

ВОЗРОЖДЕНИЕ «ГОРОДА МАСТЕРОВ»

Е.В. Зеленцова

Московская высшая школа социальных и экономических наук
при Академии народного хозяйства при Правительстве РФ

«Творческие индустрии», или «креативные индустрии» (creative industries), являются в современной экономике одним из ключевых секторов. Сюда относят музыку, изобразительные искусства, кино, исполнительские искусства, галерейный бизнес, моду, ремесла, издательское дело, рекламу, дизайн, архитектуру, Интернет и компьютерные технологии, культурный туризм. Творческие индустрии соединяют бизнес-навыки и культурные практики, основой которых является творческая, интеллектуальная составляющая.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, экономика творчества, центры культуры и искусства, социальные ценности, свобода творчества.

Творческие индустрии пришли в Россию как трансляция британского опыта*. И это не случайно. Именно Великобритания в 1998 г. заявила о поддержке творческих индустрий на государственном уровне. Между тем мировой опыт развития творческих индустрий не ограничивается опытом Великобритании, а охватывает практически все развитые страны Европы, Америки, Юго-Восточной Азии. В последние годы в этой сфере успешно проявили себя Китай, страны Прибалтики и Латинской Америки.

Понятие «творческие индустрии» не имеет четких фиксированных границ и варьируется в зависимости от ресурсов и приоритетов той или иной территории. Так, например, в Гонконге в сектор «записали» всю индустрию развлечений и азартных игр, а в Финляндии – ландшафтные парки. Неизменным остается одно: творческие индустрии – это действенное средство, меняющее облик городов, улучшающее качество жизни граждан, способствующее экономическому росту территорий и снижению социальной напряженности. Об этих «свойствах» творческих индустрий много писал англичанин Чарльз Лэндри, чья книга «Креативный город: Практическое пособие по городской инноватике» стала популярной, в том числе и в России [1]. Но многие исследователи в своих соображениях относительно роли творчества в современном мире идут еще дальше, объявляя современную экономику не просто «экономикой знаний» или «экономикой переживаний», а говоря о новом типе экономики – экономике творчества (creative economy). Самым известным апологетом этой теории является автор книги «Креативная экономика. Как делать деньги из идей» Дж. Хокинс. Эта книга заявлена как «первое практическое пособие по развитию креативных индустрий» и содержит основные принципы развития новой экономики, включая рост оборотов от продажи патентов и продуктов авторского права. С чем же связан столь бурный рост интереса к творчеству и креативности? Почему сегодня можно говорить о своего рода «экспансии» творческих индустрий по отношению ко всей остальной экономике?

© Зеленцова Е.В., 2009

* В начале 2003 г. российско-британским партнерством при поддержке программы Европейского союза в Санкт-Петербурге был создан Центр развития творческих индустрий. Далее в эту работу включился московский Институт культурной политики.

Креативная экономика и креативные индустрии

Уже в конце 1990-х годов многие исследователи отмечали, что мир входит в новую эпоху, которая не подходит под определения «информационное общество» или «экономика знаний». Возникло понимание, что основой экономики ближайшего будущего будет творчество. И хотя рубеж тысячелетий – дата, по сути, условная, то, что в 2000 г. в журнале «Business Week» впервые было введено в оборот понятие «креативная экономика», а уже в 2001 г. вышла книга Дж. Хокинса «Креативная экономика» [4], не могло не показаться символическим.

В начале 2000-х годов творчество и креативность осмыслились, с одной стороны, как ключевой ресурс современного экономического развития, с другой – как ресурс личностного роста. Количество литературы, посвященной этой теме, на сегодняшний день огромно. Интерес к творческим индустриям растет не только в литературе и исследовательской деятельности. По всему миру – от Соединенных Штатов до Гонконга – реализуются программы поддержки креативных индустрий, создаются кластеры, консалтинговые агентства и ресурсные центры, факультеты и учебные центры.

Чем объясняется этот бум? Творческие индустрии связаны с инновациями, которые все более воспринимаются как ключ к экономической конкурентоспособности. Они видятся как технология, создающая инновации. Креативность дает возможность поднять изобретательность до уровня художественного, артистического качества, мотивируя предпринимателя опираться не только на расчет, но и на глубокую интуицию.

