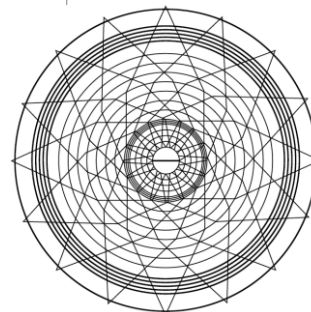


[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

Степанова И. Д.

магистр медиакоммуникаций,
менеджер по спецпроектам Forbes
(Москва, Россия)

idmstepanova@gmail.com

Аннотация:

В настоящей статье автором определяются подходы к креативным индустриям, их классификация и тенденции, влияющие на развитие. Проясняется дефиниция креативных кластеров, их роль в творческом секторе и специфические особенности, критерии измерения эффективности. В статье проанализирован опыт создания российских креативных кластеров на примере существующих кейсов, рассмотрена специфика государственной политики в области креативных индустрий и креативных кластеров. Автором выявлены специфические условия, влияющие на эффективность российской государственной политики в креативном секторе. Значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по внесению изменений в государственную документацию с целью улучшения условий функционирования креативных кластеров.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативные кластеры, креативная экономика, дизайн-завод, культурный центр, городские пространства.

Введение

Сегодня практически для всего мира, в том числе и для России, актуальна тенденция территориального инновационного развития. В начале XXI века креативные индустрии стали одной из самых распространенных идей в контексте инноваций как в культуре, так и в экономике. Согласно допандемийным оценкам ЮНЕСКО, креативный бизнес приносил более \$2 трлн в год — около 3% мирового ВВП (Фокус на развитии, 2019). При этом в развитых регионах с высокой концентрацией населения данный показатель выше в несколько раз.

Актуальность темы для российских реалий обусловлена несколькими факторами. В июле 2020 года президент России Владимир Владимирович Путин подписал Указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», где отдельно упомянуты возможности для самореализации и развития талантов, успешное предпринимательство и цифровая трансформация (Указ, 2020). Также следует учесть Стратегию пространственного развития



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

Российской Федерации до 2025 г., которая предусматривает принятие «концепции развития творческих отраслей и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях» (Стратегия, 2019). На наш взгляд, эти факторы формируют тренд на активное участие государства в деятельности креативных индустрий и дают импульс расширению творческих сфер.

Цель данной работы — выявить специфические условия, влияющие на эффективность политики в области креативных индустрий в России. По оценке специалистов, в ближайшие годы Россия сможет достичь показателей ведущих стран, где доля креативной экономики в ВВП достигает до 10% и более (Вклад креативных индустрий, 2020).

Понятие и классификация креативных индустрий

Креативные индустрии сегодня называют одним из самых современных и наиболее эффективных подходов в развитии не только культуры, но и экономики, трудовой деятельности, коммерции. Одновременно с этим определение креативных индустрий остается расплывчатым: теоретики по-разному трактуют данный термин. Более того, исследователи расходятся во мнении, тождественны ли креативные, творческие и культурные индустрии. Поскольку фокус нашего внимания направлен на другой аспект, в данном исследовании мы будем отождествлять вышеупомянутые термины.

Первым государством, в котором оформились креативные индустрии и креативная экономика как отрасль в целом, стала Великобритания, где на законодательном уровне осуществлялась поддержка малого и среднего бизнесов и стимулировалось переобучение потерявших работу, что способствовало созданию креативного класса, а затем — развитию креативных индустрий (Лэндри, 2006). Первым определением креативных индустрий дал Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании: «Деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 1998).

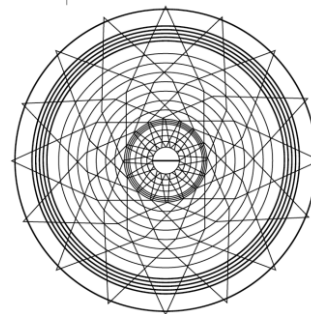
Ввиду сложности структурирования креативных индустрий возникает проблема классификации. Наиболее полноценной, на наш взгляд, является классификация сфер творческих индустрий согласно трактовке ЮНКТАД (UNCTAD — Конференция ООН по торговле и развитию). Она охватывает наиболее широкий спектр отраслей (United Nations, 2010):

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



- исполнительские виды искусства (живая музыка, театр, танцы, опера, цирк, кукольное представление);
- аудиовизуальное творчество (кино, теле-, радиовещание);
- новые медиа (цифровой контент, ПО, видеоигры, анимация);
- креативные услуги (архитектура, реклама, креативные исследования и разработки, цифровые услуги);
- дизайн (интерьер, графический дизайн, мода, ювелирные украшения, игрушки);
- издательская деятельность (книги, газеты, пресса и другие публикации);
- художественное творчество (изобразительное искусство, скульптура, фотография, антиквариат);
- культурные объекты (памятники культуры, музеи, библиотеки, галереи, архивы);
- традиционные виды культурного самовыражения (прикладное искусство, фестивали, праздники).

