, научных статей, публикаций, периодических изданий, отчетов органов государственной власти различных стран, докладов ООН, нормативно-правовых документов, государственных программ, интервью с представителями различных отраслей и так далее. Результатом исследования явилось определение ряда особенностей в развитии творческих индустрий за рубежом и в России, а также выявление существующих на сегодняшний день преград для активного роста данного сектора экономики в нашей стране. В ходе исследования автор приходит к выводу о том, что для успешного развития творческого предпринимательства необходима всесторонняя поддержка со стороны государства, как, например, подготовка документа по картированию творческих индустрий, формирование статистики, создание специальной структуры по работе творческих индустрий на федеральном уровне и многое другое.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *творческие индустрии, креативный город, инновации, креативный класс, творческие кластеры, креативная экономика*

JEL: L21, O30, Z10

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Зотова, Л.Р. (2015). Креативный город: творческие индустрии и развитие городов. *Креативная экономика*, 9(11), 1465–1490. doi: [10.18334/ce.9.11.2085](https://doi.org/10.18334/ce.9.11.2085)

Зотова Лейла Руслановна, аспирант 1-го года обучения по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг)» Института образования, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва
(leilacuchmenova@yandex.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 28.08.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 30.11.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: <http://dx.doi.org/10.18334/ce.9.11.2085>

(с) Зотова Л.Р. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Введение

Актуальность проблемы развития городов в нашей стране сложно переоценить. О более или менее благоприятных условиях жизни можно говорить в столичном регионе или в региональных центрах. После распада СССР многие градообразующие заводы и фабрики закрылись, что привело к резкому падению уровня жизни в этих городах и социальной нестабильности. С тех пор ситуация существенно не изменилась. Сегодня развитые постиндустриальные страны видят источник развитости и стабильности общества в переходе к «экономике творчества» или, как ее еще называют, «креативной экономике», в которой основным фактором производства является творческая активность населения, способная создавать принципиально новые продукты. Основной целью этого перехода является построение развитой экономики путем создания инновационной среды, а главный инструмент в достижении этой цели – это «строительство» креативных городов, фундаментом которых являются творческие индустрии. Разработкой этих тем, начиная с американского социолога и футуролога Элвина Тоффлера, вот уже почти полвека занимаются ученые и практики по всему миру. Но все же пока не существует универсального сценария перехода от одной экономики к другой. Для достижения этой цели необходимо учитывать специфику каждой отдельной страны: размер территории, обеспеченность природными ресурсами, численность населения и многое другое.

В России тема «креативных городов» и творческих индустрий относительно новая. И, тем не менее, возникнув в начале 2000-х годов, она сумела привлечь внимание именитых российских ученых и практиков к своей проблематике и возможностям. Зарекомендовав себя на Западе как эффективный «антикризисный» инструмент, творческие индустрии начинают занимать передовые места в культурной и экономической политике регионов. На сегодняшний день можно уже констатировать факт успешного существования творческих индустрий не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в Перми, Калининграде и в некоторых других городах России.

Целью данного исследования является определение круга возможностей творческих индустрий как инструмента «строительства» креативного города, оценка важности их развития в России и выявление существующих препятствий для их активного использования при создании инновационной среды.

Понятия «творческие индустрии» и «креативный город». Теоретические и практические аспекты

С течением времени отношение к культуре и подходы к ее изучению постоянно менялись. Изучению этих проблем посвятили свои труды многие ученые: Д. Тросби, Б. Фрей, А. Кламер, Дж. О'Коннор, А. Рубинштейн, М. Матецкая, Е. Зеленцова и другие. В статье М.В. Матецкой «Творческие индустрии сквозь призму культурной политики» отмечается, что культура вообще не имеет общепринятого определения, а последствиями сложности определения терминов «культурный сектор», «культурные отрасли» или индустрии являются трудности в формировании культурной политики (Матецкая, 2013; С. 252).

Важно разделять понятия «культурные индустрии» и «творческие индустрии». Впервые понятие «культурные индустрии» (cultural industries) было введено в Великобритании Советом Большого Лондона (Great London Council)¹. Термин включал в себя: «а) те виды культурной деятельности, которые не требуют общественного финансирования, являются коммерческими и способствуют повышению благосостояния населения; б) все виды культурной деятельности (и коммерческие, и некоммерческие), которые направлены на выпуск культурной продукции и оказание услуг и, соответственно, связаны с массовым потреблением»².

В конце 80-х гг. прошлого столетия на смену «культурным» приходят «творческие индустрии», ключевым моментом в определении которых является технологическое воспроизводство. В ноябре 1998 года в документе по картированию творческих индустрий Департамента культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании впервые было сформулировано понятие «творческих индустрий» (creative industries): «Творческие индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в

¹ Совет Большого Лондона – Great London Council, сокращенно GLC, агентство по городскому развитию, созданное муниципалитетом Лондона в 1965 году и закрытое в 1986 году. В рамках деятельности агентства были предложены первые программы поддержки и развития культурных индустрий.

² Барышева, Е.А. (2005). Великобритания: «культурная индустрия» в современной культурной политике. В книге *Эволюция культурной деятельности в новом столетии: Социально-экономические аспекты культурной политики: Том 2. Культура в глобальном мире* (С. 326). СПб: Алетейя.

себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности»³.

С развитием творческих индустрий Правительства разных стран стали искать способы оценки вклада, который они вносят в экономическое и социальное благосостояние как отдельных регионов, так и общества в целом. Нам известно из трудов классиков экономики культуры (Тросби, Рубинштейн) о том, что культурные блага часто не имеют монетарной оценки, но, безусловно, представляют нематериальную ценность для общества. Однако «с середины 90-х гг. идет активное обсуждение системы индикаторов, определяющих вклад культуры и творческих индустрий в развитие экономики как на уровне городов и регионов, так и на уровне государств и межгосударственных институтов» (Матецкая, 2013; С. 259). Так, оценка творческих индустрий с точки зрения прямого вклада в ВВП и по сей день очень распространена. И все же, по мнению автора, при оценке экономической эффективности творческих индустрий необходимо руководствоваться результатами их деятельности на региональном уровне или на уровне городов, а также определять и анализировать объемы рынка данной отрасли.