Еще более широко в сферу креативного предпринимательства включается малый и средний бизнес. Схемы взаимодействия становятся более гибкими. «Окультуривание экономики» приводит к появлению нового стиля менеджмента, который был описан американским профессором, руководителем Департамента социального и культурного анализа Нью-Йоркского университета Эндрю Россом в книге «No-Collar» [8]. Ее название можно перевести как «Без воротничка» или «Без ошейника», и речь в ней идет о новой модели жизни как самореализации и работы как творчества, не предполагающей ношение неизменных «вериг» офисного человека в виде чопорного костюма и крахмального воротничка. Новая организационная культура отвергает упорядоченность и жесткие рамки работы и отдыха. Стиль работы более всего начинает напоминать стиль жизни артистической богемы, где преобладают вдохновение и творческие озарения, а не методичное выполнение людьми своих обязанностей. Наиболее полно эти явления выявил и описал Ричард Флорида в книге «Подъем креативного класса» (рус. пер. – «Креативный класс») [2]. Креативный класс, по его определению, состоит из людей, создающих экономические ценности в процессе творческой деятельности. Он генерирует значимые новые формы и модели, которые можно распространять и использовать.

Идеи креативной экономики и поддержки креативного класса, сформулированные в начале тысячелетия, уже нашли свое отражение в социально-экономической политике Великобритании. От поддержки креативных индустрий британское правительство перешло к построению креативной экономики. Программа «Creative Britain – New Talents for the new economy»* заявлена в

* Программа была принята 12 марта 2008 г. и доступна на сайте Департамента культуры, медиа и спорта по адресу <http://www.culture.gov.uk>

качестве новой стратегии развития страны. В начале марта 2008 г. о начале этой программы объявил премьер-министр Великобритании Гордон Браун.

Развитие творческих индустрий, проникновение идей творчества во все сферы общественной жизни в развитых странах позволяют говорить об изменении вектора общественного развития в сторону модели, ориентированной на приоритет гуманитарных наук.

Постиндустриальный мир – мир городов

Процессы, связанные с ростом творчества и креативности в современном общественном развитии происходят на фоне увеличения числа городов. Сегодня можно смело сказать, что современный мир – это мир городов.

В XX в. процесс урбанизации приобрел колоссальный размах: если в 1900 г. 14% населения земного шара проживало в городах, то к концу века эта цифра достигла 47%. Сегодня она еще больше. По прогнозам, каждые 50 лет население городов будет удваиваться. Именно город в постиндустриальной экономике многократно увеличивает возможность обмена знаниями, информацией, создает благоприятный производственный цикл. При этом современный город – совсем не тот, каким он был еще некоторое время назад. Города сегодня – узлы мировых потоков не только грузов и капитала, но и людей, информации, новых технологий и творческих идей.

Сейчас много говорится о конкуренции городов, как в глобальном, так и в локальном масштабе. В современном открытом и мобильном обществе конкуренция городов становится даже более актуальной, чем конкуренция стран. Самые развитые и богатые города – Нью-Йорк, Токио, Сингапур, Лондон и др. – борются между собой за финансовые, информационные и людские потоки, что в современном мире равно понятиям «развитие» и «процветание». Этим гигантам буквально наступают на пятки новые, молодые или обновленные города, такие как Шанхай. Но и на более низком уровне конкуренция становится все более острой. И здесь можно говорить, что между собой соперничают Москва, Будапешт и Киев. Соревнование выходит за рамки государственных границ, подобно соревнованию за звание столицы следующей Олимпиады. Такие города как Сургут и Ханты-Мансийск, Новосибирск и Красноярск, и более мелкие города, оттягивающие из села людские ресурсы, – все они находятся в ситуации конкурентной борьбы. Именно поэтому *тема городского развития стала приоритетной как для развитых, так и для развивающихся стран.*

Процесс глобализации не только стирает границы между странами и культурами и порождает ощущение утраты единства в системе государственных образований, но и усиливает потребность в фиксации локальной идентичности на местном и региональном уровнях. Именно это обстоятельство заставляет жителей города и городские власти искать новые символы территории, культурные коды и модели, вызывающие ощущение уникальности места, его неповторимости и значимости в мировом масштабе. Важнейшим средством решения обеих сторон проблемы – универсализации и одновременно индивидуализации города выступают творческие индустрии. Таким образом, *именно творческие индустрии становятся ответом на многие вопросы, стоящие перед городами-конкурентами.*

От фабрики вещей к фабрике идей.