Таким образом, креативные индустрии представляют собой сектор экономики, объединяющий творчество, культуру, производство, коммерцию, и активно распространяющийся благодаря процессам глобализации и технологического развития.

Креативные кластеры и их специфические особенности

Креативные кластеры как основной элемент в составе креативных индустрий играют огромную роль в развитии не только экономики, но и общества, приводят к социокультурным изменениям. Так, например, одним из первых креативных кластеров в мире стал проект «Фабрика» Энди Уорхола: художник организовал творческие студии в Нью-Йорке на территории простаивающей фабрики (Дом для Энди, 2015). Проект стал наглядным примером рационального использования промышленных и иных неиспользуемых строений, породил особую эстетику, а также привлек широкий пласт маргинальной молодежи и способствовал их повторной социализации.

В научном дискурсе нет единой дефиниции креативных кластеров в силу относительной новизны и обширности явления. Исследователи полагают, что впервые термин «креативный кластер» был введен Саймоном Эвансом, урбанистом и экспертом ЮНЕСКО: «Сообщество творчески ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории» (Полищук, 2005).



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

Креативные кластеры в их современном понимании стали появляться в России относительно недавно, с начала XXI века, однако только в последнее десятилетие эти пространства активно развиваются, создавая все больше рабочих мест и внося вклад в экономику страны. В российской государственной документации они определены как «территориальные кластеры — объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг» (Методические рекомендации, 2008, с. 3).

Согласно мнению руководителей проекта «Сносить нельзя ревитализировать» Татьяны Журавлевой (АСИ), Ильи Токарева (АСИ), Яна Яморщука (Flacon-X), под креативными кластерами понимаются «пространства, конвертирующие творческую энергию в работающие бизнесы, увеличивающие вклад креативных индустрий в валовый продукт города; чаще всего это компактные, физически ограниченные локации, где расположены взаимодополняющие друг друга творческие бизнесы, которые от такого соседства испытывают «эффект синергии» (Журавлева и др., 2019). Причем в процессе взаимодействия внутри креативного кластера возникает уникальная совокупность кооперации и конкуренции (обмен кадрами, инновациями и технологиями, совместное использование объектов инфраструктуры, общее маркетинговое продвижение), что стимулирует развитие кластера в целом (Freu, 2000). В данной работе мы опираемся именно на эту отраслевую дефиницию, так как считаем ее наиболее актуальной для специфики устройства российских творческих пространств. Стоит отметить, что в утвержденной правительством в 2021 г. «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» определение креативных кластеров, по сравнению с ранней документацией, было дополнено и теперь достаточно близко к тому, как их понимают участники индустрии (Концепция, 2021).

Креативные кластеры одновременно несут в себе культурную идею и напрямую относятся к бизнесу. Целью их создания является извлечение прибыли из развлечений, творчества и искусства, объединение креативных деятелей в рамках одной локации для совместной работы и взаимодействия.

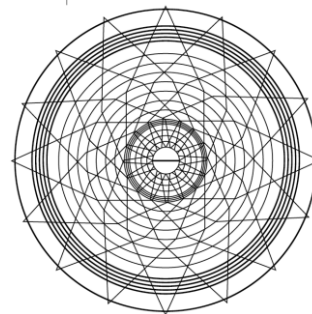
Большинство исследователей, которым близка концепция креативного кластера как пространства, выделяют следующие свойственные им специфические черты:

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



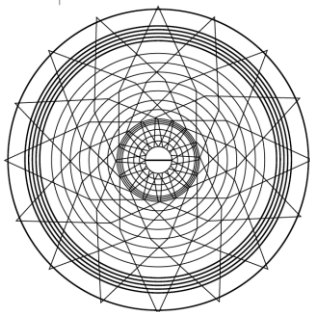
- расположение на заброшенных территориях, бывших промышленных объектах с возможностью редевелопмента;
- относительно невысокая стоимость аренды или приобретения;
- обязательное соседство с другими креативными пространствами;
- удобство доступа для пешеходов и людей, передвигающихся на городском транспорте;
- наличие объектов, пригодных для социализации, в непосредственной близости от кластера (клубов, ресторанов, кафе, кофеен и т. д.) (Желнина, 2015).