На сегодняшний день, пожалуй, самым видным деятелем в сфере изучения феномена «креативный город» является Чарльз Лэндри – британский специалист по развитию городов, автор книг по городскому развитию, таких как «Качество жизни и городская среда», «Возрождение городов через культуру», «Креативный город» и многие другие. Под его руководством были реализованы городские проекты по всему миру – от Албании до Гонконга, от Новой Зеландии до Мексики⁴. Его концепция «креативного» или «творческого» города родилась из размышлений о том, что некоторые города сумели приспособиться к историческим переменам, а некоторым даже удалось извлечь из этих перемен выгоду. Согласно этой концепции, культурные ресурсы являются сырьем, которое приходит на смену нефти, стали и золота и за счет которого формируются базовые ценности города. Благодаря культурным ресурсам конструируется имидж городов, благоприятный для привлечения инвестиций и развития туризма.

Главная задача креативного города – это создание инновационной среды, т.к. креативность – это предпосылка для инноваций. Главным

³ Зеленцова, Е.В., Гладких, Н.В. (2010). *Творческие индустрии: теории и практики* (С. 9). М.: Классика-XXI.

⁴ *Biography* // Charles Landry official website.

инструментом в создании такой среды являются творческие индустрии. Согласно Ч. Лэндри, инновация – это реализация на практике новой идеи, которая получена при помощи креативного мышления представителей креативного класса. Креативный класс или творческие люди рассматривается автором не как группа представителей определенных «богемных» профессий, а как класс представителей совершенно разных профессий, состоящий из талантливых, гибких и энергичных людей, способных свободно и креативно мыслить, выходя далеко за рамки обыденного. «Творческие люди работают на границе зоны своей компетентности, а не в ее центре»⁵.

Зарубежный опыт

Великобритания. Экономическая и социальная нестабильность в Великобритании в 80-х гг. требовала от властей скорейшего решения назревших проблем. Ключевым моментом последовавших преобразований явился перенос акцента на человеческий ресурс и расширение объекта культурной политики. Ставка Правительства была сделана на творческие и культурные ресурсы, в результате, сегодня Великобритания поставляет на мировой рынок не сталь и текстиль, а «творческий» или «интеллектуальный» продукт: предметы дизайна, книги, фильмы, мультимедиа технологий и т.д.

Большая часть полномочий и задач по развитию творческих индустрий возложены на региональный и местный уровни. Успешное решение задач по развитию творческих индустрий привело к преобразению городского пространства и возникновению понятия «креативный город». Индустриальные центры прошлого стали самыми яркими подтверждениями успешности государственной культурной политики на пути улучшения экономической и социальной ситуации в этих городах. То, что еще «вчера» считалось бедным районом с заброшенными заводами и фабриками, с высоким уровнем социальной нестабильности, сегодня становится развитым и благоустроенным районом с развитой инфраструктурой.

Джон Хокинс в своей книге «Креативная экономика» подробно рассматривает 15 кластеров творческих индустрий и определяет объем рынка по каждому из них. По его данным, в Великобритании 25 лучших рекламных агентств зарабатывают 4,5 млрд долларов на внутреннем рынке в год, доход британских архитекторов составил 3,5 млрд фунтов

⁵ Лэндри, Ч. (2011). *Креативный город* (С. 39). М.: Классика-XXI.

стерлингов, Лондон является одним из мировых лидеров по продажам через аукционы и галереи на рынке изобразительных искусств, британская Atkins входит в топ-5 фирм мировой индустрии дизайна, рынок моды оценивается в 1 млрд фунтов стерлингов, кино – в 4,1 млрд фунтов стерлингов, музыки – в 3,4 млрд долларов, исполнительских искусств – в 1,5 млрд фунтов стерлингов, издательского дела – в 2,7 млрд фунтов стерлингов, игрушек и игр – в 22 млрд долларов (около 40% мирового рынка), телевизионный – в 10,5 млрд фунтов стерлингов, видеоигр – в 2 млрд фунтов стерлингов (все данные приведены по состоянию на 2005 г.)⁶.

Эти данные позволяют заключить, что заявленная Правительством Великобритании программа развития страны под названием «Creative Britain» принесла свои плоды в виде ее лидирующих позиций в данной отрасли.

Германия. Министерство экономики и технологий (Federal Ministry of Economics and Technology) по инициативе Федерального Правительства Германии ежегодно публикует отчет о деятельности культурных и творческих индустрий на территории страны (Culture and Creative Industries in Germany. Monitoring of Selected Economic Key Data on Culture and Creative Industries. Research Reports). Согласно этому отчету, вклад творческих индустрий в ВВП страны составил: в 2007 году – 63 млрд евро, в 2008 году – 65 млрд евро, в 2009 году – 63 млрд евро. Для сравнения, в 2007 году вклад творческих индустрий в общий объем ВВП составил 2,6%, в то время как этот показатель по автомобилестроению был 3,2%, а по химической промышленности 2,2%. В 2009 году в секторе было занято 787 тысяч человек, это 2,9% от всего числа работающих. Интересно, что число занятых в автомобилестроительном секторе и в химической промышленности в кризис сократилось на 1% и 3,5% соответственно, только пищевая промышленность и сектор творческих индустрий показали позитивную динамику, уровень занятости в них вырос на 1,3% и 1,7% соответственно. В общей сложности, несмотря на кризис, в 2009 году число фрилансеров и организаций в сфере творческих индустрий выросло на 1,7%⁷.

⁶ Хокинс, Д. (2011). *Креативная экономика* (С. 107, 109, 112, 115, 117, 119, 122, 124, 126, 133, 135, 137). М.: Классика-XXI.

⁷ Federal Ministry of Economics and Technology. (2009). *Culture and Creative Economies in Germany: Summary* (Research Report № 577). Retrieved from: http://www.kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2009/03/german_cci_en_summary_0903231.pdf.

Таблица 1

**Экономические показатели культурных и творческих индустрий
в Германии, 2008 г.⁸**

<i>Культурные и творческие индустрии</i>	<i>Абсолютные показатели</i>	<i>Доля в экономике</i>	<i>Изменения, 2008/2007</i>
Предприятия ⁹	238 300	7,4%;	4,3%
Оборот (млрд евро)	131, 700	2,5%	1,8%
Занятые в секторе	1 001 700	3,3%	3,4%

Кроме того, согласно отчету «Creative Industries in Berlin. Development and Potential», опубликованному в 2008 году мэрией Берлина, на территории города расположено около 6775 предприятий, занятых в этом секторе экономики. Все эти показатели и сам отчет наглядно демонстрируют отношение властей Германии к творческим индустриям, речь уже даже не идет о признании их потенциала или важности поддержки. Творческие индустрии в Германии – это полноправный сектор в экономике, по многим показателям опережающий по темпам развития традиционные виды индустрий (табл. 1).

