

**М. МАТЕЦКАЯ,**

кандидат экономических наук,  
доцент НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург

## ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ\*

Основные вопросы, которые автор ставит в настоящей статье: 1) определить направления изменений в науке и культурной политике в связи с развитием концепции творческих и культурных отраслей в терминах креативной экономики; 2) определить роль творческих индустрий в инновационных процессах, что позволяет выявить их влияние как на экономическое, так и на социальное развитие общества; 3) уточнить определение термина «креативность» и показать его связь с концепцией культурного и человеческого капитала.

**Ключевые слова:** *творческие и культурные индустрии, креативность, инновации.*

### Основные направления взаимодействия экономики и культуры

Культура и экономика имеют несколько уровней взаимодействия, взаимопроникновения и взаимовлияния. С учетом системного подхода сферу культуры целесообразно рассматривать с двух взаимодополняющих позиций: в содержательном и функциональном аспектах. В содержательном аспекте культура представляет собой информацию и знания, которые генерируются в сферах культуры, искусства, религии, науки.

---

\* Исследование осуществлено в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2010–2011 гг.

В этом смысле культура является формой общественного сознания, отражается в системе ценностей и правил, влияющих на формирование человека и общества. Функциональный подход характеризует культуру с позиции внешнего воздействия на социальный мир, через формирование у людей сходных реакций на факты окружающей среды. В функциональном аспекте культура регулирует человеческое поведение через систему ценностей, структуру институтов, социальные, мировоззренческие и экономические нормы.

Неизбежно эти сферы пересекаются. Нельзя сегодня говорить об одном аспекте, не рассматривая или не имея в виду другой<sup>1</sup>. В результате анализа современной литературы по экономике культуры<sup>2</sup> можно выделить четыре основные модели, в которых изучается взаимосвязь культуры и экономики. Это: 1) экономические модели, базирующиеся на теории благосостояния, 2) модель роста 3) рыночная неоклассическая теория и 4) инновационная модель. Традиционно в изучении специфики и значения культуры применялись первые две модели. Ценности, которые производятся в сфере культуры, в том числе широкий спектр внешних эффектов, рассматриваются как мериторные блага, производство которых требует общественных (государственных) трансфертов, так как их производство в рыночной экономике (в необходимых количествах и соответствующего качества) невозможно<sup>3</sup>. В модели благосостояния такие ситуации характеризуются как «провалы рынка». Исключением являются творческие индустрии или коммерческие сектора культуры, представленные, как правило, крупными транснациональным корпорациями, основная цель деятельности которых заключается в максимизации прибыли. В этом смысле творческие индустрии не отличаются

---

1. Матецкая М.В. Институциональные преобразования в социально-культурной сфере в России в рыночных условиях: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. ИЦ ЭФ СПбГУ, 2007. С.4

2. Potts, J. and Cunningham, S. (2008) Four models of the creative industries, *International Journal of Cultural Policy* 14 (3): 233–249; Throsby, D. (2008) Modelling the cultural industries // *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 14. Issue 3 August 2008. P. 217 – 232.

3. Рубинштейн А.Я. Экономическая социодинамика // Экономика культуры. М.: СЛОВО, 2005.

от других секторов экономики, и анализ их деятельности возможен в рамках рыночной модели конкуренции (киноиндустрия, музыкальная индустрия, телевидение и частично издательская деятельность).

В модели роста и инновационной модели, которые сейчас становятся все больше востребованы с точки зрения национальной политики, представлен анализ роли культурных индустрий с акцентом на то, что они представляют активное производство, динамически развивающийся сектор, в отличие от традиционной культуры, которая направлена в основном на сохранение ценностей, что предполагает положительную зависимость между ростом культурных индустрий и экономики в целом. В модели экономического роста развитие культурных индустрий рассматривается как фактор экономического роста, вследствие многочисленных сопутствующих эффектов творческого сектора для развития других секторов экономики. Также подчеркивается роль творческих секторов как наиболее производительных секторов современной экономики, что влияет на общий экономический рост<sup>4</sup>.