Творческие индустрии как ресурс развития городов

Города-крепости раннего Средневековья постепенно превращались в города-мастерские, затем, в эпоху индустриализации, – в города-фабрики. Современный «Город мастеров» использует опыт ручных ремесел и конвейера, но главный предмет его поиска – не вещь, не новый товар, а новая идея товара или услуги. Столицы постиндустриальной эпохи – это «фабрики идей» и «фабрики развлечений», а функцию «фабрики вещей» выполняют развивающиеся страны и центры.

Конкуренция в постиндустриальном мире – это конкуренция инноваций, научных исследований, технологических разработок, а главное – творческого потенциала профессионалов, работающих в самых разных областях. Последнее предполагает не только необходимые для творчества материальные условия, но и определенную культуру мышления, которая не может сформироваться по заказу или по требованию правительства. Способность проявлять творчество и инициативу – именно те качества, которые необходимы для построения экономики, основанной на знаниях. В этом процессе «культура», ранее воспринимавшаяся как маргинальное и как бы декоративное явление, стала основой формирования политики как потенциальный экономический ресурс.

Экономическое развитие тесно связывается с кластерингом креативных индустрий и собственно урбанизмом. Эти связи являются основной идеей «нового открытия города», которое имело место в 1980–1990-е годы. Сетевое общество предопределило развитие основных направлений [3]. Города стали основными экономическими точками роста, основанными на способности к знаниям и тиражированию символов и смыслов.

В 1980-е годы в Европе, США и других развитых странах начался кризис индустриальной экономики. Фабрики и заводы старейших индустриальных центров, таких как Манчестер в Великобритании, Лион во Франции и многие другие в массовом порядке закрывались, а население городов оказывалось перед лицом массовой безработицы. Переход к «постиндустриальной модели», провозглашенной Дэниелом Беллом и Элвином Тоффлером еще в 1970-е годы, в реальности оказался сложным и чрезвычайно болезненным.

Перемены потребовали не только системных изменений в экономике развитых стран, но и глубоких перемен в структуре занятости, в формировании городской среды, в том числе в области культуры и культурной инфраструктуры. Переход от индустриальной экономики, ориентирующейся на рынок промышленных товаров, к постиндустриальной экономике, ориентированной на рынок интеллектуальных услуг, стал условием выживания для территорий «классического капитализма».

Все это стимулировало трансформацию городов, и большинство консультантов по креативным индустриям были глубоко вовлечены в «искусство возрождения городов» [5]. Они проектировали изменения городских пейзажей, улиц и кварталов, культурных площадок, точки альтернативной розничной торговли, новые формы публичных искусств и зрелищ, руководили процессом архитектурного возрождения, вели кампании – такие как «город, живущий 24 часа в сутки».

Культура имеет прямое значение для повышения стоимости городской недвижимости, если последняя соседствует с художественными галереями,

концертными залами и другими точками деятельности небольших культурных бизнесов и городских активистов. Городская жизнь – важная среда для культурных инициатив, объединяющих коммерческие и некоммерческие инициативы. Появляются сложные бизнес-модели творческих индустрий, в которых производственные идеи рождаются в сотрудничестве с другими фрилансерами или малыми бизнесами либо с очень крупными бизнесами. Это взаимодействие помогает управлять и неизбежными рисками их бизнесов [7].

Таким образом, *практическую ценность концепции творческие индустрий обрели в первую очередь в программах городского развития. И по сей день программы развития творческих индустрий это прежде всего программы городского уровня.*

Рецепты развития творческих индустрий – свобода творчества и свобода предпринимательства

Чтобы творческие индустрии «заработали» в программах городского развития, необходимы, как минимум, два условия. Необходимо стимулировать свободу творчества и обеспечить свободу предпринимательства. Именно эти ингредиенты являются основными составляющими лекарства, которое возвращает города к жизни.

Еще в 1980-е годы, в ходе развития «кризиса индустриальной экономики», выяснилось, что те регионы, в которых формировались крепкие сети малых и средних предприятий, становятся более устойчивыми и выигрывают. Подобно рынкам эти сети были специфицированы и активно экспериментировали вне рамок устоявшихся социальных и культурных традиций. Идеи свободного предпринимательства – также один из ключевых мотивов, звучавших в этот период. Именно возможность «работать на себя» и подкрепляет чувство свободы и раскрепощения, которое возникло в постиндустриальную эпоху. Творческие индустрии стали восприниматься как территория новой экономики «знаков и пространств» (signs and space) [7].