Китай. В своей статье «Why China wants creativity?» Майкл Кейн, автор книг о развитии медиа и креативности в Китае и Азии, говорит, что Олимпиада 2008 года в Пекине и Всемирная Выставка 2010 года в Шанхае стали результатом масштабной государственной программы развития творческих индустрий¹⁰.

«В октябре 2000 года съезд Коммунистической партии Китая включил развитие творческих индустрий в перечень рекомендаций к пятилетнему плану развития страны»¹¹. Но в Китае целью развития творческих индустрий является не увеличение числа рабочих мест или «восстановление» городов, а создание инноваций. Основной акцент в развитии творческих индустрий делается на программное обеспечение, мультимедиа, 3D-технологии, рекламу и другие виды интеллектуальных продуктов.

⁸ Federal Ministry of Economics and Technology. (2009). *Culture and Creative Industries in Germany: Summary* (Research Report № 577). Retrieved from: http://www.kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2009/03/german_cci_en_summary_0903231.pdf.

⁹ Под предприятиями в данном случае понимаются: крупные, средние и малые предприятия, микропредприятия (количество персонала не превышает 15 человек), индивидуальные предприниматели (self-employed) и фрилансеры.

¹⁰ Keane, M. (2009, 12 March). *Why China wants creativity* // Australian Policy Online.

¹¹ Зеленцова, Е.В., Гладких, Н.В. (2010). *Творческие индустрии: теории и практики* (С. 116). М.: Классика-XXI.

Примечателен и тот факт, что сегодня в Шанхайском университете работает автор концепции «креативная экономика» Джон Хокинс, основавший там Центр креативной экономики Джона Хокинса и определивший китайский рынок творческих индустрий активно развивающимся (табл. 2).

Таблица 2

**Креативная экономика – объем рынка Китая
(млрд долларов США, 2005)¹²**

<i>Сектор</i>	<i>Китай</i>
Реклама	1
Архитектура	1
Изобразительное искусство	>0,2
Ремесла	1
Дизайн	4
Мода	0,4
Кино	0,3
Музыка	0,2
Исполнительские искусства	0,5
Издательское дело	10
НИОКР	17
Программное обеспечение	3
Игрушки и игры	3
ТВ/радио	5
Видеоигры	5
<i>Итого</i>	51

Возникновение и развитие творческих индустрий и концепции «креативный город» в России

Понятия «творческие индустрии» и «креативный город» для России относительно новые по сравнению с развитыми странами. Но их феномен как эффективного антикризисного средства не мог остаться без внимания отечественных ученых, причем и экономистов, и культурологов.

Первостепенной сложностью на пути развития и распространения творческих индустрий стала проблема терминологического характера. Какова разница между «культурным», «творческим» и «креативным»? Что понимать под «творческими индустриями», что под «культурными»? И как вообще слова «творческий» или «культурный» могут стоять в одном ряду со словом «индустрия»? Эта проблема не из разряда «трудностей перевода», ее зерно таится в менталитете общества. Так, слово «креативный» для представителей «богемных» профессий имеет негативную коннотацию, а

¹² Хокинс, Д. (2011). *Креативная экономика* (С. 138). М.: Классика-XXI.

под словами «творческий человек» большая часть населения страны подразумевает некоего инфантильного художника или актера, немного «не от мира сего», которого никак нельзя воспринимать как серьезного бизнесмена. А вот когда речь заходит о словосочетании «творческие индустрии», то понять «что это такое?» путем подсознательного соединения двух понятий для российского человека совершенно невозможно.

Итак, что российские ученые включают в понятие «творческие индустрии»? На чей опыт в данном вопросе они опираются? Ниже приведена сравнительная *таблица 3* по видам творческих индустрий в Великобритании, Германии и России, а также, для сравнения, в Испании и Франции.

Следующий вопрос, которым резонно задаться – это «нужны ли России творческие индустрии?» Конечно, развитие индустрий такого рода в нашей стране не может проходить по классическому европейскому сценарию. Россия – страна с огромной территорией, богатая ископаемыми, с большим потенциалом для развития промышленности. Но не будем забывать, что главная задача творческих индустрий – это создание инновационной среды, «креативного города». Такого рода пространства не только не тормозят развитие промышленности, науки и техники, а, наоборот, во много раз увеличивают ее темп. Если же смотреть на проблему сквозь призму рыночных отношений, то важно понимать, что символическо-смысловой продукт является сегодня самым востребованным в мире, а создателями символов и смыслов выступают творцы. Главная новация творческих индустрий – это огромный технологический диапазон возможностей для любого человека стать творцом (*Зеленцова, 2008; С. 6*).

Интересны выводы, сделанные в пользу развития творческих индустрий, еще одного российского ученого – Т.В. Абанкиной. По ее словам, культура и творчество являются единственным инструментом в преодолении главного сегодняшнего дефицита – «дефицита желаний». В современном мире, который автор называет миром «экономики желаний», где все рынки перенасыщены и речь уже не идет о дефиците товаров или услуг, существует «дефицит желаний», который обусловлен усталостью людей от массовости и отчужденности товаров и услуг¹³.

¹³ Абанкина, Т.В. (2006). Оптимизация сети. Технологии управления и модели финансирования организаций культуры в свете реформ бюджетного сектора (С.11). *Справочник руководителя учреждения культуры*, 2, 8-17.

Таблица 3

**Определения и виды творческих индустрий.
Сравнительная таблица по странам, 2010 г.¹⁴**

	Великобритания	Германия	Россия	Испания	Франция
Используемый термин	Творческие индустрии	Культурные и творческие индустрии	Творческие индустрии	Культурные индустрии	Культурный сектор
Архитектура	×	×	×		×
Кино, ТВ и радио	×	×	×	×	×
Исполнительские искусства	×	×	×	×	×
Библиотеки				×	×
Дизайн	×	×	×		
Визуальные искусства	×	×	×	×	×
Издательское дело	×	×	×	×	×
Мода	×		×		
ПО / мультимедиа	×	×	×		
Музеи / культурное наследие				×	×
Музыка	×	×	×	×	×
Ремесла и прикладное искусство	×		×		
Реклама	×	×	×		

Сегодня в России существуют города, которые в самом скором будущем могут претендовать на звание постиндустриальных центров. Создание и развитие творческих кластеров в них с каждым годом набирает стремительные обороты. К такого рода городам можно отнести Санкт-Петербург, Пермь, Калининград и некоторые другие. Но центром исследовательской работы, подготовки профессиональных кадров, разработки финансовых, правовых и налоговых механизмов поддержки, создания полноценной инфраструктуры в данном секторе является Москва. Сегодня власти Москвы уделяют особое внимание культурной

¹⁴ BOP Consulting. (2010). *British Council Creative and Cultural Economy series / 2. Mapping the Creative Industries: A Toolkit*. Retrieved from: https://www.britishcouncil.pl/sites/default/files/mapping_creative_industries_toolkit.pdf; Zelentsova, E., Melvil, E. (2011). *Creative industries. Russian profile*. Helsinki: Creative Compass Project Publication.