В настоящей статье хотелось обозначить перспективы и тенденции научных исследований, которые возможны в рамках последних двух моделей, для чего мы более подробно рассмотрим основные направления влияния творческих индустрий на экономическое развитие. Инновационная модель и модель роста в качестве объекта исследования рассматривают «творческие» индустрии, или индустрии «культурные», но в отношении этого термина нет единства трактовки<sup>5</sup>. Современное понимание творческих индустрий построено на принципах творческой (креативной) экономики и отражает комплексный подход к развитию и взаимодействию секторов искусства, медиа, культурного наследия и сектора услуг<sup>6</sup>.

---

4. Greffe, X. (2004) Is heritage an asset or a liability? //Journal of Cultural Heritage. Vol. 5. Issue 3. July-September 2004. P. 301–309.

5. Justin O'Connor. Creative industries: a new direction? //Journal of Cultural Policy. P. 387 – 402.

6. UNCTAD, Creative Economy Report 2008, UNCTAD, [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf), retrieved 2009. 11. 28.

Хотя термин «творческие (креативные) индустрии» (creative industries) находится в лексиконе экономистов культуры уже более 20 лет, дискуссии о содержательной части и едином понимании творческих индустрий продолжаются до сих пор<sup>7</sup>. Обусловлено это тем, что создание продуктов с высокой долей творческой составляющей характерно для многих отраслей экономики и выходит далеко за пределы сектора культуры и искусства. Важно, что дословный перевод английского термина на русский язык может привести к искажению смысла. Так, industry – это любая отрасль экономики, а «индустрия» по-русски – это промышленное производство. Скорее имеет смысл говорить о креативных отраслях, потому что многие из перечня таковых не связаны с промышленным производством. На сегодняшний момент достигнуто единое мнение специалистов о структуре творческих индустрий и включении конкретных секторов культуры в это понятие для целей формирования культурной политики (см. рис.).

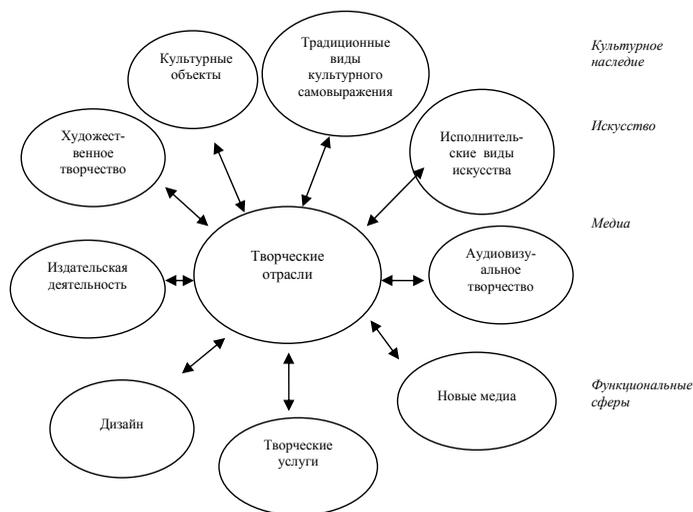


Рис. Классификация творческих индустрий в соответствии с классификацией ЮНКТАД<sup>8</sup>

7. Flew, T. and Cunningham, S.D. (2010). Creative Industries After the First Decade of Debate. //The Information Society. 26(2).

8. UNCTAD, 2008. Creative economy report. P. 38.

Важно отметить, что традиционные сектора культуры и искусства, включающие деятельность организаций культуры, направленную на сохранение культурного наследия, исполнительские искусства и т.д., также включены в указанную классификацию.

В качестве пояснений к данному рисунку следует более подробно раскрыть информацию об указанных сферах:

- культурные объекты: археологические объекты, музеи, библиотеки, выставки т.д.;
- традиционные виды культурного самовыражения: традиционные виды искусства и ремесел, фестивали, праздники и гуляния;
- исполнительские виды искусства: живая музыка, театр, танцы, опера, цирк, кукольные представления и т.д.;
- аудиовизуальное творчество: фильмы, телевидение, радио, иные средства массового вещания;
- новые медиа: программное обеспечение, видеоигры, цифровой творческий контент;
- творческие услуги: архитектура, рекламная деятельность, исследования в сфере искусства и творчества, иные культурные и развлекательные услуги;
- дизайн: интерьерный, графический, предметный, в сфере моды, ювелирных украшений и игрушек;
- издательская деятельность: книгоиздание, пресса и иные печатные средства массовой информации;
- художественное творчество: живопись, скульптура, фотография, антиквариат.