Задача креативных кластеров — давать обществу дополнительные возможности для самореализации, творческого самовыражения и развития собственного потенциала. Креативные кластеры позволяют не только рационально использовать, но и трансформировать отдельные районы города, задавая им стиль, делая их более привлекательными (Гнедовский, 2011). Так, ярким примером является лофт-пространство «Этажи» в Санкт-Петербурге, где «ставки на освободившиеся площади... сейчас могут достигать уровня ставок в бизнес-центрах класса А» (Кузьмина, 2016).

Методы измерения эффективности применительно к креативному сектору

Особое место в изучении специфики креативного сектора занимает возможность измерения его эффективности. На данный момент в научной теории представлено несколько моделей измерения, применимых к творческой деятельности (например, индекс креативности (Стумпо, 2012) и модель «пяти столпов» (Зотова, 2015), модель «3Т» (талант, технология, толерантность) Ричарда Флориды (2011) и др.). Однако единого мнения и системы критериев в этом вопросе нет. Более того, актуальным остается вопрос о соотношении измерения экономической и творческой составляющей креативного сектора: можно ли «посчитать» искусство, направленное на социальное и эстетическое развитие государства.

При этом стоит отметить, что если европейские модели основаны в большей степени на статистическом подсчете (доля жителей, занятых в сфере творчества, количество патентов и исследований, число учреждений искусства на душу населения и т. д.), то отечественные эксперты в первую очередь уделяют внимание измеримым показателям конкретного кластера. Так, владельцы и топ-менеджеры российских креативных кластеров среди показателей эффективности называют:



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

- посещаемость пространства;
- прибыльность;
- PR и маркетинговые KPI;
- численность и качественный состав резидентов (процентное соотношение творческих (профильных) и бизнес-компаний), а также скорость их развития;
- влияние на городскую среду;
- вклад в экономику города и региона;
- экономическую самостоятельность и устойчивость;
- создание продуктов с высокой долей интеллектуальной собственности;
- привлечение кредитов под создаваемые продукты.

К сожалению, одной из главных проблем изучения креативных кластеров, в частности в России, является достаточно низкая доступность актуальной информации и статистики (неполнота данных, редкое обновление, отсутствие исследований). Тем не менее посредством анализа открытых данных и на основе интервью экспертов, мы проанализируем несколько кейсов создания и функционирования креативных кластеров в России и постараемся оценить их эффективность.

Опыт создания и функционирования креативных кластеров в России

Креативные кластеры как площадки, реализующие старые заброшенные здания и промышленные территории для творческой деятельности, считаются относительно новой формой использования недвижимости на российском рынке. Тем не менее за последние годы во многих городах страны наблюдается тенденция к быстрому росту числа креативных пространств, студий и центров.

По данным главы Агентства стратегических инициатив (АСИ) Светланы Чупшевой, на конец 2021 г. в России «работают 748 тыс. организаций креативных индустрий, которые генерируют 3,2% от суммарной выручки всех организаций. В креативных индустриях заняты почти 5% от общего числа сотрудников предприятий, вклад в экономику городов — от 1% до 18% ВРП. Это те предпосылки, которые дают нам возможность создавать условия для развития кадрового потенциала, формирования необходимой инфраструктуры и поддержки креативных проектов» (Ярославцева, 2021).

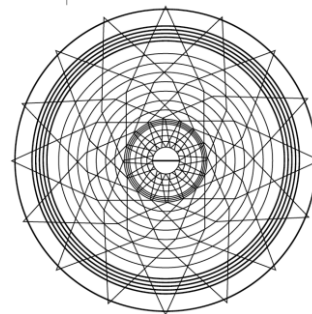
Только в Москве ведут активную работу более двадцати крупных креативных кластеров, где сосредоточено тридцать резидентов и более: «Флакон», «Электрозавод», «Арма», «Винзавод», «Даниловская мануфактура», «Красный октябрь» и другие. По оценке команды Flacon-X на июнь 2019 г., в столице под

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



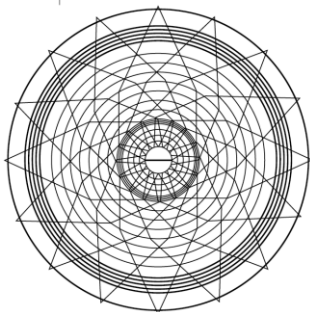
креативные кластеры отведено более 974 тыс. кв. м городских территорий (Журавлева и др., 2019). В Санкт-Петербурге сосредоточено порядка десяти крупных креативных кластеров: «Севкабель порт», «Флигель», «Этажи», «Ткачи» и другие. По той же оценке Flacon-X, на данные пространства приходится более 272 тыс. кв. м (Журавлева и др., 2019).