политике столицы, в общем, и развитию творческих индустрий, как эффективного инструмента развития города, в частности.

Творческие индустрии в Москве: расположение и причины возникновения

Сегодня Россия, как страна, стремящаяся к передовым местам в инновационных разработках, путем поддержки интеллектуального труда и развития креативности, использует все доступные средства для достижения своей цели. Москва, как столица, является местом «премьер» для новых веяний в экономике, предпринимательстве, культуре. Сейчас сложно сказать, кто первым осознал экономическую привлекательность развития и поддержки креативного класса и создания творческих кластеров – теоретики или практики, но уже с начала 2000-х годов и в научных статьях, и на территории города стали появляться свидетельства нарастающего интереса к экономике нового типа.

Так каковы же естественные причины возникновения творческих индустрий в Москве?

1) Москва считается городом миллионеров, так, по данным журнала *Forbes*, в Москве проживает самое большое количество миллиардеров в мире¹⁵, а каждый владелец квартиры в Москве – миллионер, т.к. стоимость даже комнаты в столице не опускается ниже миллиона. Чтобы ответить на наш вопрос, обратимся к азам маркетинга и вспомним пирамиду Маслоу (*рис. 1*).

Согласно пирамиде, человек, удовлетворив свои первичные потребности, стремится к удовлетворению культурных, т.е. зарабатывая больше той суммы, которая нужна на удовлетворение потребностей в пище, воде, жилье, медицинском обслуживании, безопасности и т.д., он готов тратить деньги на удовлетворение своих потребностей в общественном положении, творческой самореализации, самосовершенствовании и духовном росте.

С другой стороны, вспомним еще одно экономическое явление под названием кривая индивидуального предложения труда (*рис. 2*). Согласно этой кривой, в определенный момент времени «эффект дохода» смещает «эффект замещения», и человек, меньше работая, больше зарабатывает. То есть у него появляется свободное время и деньги, которые, согласно пирамиде Маслоу, он стремится тратить, удовлетворяя свои культурные потребности.

¹⁵ По данным сайта [Moscow FAQ](https://moscowfaq.ru/).

Рисунок 1. Пирамида потребностей по Маслоу.

Рисунок 2. Кривая индивидуального предложения труда.

2) Москва – деловой центр страны, здесь расположены головные офисы крупнейших российских и западных компаний и банков, здесь набирает обороты развитие малого и среднего бизнеса и развивается система их государственной поддержки. Все новейшие веяния в мировой

науке и практике находят здесь своих последователей. В поисках новых эффективных ниш для бизнеса московские предприниматели не перестают обращаться к зарубежному опыту. Первыми, помимо ученых, кто стал понимать экономическую привлекательность такого сектора экономики, как творческие индустрии, были инвесторы и девелоперы. В качестве примера приведем первый в Москве творческий кластер «АРТСтрелка», возникший в 2004 году на территории бывшей кондитерской фабрики «Красный Октябрь», давший жизнь многим творческим начинаниям и послуживший вдохновением для открытия новых художественных площадок, таких как «ПРОЕКТ_ФАБРИКА» и «Винзавод», а также ряда проектов в других городах России. Сегодня новым владельцем территории «Красного Октября» является известный инвестор Александр Мамут. Сейчас полным ходом идет строительство сразу нескольких объектов, объединенных территорией, названием и целью: это институт медиа, архитектуры и дизайна, выставочный центр, художественная площадка и бар.

Львиная доля культурных институтов и творческих индустрий расположена в пределах Садового кольца, что говорит о крайней централизованности предложения культурного продукта. Казалось бы, что в погоне за низкой арендной платой творческие предприниматели должны были занять более «дешевые» районы города. Однако исторически сложилось таким образом, и это наглядно будет продемонстрировано ниже, что люди для удовлетворения своих культурных потребностей отправляются в центр: здесь расположены ведущие театры, музеи, книжные магазины и так далее. И даже при наличии качественного культурного продукта в своем районе, срабатывает определенного рода генетическая память. Таким образом, творческие предприниматели просто вынуждены «оседать» в центре, в расчете на то, что разница между доходами от продаж и расходами на аренду будет положительная.

Креативная Москва

В 2013 году в Москве по инициативе Департамента Культуры города был создан центр поддержки социокультурных проектных инициатив «Творческая Москва»¹⁶.

На сегодняшний день у центра проектов «Творческая Москва» два основных направления деятельности. Первое – развитие творческого

¹⁶ Официальный сайт Центра поддержки социокультурных инициатив «[Творческая Москва](https://www.tvmoscow.ru/)».

предпринимательства с помощью очно-заочных образовательных программ и системы поддержки стартапов. Второе – это привлечение творческих предпринимателей к деловому сотрудничеству с культурными институтами города. Важно отметить, что для обоих направлений деятельности проектного центра характерен принцип «децентрализации», т.е. важным фактором работы является развитие периферии, удовлетворение потребностей жителей окраин города в качественном культурном продукте, «создание возможностей для интеллектуальной активности и творческой самореализации горожан, что предполагает наличие насыщенной культурной жизни, разнообразных форм досуга, а также развитие творческих бизнесов (творческих индустрий) и интерактивных культурных площадок»¹⁷, создание рабочих мест, а, следовательно, улучшение качества жизни, экономическое и социальное развитие этих городских районов. Основными задачами проектного центра являются преодоление разрыва между существующей культурной инфраструктурой и культурными потребностями жителей, создание новых рабочих мест в сфере малого и среднего бизнеса, поддержка творческого предпринимательства, содействие в творческой самореализации жителей города.