Стремительный рост, который демонстрируют творческие индустрии по всему миру в последние годы, ставит перед исследователями ряд вопросов о сущности творческих индустрий, их роли в процессе социально-экономического развития общества, о причинах их роста в настоящее время. Большинство ответов связано с базисными преобразованиями современных экономических систем, а именно с развитием «постиндустриального общества» и «экономики, основанной

на знаниях»<sup>9</sup>, с ростом сектора услуг, повышением роли креативного класса<sup>10</sup> и креативности и инноваций как факторов экономического развития. За последние десятилетия структурных изменений в экономических системах сектор творческих индустрий демонстрирует свою роль как источник занятости, экспорта и создания добавленной стоимости<sup>11</sup>.

Так как основным требованием к экономическому развитию является инновационность, то актуальными вопросами экономики культуры становятся исследования, посвященные выявлению эмпирических и аналитических связей между творческими индустриями и инновациями (инновационной политикой). Резюмируя ряд исследований о роли творческих индустрий в инновационных процессах, можно сказать, что творческие индустрии производят товары и услуги (в том числе идеи), которые впоследствии становятся ресурсами для процесса инноваций и в других отраслях экономики как в научном, так и в технологическом смысле<sup>12</sup>.

Отметим, что ошибочно было бы считать, что рост сектора услуг вообще, и творческих индустрий в частности, связан с тем, что эти сектора являются более производительными или инновационными по сравнению с другими. Рост творческих индустрий можно рассматривать как результат успешных инновационных процессов в традиционных секторах экономики, которые позволяют производить тот же объем продукции, используя меньший объем ресурсов, и, следовательно, «свободные» ресурсы могут быть использованы другими способами (например, Baumol, 2002; Veinhooker, 2006). За счет роста производительности в основных секторах экономики высвобождаются ресурсы, которые могут быть использованы в секторе услуг как фактор роста. Проявления этого

---

9. OECD (1996): *The Knowledge-Based Economy*. Paris: OECD.

10. Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.

11. DCMS (2006): *Creative Industries Statistical Estimates Bulletin*. London: HMSO.

12. Bakshi, H. and McVittie, E. (2009): Creative supply chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy? // *Innovation: Management, Policy & Practice* 11(2). P. 169–189; Jaaniste, L. (2009): Placing the creative sector within innovation: the full gamut // *Innovation: Management, Policy and Practice*. 11(2). P. 215–229.

механизма мы сегодня наблюдаем на примере роста творческих индустрий.

### **Роль творческих индустрий в инновационных процессах**

В России становятся все более актуальными проблемы развития творческих и креативных индустрий. В связи с этим уточнение основных понятий, используемых в концепции творческих индустрий, кажутся нам полезными для понимания возможностей и траектории их развития в России.

Инновационные процессы, связанные с ростом творческих индустрий, тесно переплетаются с понятием «креативность». В современных социальных и экономических исследованиях креативность, как творческий потенциал уже не рассматривается только в контексте создания благ с творческим (культурным) содержанием и связана не только с понятием художественных процессов. Более популярное использование термина «креативность» сегодня связано с терминологией инноваций и обмена знаниями и информацией.

Креативность — это процесс генерирования идей, их развития и превращения в ценности. Этот процесс включает в себя качества, которые люди обычно подразумевают под новаторством и предпринимательством, и одновременно искусство порождения новых идей от их возникновения до стадии воплощения в ценности. Творческие индустрии предполагают реализацию творческого и интеллектуального ресурса в «творческий продукт».