Идеи креативности, которые переместились в центр внимания исследователей в 1980–1990-е годы и основное развитие которых приходится на 2000-е, изначально были связаны с изменениями социальных ценностей, обозначенными революцией 1968-го. Этот процесс был частью нового открытия человеком самого себя (хотя вызревал в артистической и богемной традиции XIX в. и в модернистских поисках XX в.). На самом переломе 1990–2000-х креативность – творческая способность – была названа основной ценностью современного человека и главным ресурсом бизнеса будущего [6]. *Произошел кардинальный переход от доминирующей идеи социальной ответственности к самовыражению и самореализации как базовым ценностям и задачам человека.*

Может ли Россия стать территорией творчества?

А что в России? Как сырьевая держава может включиться в процессы «окультуривания» экономики? Какова судьба огромных пространств и тысяч российских городов перед лицом творческой экономики? Могут ли российские города стать центрами креативности?

Ответы на эти вопросы все чаще и чаще задают себе не только деятели культуры, но и городские и региональные власти. В 2006 г. состоялся визит автора

книги «Креативный класс» Ричарда Флориды в Красноярск, организованный по инициативе губернатора Красноярского края В. Хлопонина. Осенью прошедшего года в рамках празднования 380-летия Красноярска состоялся фестиваль «Красноярск креативный», а в 2009 г. должна стартовать городская программа «Креативный Красноярск». Интерес к развитию творческих индустрий проявляют власти еще целого ряда российских городов и регионов. Но какие реальные шаги будут предприняты на пути от «Красноярска промышленного» к «Красноярску креативному» пока еще не очень понятно.

Можно даже сказать, что сегодня тема «творческие индустрии и городское развитие» стала модной. За последние годы было сделано несколько попыток сформировать программы развития творческих индустрий для конкретного российского города, было проведено множество семинаров, созданы российские организации, пытающиеся заниматься развитием творческих индустрий. Но пока еще рано говорить о каких-то конкретных, а главное – стратегических шагах на пути к креативным российским городам.

Внеобычной и в смысле пространств, и в смысле проблем России не просто найти ключевые точки, которые тормозят это развитие. Но сделать это необходимо хотя бы для того, чтобы понять, с какими трудностями придется столкнуться в первую очередь.

Ключевой проблемой является то, что Россия медленнее и позже, чем европейские города, вошла в зону постиндустриального развития. Сегодня в России только Москва и Санкт-Петербург являются постиндустриальными центрами. Другие крупные города несут в себе больше черт индустриальной эпохи, чем постиндустриальной. Творческие индустрии как примета «постиндустриального» в городском развитии сконцентрированы преимущественно в Москве. Трудность работы с творческими индустриями на всех уровнях в России (политическом, общественном и пр.) связаны, в том числе и с недостаточной насыщенностью потребительского рынка, и с неразвитостью сферы услуг, и с недостаточным уровнем спроса на культурную продукцию в силу того, что российские регионы пока еще только вступают в ту зону, когда определяющей становится «экономика переживаний». В тех городах, где производство в силу «естественных» причин умирает, на смену приходят пока еще другие реалии. Так, например, в Иваново на месте бывшей текстильной фабрики был создан не творческий кластер или мультимедиа-центр (как это было бы в европейском городке), а торгово-развлекательный центр.

Но есть и примеры творческого подхода к промышленным объектам, в том числе и по отношению к действующим предприятиям. Попытки «окультуривания» традиционной промышленности недавно были предприняты в Екатеринбурге. Силами студентов и преподавателей Уральской архитектурно-художественной академии была сделана архитектурная подсветка заводских градиен одного из промышленных предприятий. Этот проект очень напоминает проект развития промышленной зоны в Рурской долине в Германии, где силами дизайнеров были подсвечены бывшие промышленные здания. Это делалось, в частности, для того, чтобы изменить отношение жителей бывшей немецкой промышленной зоны к промышленному наследию. В России такого рода проекты создают «новый контекст» бытования работающих промышленных производств, меняя отношение

к индустриальному производству, указывая на новые реалии, внедряющиеся в традиционную городскую среду.

В некотором смысле, наступивший кризис и спад промышленного производства, больно ударивший по жителям российских промышленных центров, дает шанс для изменения отношения не только к промышленным объектам, но и к возможностям, которые открывает развитие творческих индустрий. Из категории «модных», но в условиях финансовой стабильности совсем необязательных вещей творческие индустрии могут перейти в категорию «спасательного круга» для многих российских региональных центров.