Периферию Москвы характеризует специфическая инфраструктура, строительство которой, в свое время, было обусловлено количеством проживающих в том или ином районе жителей и их обеспеченностью культурным продуктом. Это и обусловило наличие домов культуры, музыкальных школ, домов детского творчества, домов пионеров и т.д. Район считался обеспеченным культурным продуктом в должной степени при соблюдении нормы «полметра культуры на одного жителя»¹⁸.

Сегодня в Москве на балансе государства находится 458 библиотек, 25 выставочных залов, 245 домов культуры и клубов, 82 концертные площадки, 165 музеев, более 200 детских школ искусств, 182 театра и более 50 парков культуры и отдыха, бюджет города на культуру составил 12,7 млрд руб в 2012 году¹⁹. Помимо этого, в городе

¹⁷ Мельвиль, Е.Х. (2013). Креативные индустрии в России: правовые и экономические аспекты. В *Развитие финансирования и законодательства в творческих индустриях северного измерения* (С. 30-34). Режим доступа: <http://www.spbicp.ru/UserFiles/File/Financing%20and%20legislation.pdf>

¹⁸ Раздел 13 «Учреждения и предприятия социальной инфраструктуры» приложения к постановлению Правительства Республики Бурятия от 16.04.2010 № 155 «Региональные нормативы градостроительного проектирования».

¹⁹ Ревзин Г., Тарновская, Р., Чубукова М. (2013). Модернистский проект городской культуры и его судьба в Москве. В *Археология периферии* (С. 281). Режим доступа: <http://issuu.com/>

периодически открываются все новые культурные пространства в виде мест дислокации творческих предпринимателей. «Сказать, что вся эта культурная сеть не имеет значения для культуры городской периферии, было бы абсурдом. Опросы показывают, что парки остаются главным достоинством периферийных районов в глазах их жителей, детские школы искусств (прежде всего танцев и музыкальные) высоко востребованы, хуже с периферийными театрами, музеями и библиотеками, но и они отнюдь не прекратили своего существования»²⁰.

Говоря о развитии периферии в ключе воплощения концепции «креативный город» уместно обратиться к западному опыту. Для понимания того, что такое развитая периферия, вспомним такой постиндустриальный центр, как Берлин. Здесь каждый район, будь то Кудам, Кройцберг, Далем, Митте или любой другой из 21 района, имеет свое ярко выраженное «лицо». Если мы сегодня будем спрашивать современных москвичей или гостей столицы, чем различаются между собой Бирюлево, Чертаново или Перово, то ответы на эти вопросы вряд ли будут слишком четкими. Поэтому такого рода брендинг районов могло бы стать актуальным направлением культурной стратегии Москвы²¹.

В 2013 году московским институтом социально-культурных программ, в целях определения специфики свободного времени жителей столицы было проведено исследование по определению их досуговых предпочтений. По итогам этого исследования была определена специфика рынка свободного времени москвичей (*рис. 3*).

Проведенное исследование наглядно демонстрирует важность развития предложения качественного культурного продукта на периферии, ведь 23% респондентов предпочитают выбраться в центр в свой выходной и лишь 8% проводит свободное в пределах своего района.

²⁰ Ревзин Г., Тарновская, Р., Чубукова М. (2013). Модернистский проект городской культуры и его судьба в Москве. В *Археология периферии* (С. 282). Режим доступа: <http://issuu.com/>

²¹ Ревзин Г., Тарновская, Р., Чубукова М. (2013). Модернистский проект городской культуры и его судьба в Москве. В *Археология периферии* (С. 285). Режим доступа: <http://issuu.com/>

Где вы обычно проводите свободное время?

Рисунок 3. Специфика рынка свободного времени (в опросе участвовало 10 тыс. человек).

Источник: Московский институт социокультурных программ

Важность поддержания творческих индустрий органами государственной власти

Оценка эффективности сектора и определение объема рынка. Теме оценки вклада культуры и искусства в экономическое и социальное благосостояние общества посвящены многие труды ведущих мировых экономистов. Из теории общественных благ нам известно, что зачастую культурные блага не имеют монетарной оценки, но совершенно бесценны для развития общества. На прошедшей в 2012 году в Москве международной конференции на тему «Творческие индустрии и креативная экономика как пространство исследовательской и проектной деятельности» горячо обсуждался вопрос о том, каким образом измерить ценность творческих индустрий.

Специалист в области экономического анализа и оценки проектов в области культуры из компании «Eccom Progetti – Идеи для культуры» Джулио Стумпо по итогам конференции и своего выступления на ней написал статью «Оценка творческих индустрий: в поисках индекса креативности». В этой статье он, главным образом, задается вопросом, как создать индекс креативности, который бы отражал состояние дел в креативном секторе. Автор пытается сосредоточиться на элементах, наиболее, с его точки зрения, важных для создания индекса: «во-первых, индекс должен суммировать в одном числовом показателе уровень развития того, что мы изучаем, таким образом, индекс – это числовое соотношение между двумя или более параметрами; во-вторых, он должен позволять сравнивать две разные территории (города, регионы, страны и так далее); в-третьих, он должен

позволять сравнивать разные территории в разное время (например, Рим и Москву в 2012 и в 2013 годах)» (*Стумпо, 2012; С. 12-13*). Такой индекс мог бы служить показателем эффективности отрасли, а также государственной политике в ней, во времени и пространстве.

Говоря о попытках проанализировать креативный сектор с помощью различных индикаторов, справедливо будет вспомнить знаменитый труд Ричарда Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». В этой работе автором предложена модель 3Т: толерантность, талант, технология. Флорида полагает, что креативный сектор работает благодаря именно этим трем факторам. «Каждый из этих элементов в отдельности является необходимым, но недостаточным условием: только наличие всех трех может привлечь творческих людей, генерировать новаторство и стимулировать экономический рост»²².

Помимо модели Флориды, на сегодняшний день существуют такие модели, как «5 столпов креативности» и «Гонконгская модель». Все они, во-первых, наглядно демонстрируют важность сбора статистических данных, а также важность доработки правил статистического анализа с учетом особенностей креативного сектора. Во-вторых, могут служить образцом или базой для выработки российских индексов.

Рынок творческих индустрий в 2005 году оценивался приблизительно в 2,7 трлн долларов, что составляло 6,1% мировой экономики²³. В России оценка этого рынка до сих пор не произведена, и на то существует ряд причин, таких как, например, отсутствие статистических данных или четких границ отрасли.