Говоря о роли творческих индустрий в инновационном процессе, необходимо упомянуть о популярной концепции «креативного класса»<sup>13</sup>, объясняющей появление нового класса людей в быстро меняющейся экономике постиндустриального общества. Данная работа, среди прочих (напри-

---

13. Florida, R. (2005): *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. HarperBusiness.

мер, Лэндри, 2000<sup>14</sup>), раскрывает новое понятие креативности не как акт индивидуального творчества, а как социальное общекультурное явление. Р. Флорида пишет, что креативность выступает в качестве наиболее ценного ресурса новой экономики, сама собственно товаром не являясь, что подъем креативной экономики соединяет сферы технических новаций, бизнеса и культуры. Для креативных людей приоритетом становится не карьера, престиж и высокая зарплата, а ценность созданных условий для работы и жизни, раскрытие своего творческого потенциала, в том числе толерантная атмосфера и творческие стимулы.

Высокая концентрация творческих работников – представителей сферы искусства («богемы» в терминологии Р. Флориды) положительно влияет на производительность знания другими работниками. Коммуникации людей с представителями сферы искусства стимулируют новые идеи – «технологическая и экономическая креативность рождается и создается при взаимодействии с художественной и культурной креативностью»<sup>15</sup>. Другими словами, существуют перетоки знания от художников к другим работникам, и это увеличивает производительность последних и их доходы. Для некоторых отраслей экономики преимущества от сотрудничества со сферой искусства очевидны, и в основном это сферы, активно использующие культурные блага и символический капитал культуры и искусства как ресурсы (реклама, дизайн, IT-продукты развлекательного характера и т.д.). В качестве критики отметим, однако, что в настоящий момент механизмы, посредством которых знания и креативность перетекают из одного сектора в другой, остаются неясными.

Концепция Р. Флориды спровоцировала многочисленные исследования о факторах и процессах развития современных территорий и городов, так как креативный класс во мно-

---

14. Landry, Ch. & Earthscan, (2000): The creative city: a toolkit for urban innovators / Charles Landry Comedia: Earthscan, Near Stroud. U.K.

15. Florida, R. (2005) The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent. HarperBusiness. P. 4.

гом составляют люди творческих отраслей. Многочисленные исследования были проведены относительно роли и значения креативного класса на уровне отдельных городов и регионов, не только в США, но и в Европе<sup>16</sup>. Выводы этих исследований могут быть сформулированы следующим образом: подтверждено, что локальная концентрация креативного класса имеет положительное значение на экономическое развитие региона, дополняя и уточняя традиционные индикаторы развития, основанные на оценке человеческого капитала, индикаторами, характеризующими креативность среды (индекс богемности и т.д.). Однако ряд исследований не подтверждает предположения Р. Флориды, что креативный класс стекается туда, где преобладает богема (т. е. люди творческих профессий в сфере искусств)<sup>17</sup>, и что основной причиной, влияющей на выбор места жительства, являются доступность удовольствий и комфортабельность среды проживания вследствие развитости сферы культуры<sup>18</sup>. Более убедительными стали доказательства того, что креативный класс больше реагирует на экономические условия и измеряется уровнем занятости и повышением уровня оплаты труда.

На наш взгляд, требуется уточнение понятий креативности и инноваций не только в рамках культурной политики и исследований по экономике культуры, но и в понятии экономического развития вообще. Более того, в обширных дискуссиях о креативности мы рискуем потерять из контекста обсуждения собственно роль культуры и искусства в процессах создания и реализации креативности через человеческий капитал. Есть опасность как слишком узкого трактования

- 
16. *Atkinson, R. and Easthope, H. (2009): The Consequences of the Creative Class: The Pursuit of Creativity Strategies in Australia's Cities //International Journal of Urban and Regional Research, 33: 64–79.*
  17. *Müller J, & Tubadji A. 2009. The Creative Class, Bohemians and Local Labor Market Performance A Micro-data Panel Study for Germany 1975–2004 //Journal of Economics and Statistics (Jahrbuecher fuer Nationaloekonomie und Statistik), Justus-Liebig University Giessen, Department of Statistics and Economics. Vol. 229(2–3). P. 270–291.*
  18. *Storper M. and Scott A. (2009): Rethinking human capital, creativity and urban growth, Journal of Economic Geography. Oxford University Press. Vol. 9(2). P. 147–167. March.*

креативности как уникальной способности, дарованной единицам талантливых людей, так и слишком широкого трактования креативности как более или менее нестандартных повседневных практик.

## **Подходы к определению термина «креативность»**

На наш взгляд, требуются некоторые уточнения по поводу креативности вообще, и креативности в искусстве в частности.