Для густонаселенных развивающихся городов это, на наш взгляд, хорошие показатели, потому что при создании творческих пространств в России их основатели сталкиваются с рядом проблем. По словам Валерии Косяковой (основатель и руководитель культурного центра «Пунктум» в Москве), эти проблемы зависят от конкретного города: «Москва отличается от Петербурга, Петербург — от Екатеринбурга, Екатеринбург — от города Асбест и т. д. И в каждом из регионов, в каждом из городов будет собственная специфика, потому что там своя целевая аудитория, свои традиции и представления о том, что такое культура и творчество. Эти представления часто сформированы под влиянием советской, позднесоветской и постсоветской школы понимания творчества, дворцов культуры и прочего. Более того, региональная специфика будет зависеть от бюджета — государственного или частного. И это все будет влиять на тот уровень проблем, с которыми столкнутся креативные индустрии: начиная от юридического лица, аренды помещения, обслуживания этого помещения и заканчивая подбором специалистов... и посетителей... Поэтому ряд специфик будет зависеть от контекста — социального и экономического».

Подобного мнения придерживается и Илья Токарев (директор проектов Центра городских компетенций АСИ), который определяет в качестве основных проблем отсутствие у креативных команд знаний, как создавать творческие кластеры и управлять ими, несовершенство законодательства в сфере эксплуатации земель и помещений, а также сложности в управлении финансовыми средствами, в том числе неверное распределение бюджета и поиски источников дохода.

На основе изучения открытых данных и проведения собственных экспертных интервью с создателями и топ-менеджерами ряда креативных кластеров нами было проанализировано три типа кейсов создания в России креативных кластеров.

Первый тип: креативные кластеры, которые смогли успешно решить описанные выше задачи и проблемы и стали неотъемлемой частью городов. Они функционируют более восьми лет, имеют высокий трафик и большое количество резидентов.



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

Дизайн-завод «Флакон», г. Москва.

Основан в 2009 г. на месте промышленной зоны путем ревитализации бывшего завода площадью 24 800 кв. м. Инвестором и основателем выступил предприниматель Николай Матушевский.

Идея: «Флакон» стал первым арт-пространством в столице, которое дало возможность своим резидентам обустраивать арендуемые помещения полностью под свой вкус.

Рентабельность: в реставрацию, оформление документов, различные операционные расходы и прочее было вложено более 800 млн руб. В 2019 г. произошло объединение с кластером «Хлебозавод №9» (Скрынникова, 2019). Основные средства кластер получает от сдачи помещений в аренду, проведения мероприятий (25% от общего дохода). Причем в процессе развития площадки постоянно повышалась арендная плата для резидентов: 2009 г. — 8 тыс. руб. за 1 кв. м в год, 2013 г. — 18 тыс. руб., 2021 г. — 25–47 тыс. руб. Маржинальность проекта варьируется от 9% до 12%. По сравнению с близлежащими бизнес-центрами арендная ставка «Флакона» выше на 15%, однако кластер остается популярным местом для малого бизнеса и креативных компаний.

Современное состояние: на территории кластера располагается более 500 резидентов, среди которых шоу-румы, мастерские, арт-кафе, агентства, площадки образовательные и для мероприятий и прочее. Постоянный трафик «Флакона» составляет 5 тыс. человек в будние дни, 7 тыс. — в выходные, 10 тыс. — в праздничные дни. Ежегодно проводится более 350 мероприятий. Одной из главных особенностей кейса «Флакона» является его направленность на создание франшизы — продажами занимается дополнительно основанная компания Flacon F, а команда Flacon-X — управлением креативными кластерами в регионах.

Центр современного искусства «Винзавод», г. Москва.

Был основан в 2007 г. на месте бывшего винного комбината — здание площадью 20 тыс. кв. м выкупили бизнесмены Роман и Софья Троценко.