Инвестиции. Креативный город – место, крайне привлекательное для инвестиций. Во-первых, инновации привлекают инвестиции. Абсолютно все инвесторы заинтересованы в том, чтобы вложить сегодня средства в то, что завтра принесет им немалую прибыль. Такие постиндустриальные центры, как Берлин, Лондон, Шанхай, Токио, служат тому подтверждением, т.к. их отличает большой приток инвестиционного капитала в экономику.

Во-вторых, привлекательными для инвестиций могут быть разные городские пространства. В качестве примера, актуального для нашего исследования, приведу ревитализацию²⁴. Промышленные зоны

²² Флорида, Р. (2011). *Креативный класс: люди, которые меняют будущее* (С. 276). М.: Классика-XXI.

²³ Хокинс, Д. (2011). *Креативная экономика* (С. 138). М.: Классика-XXI.

²⁴ Ревитализация – подход к развитию промышленных зон, предполагающий баланс между площадями коммерческого и жилого использования, а также общественными пространствами,

Москвы составляют 16% территории города, это около 18,8 га²⁵. Большая часть этих территорий расположена за пределами третьего транспортного кольца, что делает их потенциально интересными для использования столичными властями в целях предложения качественного культурного продукта на периферии. Нам известны успешные преобразования промышленных зон в культурные пространства: Винзавод, ARTPLAY, АРТСтрелка и т.д. Однако процесс ревитализации может быть интересен не только Правительству города. По оценкам экспертов консалтинговой компании Strategy Partners Group, ревитализация промышленных зон вызывает все больший интерес у девелоперов, так как: предполагает относительно небольшие первоначальные инвестиции, культурная «облагороженность» территории значительно увеличивает стоимость коммерческих и жилых площадей, «проекты ревитализации являются хорошим дополнением к уже существующему портфелю недвижимости, помогая сбалансировать его по рискам и доходности»²⁶.

Творческие индустрии Москвы в большинстве своем находятся в центре, в то время как по окраинам имеется большой потенциал для их развития в виде использования промышленных зон.

Инновации. Креативный город – это пространство для творческой реализации жителей, конечной целью которого является создание инновационной среды.

В последнее время Правительство РФ уделяет все большее внимание развитию инноваций в различных сферах, чему свидетельствует размер государственных ассигнований в этом направлении. Наконец стало понятно, что для экономического лидерства на мировой арене необходимо производить интеллектуальный продукт, что сегодня, в условиях постиндустриальной экономики, нельзя считать развитой страной, «живя на сырьевой игле».

Бесспорно, инновация – это ключ к переходу к постиндустриальной экономике. Однако никакая инновация невозможна без творческой свободы создателя, без творческого подхода к исследуемому объекту, без креативности. «Взаимодействие индустрий,

делает акцент на идентичности, дизайне и коммуникации пространства, ориентируясь в качестве результата на создание многофункционального пространства, интегрированного в городскую среду: по данным сайта РБК. Недвижимость: Киселева, Е.В., Корнеев Г.В. (2014, 7 марта). [Московские промзоны возможно развивать с помощью ревитализации](#) // РБК-Недвижимость.

²⁵ По данным урбанистического форума «Археология периферии 2013»

²⁶ Киселева, Е.В., Корнеев Г.В. (2014, 7 марта). [Московские промзоны возможно развивать с помощью ревитализации](#) // РБК-Недвижимость.

связанных с искусством, с компьютерными сетями, и их взаимное оплодотворение через цифровые технологии сделало их двигателем новой экономики»²⁷.

Туризм. Берлин, Лондон, Пекин, Вена – вот далеко не полный список городов, которые ежегодно привлекают миллионы туристов своими арт-кластерами и культурными пространствами. И это сам благоприятным образом отражается на экономике этих городов, ведь помимо прямых финансовых потоков от посетителей этих ЦСИ, музеев, театров, существует немалый мультипликативный эффект в виде доходов ресторанов, гостиниц, транспортных компаний и так далее.

Предотвращение «утечки мозгов». Реализация комплекса мер, необходимых для эффективного функционирования творческих индустрий и создания креативного города, помимо толчка для развития различных отраслей, таких как туризм или инновации, может послужить эффективной мерой по предотвращению «утечки мозгов». В конце прошлого века Россия лишилась львиной доли своего главного богатства – человеческого капитала. Сегодня сложно точно оценить последствия этого факта, ясно лишь, что «упущенная выгода» колоссальна, например, многие наши бывшие соотечественники сегодня с успехом трудятся в «силиконовой долине» в США и являются авторами многих инновационных разработок, передового программного обеспечения и самых популярных в мире поисковых систем.

Среда комфортных условий для успешной работы когнитариата²⁸ – это креативный город. И речь идет не только о наличии оборудованных по последнему слову науки и техники исследовательских институтах или же о высоком уровне финансирования науки государством. «Создание возможностей для интеллектуальной активности и творческой самореализации предполагает наличие насыщенной культурной жизни, разнообразных форм досуга, а также развитие творческих бизнесов (творческих индустрий) и интерактивных культурных площадок»²⁹.

²⁷ Лэндри, Ч. (2011). *Креативный город* (С. 161). М.: Классика-XXI.

²⁸ Когнитариат (cognitariat; от лат. cogito – мыслю) – социальный слой, профессионально занимающийся интеллектуальной деятельностью. Термин введен Элвином Тофлером. Подробнее см: Зеленцова, Е.В., Гладких, Н.В. (2010). *Творческие индустрии: теории и практики* (С. 221). М.: Классика-XXI.

²⁹ Мельвиль, Е.Х. (2013). Креативные индустрии в России: правовые и экономические аспекты. В *Развитие финансирования и законодательства в творческих индустриях северного измерения* (С. 31). Режим доступа: <http://www.spbicpru/UserFiles/File/Financing%20and%20legislation.pdf>

Необходимые условия для развития творческих индустрий и реализации концепции креативный город

В ходе исследования нами был обозначен целый ряд условий, необходимых для развития и успешного функционирования творческих индустрий и реализации концепции «креативный город». Попытаемся классифицировать все эти условия и определить, какие из них на сегодняшний день в Москве выполнены, а реализация каких входит в планы на будущее.