Во-первых, исследования показали, что креативность в контексте «креативной экономики» имеет мало общего с креативностью как творческим процессом, о котором мы ведем речь в контексте искусства и культуры. «Креативность» как модный термин сегодня связана в основном с терминологией, привнесенной концепцией креативной экономики<sup>19</sup>, повышением роли знаний и информации как факторов экономического развития и о креативности как коллективном действии<sup>20</sup>. Однако в сфере искусства и культуры подлинными источниками художественной (творческой) креативности (инновационности) рассматривались достаточно давно и не имеют прямой связи с обсуждаемыми проблемами экономического развития. В частности, в рассуждениях о креативности как факторе экономического развития априори предполагается, что креативность связана с инновациями<sup>21</sup>. На наш взгляд, необходим системный подход к изучению феномена креативности и уточнения роли искусства и культуры в формировании креативных способностей людей. Данный подход должен сочетать и понимание сути творческого процесса в искусстве и креативности в других секторах экономики, причем необхо-

---

19. *Howkins, J.* (2001): *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* Published by Penguin in 2001, revised 2007.

20. *Anbeier, H.K. and Isar, Y. R.* (eds.) (2009): Introduction. In *Cultures And Globalization*. London: SAGE Publications.

21. *Potts, J.* (2009): Creative industries and innovation policy in The special issue of *Innovation*. // *Management, Policy & Practic*. P. 138 – 147.

димо рассматривать и индивидуальный, и социальный уровни креативности.

Проблему трактовки креативности как индивидуально-го или коллективного действия можно рассматривать, например, в терминах «первичной» или «вторичной» креативности, используемой при изучении психологических основ творчества<sup>22</sup>. Если в первом случае подчеркивается роль инсайта, озарения, нового открытия, — это креативность индивидуальная, созданная на основе человеческого капитала, такая креативность создает новые идеи. Вторичная креативность выступает своего рода аналогом продуктивности. Вторичная креативность подразумевает коллективное действие, когда обычные люди, работая сообща, опираясь на опыт предшественников, могут творить и совершать открытия. Креативность как социальный феномен, а не индивидуальные достижения людей, перекликается с тем, о чем говорил Р. Флорида в концепции креативного класса.

Значение наследия и традиционной культуры как источника креативности напрямую связано с более ранней темой внешних эффектов культурной деятельности. Возможно, новые акценты, которые расставляет этот подход (рассмотрение культурного наследия как источника формирования креативности), позволят обратить внимание на такие актуальные вопросы экономики культуры, как управленческие механизмы и технологии в традиционных (государственных) организациях культуры. Однако являясь ресурсом, питающим творческие индустрии, и источником креативности, сегодня традиционные организации культуры некреативны (неэффективны) в экономическом и в социальном плане. Популярны разговоры о креативности должны не уводить теоретиков и практиков в сфере культуры от изучения реального сектора культурного наследия и искусства, а находить новые решения в пользу их развития как источника формирования культурного и человеческого капитала.

---

22. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. СПб: Евразия, 1997.

Во-вторых, спорной проблемой является определение подлинных источников формирования креативности (творческого начала) человека. Креативность как способность к творчеству – качество, присущее любому человеку. И хотя она потенциально доступна каждому из нас, однако без развития данных способностей креативность не станет элементом человеческого капитала. Роль собственно искусства и культуры в процессе формирования креативности до конца не изучена и требует последующего анализа. С одной стороны, доказано, что разнообразие культурных и художественных практик в системе начального и среднего образования способствует формированию более развитой (креативной) личности человека<sup>23</sup>, с другой – нужно понимать, что этому способствуют именно практики активного участия в художественной деятельности (которые связаны с освоением новых навыков, с развитием интеллектуальных и художественных способностей, критического мышления, коммуникабельности и т.д.).