Творческие индустрии – это прежде всего малый и средний бизнес. Свобода предпринимательства – одно из ключевых условий развития творческих индустрий. Если говорить о России, то и на бытовом, и на экспертном, и на политическом уровне признается, что свобода предпринимательства, в особенности малый и средний бизнес в России, испытывают огромные трудности и в какой-то степени находятся в зачаточном состоянии. Это касается не только традиционных видов бизнеса, но и инноваций и творчества. Чтобы открыть свое предприятие в российских условиях, нужно быть едва ли не одержимым подвижником. А чтобы открыть свое предприятие в области творческих индустрий, мало быть подвижником, нужно обладать еще и творческими способностями, что вдвойне усложняет задачу. Идущий в стране процесс «огосударствления» экономики не обошел и предприятия творческих индустрий. На сегодня практически нет частного телевидения, стало меньше независимых изданий, радиостанций и т.д.

В Москве можно видеть, как развивается галерейный бизнес, как развиваются независимые центры культуры и искусства, такие как Проект «Фабрика» или Центр современного искусства «Винзавод». Но в регионах таких примеров практически нет. Традиционно сфера изобразительного искусства и сфера культуры остаются практически полностью государственными. Музеи и организации культуры можно лишь условно отнести к творческим индустриям, особенно в России, где они всего лишь в малой степени участвуют в производстве творческих продуктов на коммерческой основе. «Огосударвленность» сферы культуры (почти нет негосударственных библиотек, музеев и т.п. – особенно если не брать ведомственные) тормозит развитие творческих индустрий и само по себе является чрезвычайно затратным и неэффективным способом культурного производства. Разветвленная сеть бюджетных учреждений «утаскивает» культуру в индустриальное прошлое.

Также очень сложно говорить о развитии творческих индустрий в России и в связи с тем, что в нашей стране практически не соблюдается законодательство об авторском праве. В основе предприятий творческих индустрий, будь то рекламное агентство или издательский бизнес, лежит работа с творческими человеческими ресурсами и интеллектуальным капиталом, которая осложняется отсутствием цивилизованного рынка авторской и патентной продукции. Одной из ключевых задач менеджмента предприятий творческих индустрий является обеспечение соблюдения авторских прав на продукцию (лицензирование, патенты, копирайт и прочее). Например, в России достаточно успешно развивается сектор кино. Появилось достаточно много студий, которые занимаются как игровым, так и документальным кино. Можно сказать, что сектор на подъеме.

Развитию его очень мешает несоблюдение авторских прав, широкое распространение пиратской продукции.

С другой стороны, вступление в силу с 2008 г. четвертой части Гражданского кодекса РФ, которая является одной из самых жестких законодательных актов в мире по авторскому праву, сократило возможности малого и среднего бизнеса в работе с продуктами авторского права. Четвертая часть Гражданского кодекса РФ отдает все права автору, при этом права потребителей не учитываются. Так, в частности, из-за этих законодательных нововведений прежде всего пострадали библиотеки для слепых, лишившиеся возможности заказывать аудиокниги.

Сейчас модно говорить о «локальной идентичности» и включении локальных культур в глобальный контекст. Именно творческие индустрии производят продукцию, опираясь на специфику своих регионов – ресурсы, традиции, историю и т.д., но с учетом мировых тенденций и часто с выходом на глобальные рынки. Это означает работу как на местном уровне (местные власти, местное население – клиенты, потребители), так и управление процессами на уровне международных сетей и международных организаций. Сегодня же не только на глобальном, но и на местном уровне очень сложно найти творческие продукты «made in Russia».

Сектор дизайна – один из наиболее мощных и финансово устойчивых секторов творческих индустрий. Но в России трудно говорить о развитии современного дизайна. Кроме российского дизайнера Пирожкова, разрабатывавшего дизайн автомобилей Citroen и работавшего в центре дизайна Toyota в Ницце, пока еще никто не стал настоящим «героем наших дней». Российские рекламные агентства проигрывают конкурсы зарубежным коллегам даже в тех случаях, когда речь идет о рекламных компаниях отечественных фирм. Достаточно вспомнить историю с компанией по ребрендингу МТС, которая в итоге оказалась unsuccessful. Архитектурное бюро Нормана Фостера строит (или собиралось строить) башню «Федерация», этот заказ не достался отечественным архитекторам. Конкуренция на международном уровне высока, на мировые рынки выходят только отдельные специалисты. То есть для выхода на международные рынки отечественным «творческим индустриям» придется проделать еще очень большой путь.