Важность картирования. Бесспорно, что для грамотного управления отраслью, для ее эффективного развития, как в науке, так и на практике необходимо проведение исследований по определению ее масштабов, т.е. границ исследуемого сектора, состава, классификации, количества занятых, объема рынка, товарооборота, финансовой емкости и т.д. В Великобритании, на родине творческих индустрий и концепции «креативный город», Департамент культуры, медиа и спорта уже через год после прихода к власти «новых лейбористов» подготовил документ по картированию творческих индустрий. В Москве ситуация иная, на сегодняшний день документа по картированию не существует и его создание пока не входит в планы Правительства города. Автором работы была предпринята попытка самостоятельно оценить размер и финансовую емкость такого кластера творческих индустрий, как реклама. Попытка оказалась неудачной, т.к. не удалось даже определить точное количество агентств, работающих в этом кластере на территории Москвы. Проведение исследования такого масштаба, как картирование, невозможно без всесторонней поддержки властей.

Создание специальной структуры. Если основываться на британском опыте, то важным для успешной деятельности творческих предпринимателей является факт наличия специальной структуры «по решению задач творческих индустрий» на федеральном и региональном уровне, которое позволило бы решать стратегические задачи развития данного сектора. На сегодняшний день при Министерстве культуры РФ не существует такого рода отдела. Созданный Департаментом культуры города центр проектов «Творческая Москва» занимается вопросами, которыми ведает аналогичный отдел в Великобритании, однако речь идет далеко не о полном их перечне.

Формирование статистики. О масштабах проблемы, связанной со статистическим учетом, можно судить по показателям, необходимым для расчета индексов креативности. Более того, РОССТАТ на сегодняшний день не ведет учет предприятий, количество занятых в

которых не превышает 15 человек, а для творческого предпринимательства характерны как раз микропредприятия, фрилансеры, индивидуальные предприниматели.

Ценовая доступность арендных площадей. Существующие творческие кластеры Москвы характеризует довольно высокая арендная плата. У творческих предпринимателей, только начинающих свой путь в этом деле или занимающихся деятельностью не с самым большим доходом, нет финансовой возможности снять офис или шоу-рум на «Винзаводе» или во «Флаконе» (табл. 4). Поэтому наличие территорий с низкой арендной платой, которых на данный момент в Москве нет, является важным условием для развития творческих индустрий в городе.

Таблица 4

**Стоимость аренды на территории ведущих творческих кластеров
Москвы (данные на март 2014 года)**

Наименование творческого кластера	Количество творческих предпринимательств на территории творческого кластера	Средняя арендная плата в месяц (руб за кв.м.)
Винзавод	29	4500
ARTPLAY	79	3200
ПРОЕКТ_ФАБРИКА	60	1400
Дизайн-завод Flacon	более 200	1500
Арма на Курской	более 50	1350
Гараж	7	–

Источник: составлена автором работы.

Система малых кредитов. Как и любой другой бизнес, творческие предприниматели испытывают необходимость в заемных средствах. Сегодня все большее количество банков расширяют свой пакет услуг кредитами малому бизнесу. Также для решения этой задачи полезным является комплекс мер, разработанный Департаментом науки, промышленной политики и предпринимательства, куда входят такие опции, как: субсидии для начинающих предпринимателей, субсидии на возмещение процентов по кредиту, субсидии на возмещение части затрат, связанных с участием в конгрессно-выставочных мероприятиях, а также фонд содействия кредитованию малого бизнеса в Москве. По данным сайта Департамента, объем кредитов, предоставленных малому и среднему предпринимательству в Москве в 2012 году, составил 1894,1 млрд рублей, из них 1881 млрд рублей средним, малым и

микропредприятиям и 13,3 млрд рублей индивидуальным предпринимателям³⁰.

Консультационная поддержка. Часто творческие предприниматели абсолютно не сведущи в вопросах ведения бизнеса, т.к. не имеют специального образования в сфере менеджмента, маркетинга, рекламы. Для успешного ведения своего дела им необходимы консультации экспертов, что позволит сэкономить время и деньги на образование или привлечение дополнительного персонала. На сегодняшний день существует ГБУ «Малый бизнес Москвы», которое консультирует предпринимателей по возникающим у них вопросам в сфере ведения бизнеса через онлайн-чат или специальную форму «Задать вопрос специалисту», а также через единую справочную службу поддержки малого предпринимательства города Москвы. Также существует ГБУ «Центр инновационного развития Москвы», которое оказывает всестороннюю консультационную поддержку работающим в Москве участникам рынка инновационных товаров и услуг.

Агентства-посредники. В Великобритании имеется большое количество специальных агентств – посредников между творческими предпринимателями и городскими властями, что существенно улучшает связь между ними и позволяет быстро реагировать на нужды отрасли. В Москве таких агентств нет, отчасти эту функцию выполняет агентство «Творческие индустрии», но только в одностороннем порядке: власть – бизнес.

Профессиональные кадры. Творческие индустрии – это сравнительно новый сектор экономики и, как следствие, он испытывает серьезный недостаток в профессиональных кадрах. Специалисты в области творческого предпринимательства сегодня очень востребованы на рынке труда.

Законодательное регулирование. Важным условием для развития и успешного функционирования творческих индустрий является наличие законодательной базы, правовых, финансовых и налоговых механизмов. Но еще более важным видится решение проблемы несоблюдения законов, в частности касающихся 4 части ГК РФ, посвященной авторскому праву.

Финансовая поддержка. Налицо необходимость государственной поддержки специалистов и ученых в области творческих индустрий, с

³⁰ По данным официального сайта Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы: [Предпринимательство в Москве](http://dnpp.mos.ru/about-the-department/graphics/pr_4.png) (2011). Режим доступа: http://dnpp.mos.ru/about-the-department/graphics/pr_4.png

целью проведения актуальных исследований, таких как, например, картирование.

По отношению к заведомо «нерентабельным» видам искусства, таким как, например, театр, необходима выработка протекционистских мер, иначе они рискуют выпасть из культурного процесса. Речь идет об обязательной государственной поддержке в виде финансирования и существенной доработке законов, регламентирующих деятельность институтов классической культуры. Однако это не означает, что управленцы такого рода учреждений культуры не должны руководствоваться в своей работе новейшими принципами проектного менеджмента, существующими маркетинговыми стратегиями и так далее.

Формирование системы отчетности. В странах, вступивших на путь постиндустриального развития, уже имеется отлаженная система отчетности по суб-секторам отрасли творческого предпринимательства. Ежегодно правительства Великобритании, Германии, Китая и других развитых стран публикуют отчеты по креативным индустриям. В связи с существующими в России проблемами со статистическим учетом, с определением границ отрасли, количества занятых, финансовой емкости и так далее, на сегодняшний день затруднительно составить отчет по отрасли.