Также доказано, что рост потребления культурных благ напрямую не ведет к повышению уровня культурного и человеческого капитала, и на наш взгляд, это как раз связано с проблемой пассивности, которую предполагают практики и продукты массовых рынков культуры. Как отмечается в работе Bharucha, 2009<sup>24</sup>, коммерческое и некоммерческое (аутентичное) искусство имеют принципиально разное влияние на формирование креативных (творческих) практик. Если в случае потребления массовых культурных благ, к которым относятся, например, компьютерные игры или фильмы, контент уже заранее задан (например, игра – сюжет задан, варианты проиграны и смоделированы, образы, изображения и ассоциативный ряд задан дизайнерами). Человек не получает в результате потребления культурного блага необ-

---

23. Малюков А.Н. Психология переживания и художественное развитие личности. Дубна: Издательский центр «Феникс», 1999.

24. Bharucha R. (2009): Creativity: alternative paradigms to the 'creative economy' in Anheier; Helmut K. and Isar, Yudhishtir Raj, (eds.) 2009: Cultures And Globalization. London: SAGE Publications.

ходимых источников развития навыков креативности, так как потребляется матрица смыслов и образов, уже зафиксированных и неизменных. В случае традиционного искусства, и особенно его интерактивных форм (театра, ремесел, литературы), подразумевающего активное участие потребителя в процессе потребления продукта, как раз формируется и развивается творческое начало личности, формируется культурный и человеческий капитал, в том числе его креативные способности.

Мы считаем, что одним из направлений исследований должно стать изучение роли креативности наряду с изучением комплементарности культурного и человеческого капиталов. Одним из способов достижения этого является развитие идей в рамках изучения подлинных сложных взаимосвязей, которые ведут к развитию таланта и способностей, в рамках так называемого «*sarability approach*»<sup>25</sup>.

Истоки интереса к креативности связаны сегодня и с тем, что скорость перемен в социальных, экономических, технологических сферах стремительно растет. Современный человек стоит перед необходимостью быстрой адаптации к новым комбинациям перемен во всех сферах. Человек должен быть креативным, чтобы быть готовым принять новое, уметь импровизировать, отвечать и соответствовать изменениям. Все эти уточнения возвращают нас в рассуждения о креативности к проблеме личности, мировосприятия, к самому процессу творчества. В этом смысле обучение через искусство (а не только обучение собственно искусству или творческим профессиям) становится чрезвычайно важным. Именно через обучение как процесс формирования человеческого капитала сфера искусства может предоставить инструменты, необходимые для воспитания человека креативного и самодостаточного. Действительно, первыми обратили внимание на эту проблему специалисты, занимающиеся обучением искусству, но все наработанное ими может и должно применять-

---

25. Sen A. (1999): *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knopf.

ся и в других областях обучения. Именно в сфере образования сегодня актуальны вопросы создания коллективов креативных людей.

## Заключение

Итак, основные выводы настоящей статьи могут быть сформулированы следующим образом:

- изучение взаимосвязей экономики и культуры в существующих экономических моделях позволяет более полно исследовать феномен креативности как фактора инновационных процессов. Развитие исследований о роли культуры в формировании человеческого капитала может оказаться полезным при изучении важнейших категорий экономического развития, таких как производительность, инновации, креативность;
- смещение акцентов в экономике культуры от изучения культурного наследия и искусства (модель благосостояния и неоклассическая модель) и пересмотр понятия и содержания культуры, который мы наблюдаем в указанных моделях, ведет и к изменениям в культурной политике. В связи с этим важно не допустить развития секторов творческих индустрий, используя только коммерческие модели и упрощенное понимание их сущности и взаимосвязей как с сектором традиционной культуры, так и с другими секторами экономики;
- современные исследования требуют системного подхода к пониманию креативности не только как индивидуального процесса, предполагающего использование творческого потенциала, но и как социально-культурного явления в более широкой трактовке. Многостороннее изучение феномена креативности, с учетом современных исследований по данной тематике в различных областях знания (искусстве, социологии, психологии, экономике и др.), позволит разработать комплексную идею развития сектора культуры в целом;

- именно креативность как элемент человеческого и культурного капитала, являясь основой развития инновационной экономики, должна стать связующим звеном в развитии коммерческого и некоммерческого секторов культуры. Необходим поиск новых инструментов взаимодействия и взаимоподдержки сфер, способствующих созданию креативности (традиционные сектора культуры, культурные индустрии, образование, сектор ИТ-технологий, социальные коммуникации).