Свобода творчества как ресурс развития

Многие деятели культуры настаивают на свободе творчества как необходимом условии развития и процветания не только для искусств, но и для городов и территорий. Например, такой вид современного искусства, как граффити, тесно связан с политической сатирой. А при стремительном сокращении политических прав и свобод такой вид искусства обречен быть провинциальным суррогатом.

Массированное наступление на современное искусство, предпринятое рядом религиозных организаций, дало свои плоды в сфере как общественно-политической, так и художественной. Теперь многие художественные события оказываются под прицелом ревнителей патриотизма и нравственности. Так, например, летняя выставка на «Винзаводе» – «Яблоки падают в разных садах» привлекла внимание все тех же борцов за нравственность в искусстве. Принцип свободы творчества является одним из основных прав человека, поскольку предполагает право каждого на свободное высказывание своих мыслей. Наличие

препятствий в самовыражении автора, в контексте творческих индустрий не только лишает общество художественных произведений, но и тормозит социально-экономическое развитие. Таким образом, возможность творчества без ограничений имеет ценность не только в контексте прав человека или развития искусства. В современном мире «креативной экономики» она становится «акселератором» развития. Современное искусство – это творческая лаборатория, из которой впоследствии вырастают художественные достижения в целом ряде секторов творческих индустрий. Ограничение свободы творчества в этой области в итоге оборачивается ограничениями в развитии таких современных творческих бизнесов, как дизайн, реклама, мода и т.д.

Что представляет собой среднестатистический региональный центр? Рекламные щиты, которые либо заимствуют созданные западными агентствами слоганы и образы, либо напрямую «объявляют» о тех или иных возможностях. Наивные вывески, призывающие приобрести «продукты для вас», прилавки магазинов, заполненные китайским (или европейским) ширпотребом, где невозможно найти ни одного продукта отечественного дизайнера. Стандартные интерьеры, которые по чьей-то прихоти также стандартно называются «евроремонт». Казенные музеи и выставочные залы, в которых строгость обстановки сочетается со строгостью персонала и регламентированностью творческой деятельности. Типовые жилые кварталы.

За что же можно зацепиться, выискивая те «ниточки», которые могут привести к развитию творческих проектов или творческих индустрий?

Этих «путеводных нитей», собственно, две. Первая – это неожиданное и яркое проявление «современного народного творчества», вызванного стремлением вырваться из серой обстановки. Это граффити на стенах домов и (что стало очень популярным) на автомобилях, это неформальные молодежные клубы и попытки молодых людей вырваться из толпы, создавая свой неожиданный и нестандартный имидж.

Это новые проекты, которые «выходят» в городскую среду, включают жителей города в коммуникацию. Фестиваль «Современное искусство в городской среде» в Екатеринбурге, фестиваль ленд арта на острове Русский и еще целый ряд городских проектов могут стать той самой «путеводной звездой», которая покажет пути, по которым нужно двигаться.

Но, кроме того, включение творческих индустрий в программы городского развития невозможно без поддержки малого и среднего бизнеса и стимулирования свободы творчества. Творческие индустрии для развития городов сегодня – это новая концепция «вольного города»*. Этот новый «вольный город» должен стать территорией творческой свободы, городом, где можно эффективно и безопасно вести свой бизнес. И пусть такой образ «города будущего» для России пока еще маловероятен. Вполне возможно, что завтра будут сделаны конкретные шаги на превращение российских городов в центры творчества и бизнеса, что в современном мире является синонимом свободы.

* Вольный город (в международном праве) – самостоятельное территориально-политическое нейтрализованное и демилитаризованное образование, правовой режим которого устанавливается международными договорами и гарантируется государствами или международными организациями. Пользуется определенной международной правосубъектностью.

Литература

1. *Лэндри Ч.* Креативный город / Пер. с англ. – М.: Классика–XXI, 2006.
2. *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Классика–XXI, 2005.
3. *Castells M.* The Rise of Network Society Oxford. – Blackwell, 1996.
4. *Howkins J.* The Creative Economy: How People make money from ideas. – New York: Allen Lane, 2001.
5. *Landry C.* The art of city making. – London: Earthscan Publications, 2006.
6. *Leadbeater C.* Living on Thin Air: The New Economy. – Harmondsworth: Viking, 1999; Howkins J. Op. cit.
7. *O'Connor J., Wynne D.* From the margins to the center: Cultural Production and consumption in the Post-Industrial City. – Aldershot: Ashgate, 1996.
8. *Ross A.* No-Collar: The Humane Workplace and Its Hidden Costs. – New York: Basic Books, 2002.