Заключение

В течение всей истории ответ на вопрос «за счет чего государство богатеет?» менялся в зависимости от типа общества. В традиционном обществе источником богатства было преимущественно сельское хозяйство, в индустриальном – промышленное производство, в постиндустриальном – производство интеллектуального продукта. Для производства последнего, в первую очередь, необходима инновационная среда, т.е. сочетание внутренней среды и внешних условий, являющаяся основополагающим критерием осуществления эффективной инновационной деятельности. Такого рода сочетание внутреннего и внешнего в пределах одной территории является главным условием при воплощении концепции «креативный город». Ведь, как мы помним, «креативный город – это объединение в рамках города и региона творческих способностей (креативности) отдельных людей и сообществ для формирования экономически и социально благополучной городской

среды»³¹. А вот для того, чтобы выявить и развить творческие способности отдельных людей и творческие начинания сообществ, необходима развитая система творческих индустрий. Речь идет не только о предложении качественного и доступного культурного продукта в виде студий детского творчества или специальных программ по творческому развитию для старшего поколения, но и о существенных доработках законодательной базы, статистического учета, но, самое главное, в приоритетном отношении властей к развитию именно этого вида активности общества.

ИСТОЧНИКИ:

Зеленцова, Е.В. (2008). *Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта* (Дис. ... канд. культ. наук: 24.00.01). Москва.

Матецкая, М.В. (2013). *Творческие индустрии сквозь призму культурной политики*. М.: ИЭ РАН.

Стумпо, Дж. (2012). Оценка креативных индустрий: в поисках индекса креативности. В книге *Творческие индустрии и креативная экономика как пространство исследовательской и проектной деятельности* (С. 10-22). М.: Классика-XXI.

Археология периферии (2013). Режим доступа: <http://issuu.com/>

Абанкина, Т.В. (2006). Оптимизация сети. Технологии управления и модели финансирования организаций культуры в свете реформ бюджетного сектора. *Справочник руководителя учреждения культуры*, 2, 8-17.

Барышева, Е.А. (2005). Великобритания: «культурная индустрия» в современной культурной политике. В книге *Эволюция культурной деятельности в новом столетии: Социально-экономические аспекты культурной политики: Том 2. Культура в глобальном мире* (С. 324-342). СПб: Алетейя.

Зеленцова, Е.В., Гладких, Н.В. (2010). *Творческие индустрии: теории и практики*. М.: Классика-XXI.

Киселева, Е.В., Корнеев Г.В. (2014, 7 марта). *Московские промзоны возможно развивать с помощью ревитализации* // РБК-Недвижимость.

Лэндри, Ч. (2011). *Креативный город*. М.: Классика-XXI.

Мельвиль, Е.Х. (2013). Креативные индустрии в России: правовые и экономические аспекты. В *Развитие финансирования и законодательства в творческих индустриях северного измерения*. Режим доступа: <http://www.spbicp.ru/UserFiles/File/Financing%20and%20legislation.pdf>

³¹ Зеленцова, Е.В., Гладких, Н.В. (2010). *Творческие индустрии: теории и практики* (С. 214). М.: Классика-XXI.

- Раздел 13 «Учреждения и предприятия социальной инфраструктуры» приложения к постановлению Правительства Республики Бурятия от 16.04.2010 № 155 «Региональные нормативы градостроительного проектирования».
- Ревзин Г., Тарновская, Р., Чубукова М. (2013). [Модернистский проект городской культуры и его судьба в Москве](#). В *Археология периферии* (С. 278-290). Режим доступа: <http://issuu.com/>
- Флорида, Р. (2011). *Креативный класс: люди, которые меняют будущее*. М.: Классика-XXI.
- Хокинс, Д. (2011). *Креативная экономика*. М.: Классика-XXI.
- BOP Consulting. (2010). *British Council Creative and Cultural Economy series / 2. Mapping the Creative Industries: A Toolkit*. Retrieved from: https://www.britishcouncil.pl/sites/default/files/mapping_creative_industries_toolkit.pdf
- Charles Landry official website.
- Creative Economy: A Feasible Development Option* (2010). Retrieved from: http://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf
- Creative Industries in Berlin: Development and Potential* (2008). Retrieved from: <http://www.ndpculture.org/>
- Federal Ministry of Economics and Technology. (2009a). *Culture and Creative Industries in Germany: Summary* (Research Report № 577). Retrieved from: http://www.kulturwirtschaft.de/wp-content/uploads/2009/03/german_cci_en_summary_0903231.pdf
- Federal Ministry of Economics and Technology. (2009b). *Culture and Creative Industries in Germany 2009 Monitoring of Selected Economic Key Data on Culture and Creative Industries: Monitoring Report 2010 – Summary Version* (Research Report № 589). Retrieved from: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/Dateien/KuK/PDF/culture-and-creative-industries-in-germany-2009-monitoring,property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf>
- Keane, M. (2009, 12 March). [Why China wants creativity](#) // Australian Policy Online.
- Zelentsova, E., Melvil, E. (2011). *Creative industries. Russian profile*. Helsinki: Creative Compass Project Publication.

Leila R. Zotova, 1st year postgraduate student, speciality 08.00.05. Economics and National Economy Management (Economics, Organization and Management of Enterprises, Industries and Complexes – Service Industry), The Institute of Education, The National Research University “Higher School of Economics”

The creative city: creative industries and urban development

ABSTRACT:

The article is dedicated to the analysis of the creative industries as an instrument for a creative city “construction” and innovational environment creation. The objects of the study are the concept of “creative city” that was proposed in the late 70-s by British culturologist Charles Landry and also the market of the creative industries that actively grows in many countries of the world nowadays. The aim of the work is to study the phenomena of “creative city” and “creative industries” by analyzing their development in theory and practice and also to assess the economic efficiency of the latter on the industry level. In her work, the author used the methods of the collection and analysis of the information from studies, scientific articles, periodicals, reports of public authorities of various countries, The United Nations’ reports, regulatory documents, state programs, interviews with the representatives of different industries etc. The research has resulted in identification of a number of peculiarities in the creative industries development in Russia and abroad, and also in identification of the existing obstacles of the active growth of this economic sector in our country. The author concludes that a successful entrepreneurship requires an extensive governmental support, such as, for instance, preparation of a document on the mapping of creative industries; formation of the statistics, creation of a special authority regulating the work of creative industries on the federal level and much more.

KEYWORDS: creative industries, creative city, innovations, creative class, creative clusters, creative economy