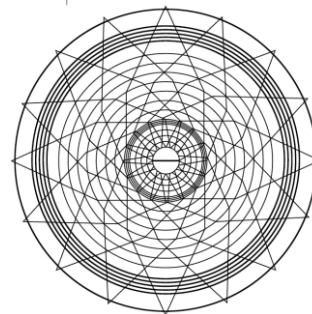
Идея: «Винзавод» стал первым в России частным центром современного искусства, главное направление его политики — популяризация творчества современных художников, архитекторов, дизайнеров. По словам Софьи Троценко, креативный кластер хотел собрать в рамках одного пространства всю арт-жизнь Москвы и показать, чем может быть интересно искусство XXI века (Жилыева, 2018). Опытом «Винзавода» вдохновлялись «Красный октябрь», ARTPLAY, «Гараж».

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



Рентабельность: в реконструкцию проекта вложили \$12 млн. При этом, по словам Софьи Троценко, «Винзавод» изначально рассматривался именно как бизнес-проект. Ежегодно руководители центра тратят около \$800 тыс. на его развитие. Основной доход приносит сдача в аренду помещений, проведение краткосрочных выставок и мероприятий, а с 2021 года — также онлайн-платформа New Names и почтовый сервис для молодых талантов. Арендная ставка «Винзавода» составляет 20–25 тыс. руб. за 1 кв. м в год. Маржинальность проекта варьируется от 7% до 10%.

Современное состояние: «Винзавод» по-прежнему остается центром притяжения современного российского арт-искусства. Резидентами проекта стали девять галерей, более пяти образовательных центров, мастерские, шоу-румы и выставочные залы. Также кластер реализует собственные проекты, среди которых открытые студии, дискуссионный клуб, образовательные площадки, Фонд поддержки современного искусства.

Второй тип креативных кластеров — новые проекты, реализованные за последние 3–4 года. Здесь мы бы хотели обратить особое внимание на региональные креативные кластеры.

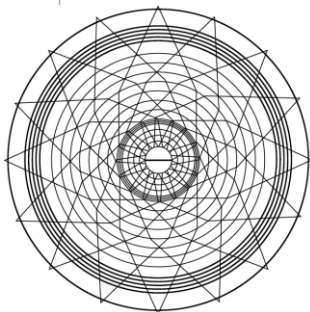
Городское пространство «Колос», г. Краснодар.

Креативный кластер расположился на территории бывшего завода площадью около 3500 кв. м. Основателями и управляющими партнерами являются предприниматели Кирилл Кравченко и Дарья Пономарева.

Идея: создатели кластера хотели сделать проект, который бы имел социокультурное значение для города. Само название «Колос» отсылает к культуре и аграрной специфике Краснодарского края.

Рентабельность: Около 2–3 млн руб. было вложено в реновацию и проектирование территории. Резидентам предлагается два вида договоров: съем отреставрированного помещения по обычной арендной ставке (от 700 руб. за кв. м) или реновация выбранного помещения и последующий его съем по заниженной стоимости. По оценке Кирилла Кравченко, через три года и более проект начнет возвращать вложенные средства.

Современное состояние: сейчас отреставрировано более 164 кв. м. Основная цель — выйти на устойчивое экономическое положение и стать культурной частью города. В качестве резидентов команда кластера хотела бы видеть маркетинговые агентства, IT-компании, несетевые кафе и бары, локальные бренды, резидентов из сферы культуры и искусства.



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

Творческий индустриальный кластер «Октава», г. Тула.

Кластер площадью 10 577 кв. м реализовало в 2018 г. на территории работающего электроакустического завода правительство Тульской области совместно с госкомпанией «Ростех» и при участии частных инвестиций.

Идея: кластер призван объединить все необходимые площадки для реализации талантов молодежи, при этом сохранив характерные черты города и завода. Директор кластера Анна Осипова прокомментировала, что все направления выбирались с учетом мнения жителей Тулы: было проведено около 125 глубинных опросов (Новикова, 2018). Отметим, что, в отличие от большинства креативных кластеров, которые располагаются на бывших промышленных площадях, «Октаву» реализовали на части простаивающей территории функционирующего одноименного завода, поэтому перед создателями стояло две задачи: использовать индустриальное пространство для отдыха и модернизировать сам завод.

Рентабельность: помимо государственных вложений, для открытия «Октавы» потребовался 1 млрд руб. частных инвестиций. Арендная ставка составляет около 12 тыс. руб. в год за кв. м.

Современное состояние: кластер располагается на пяти тематических этажах, также есть места для отдыха, кинопоказов и концертов во внутреннем дворе. Первый этаж представляет собой многофункциональное пространство, где располагается библиотека, студия звукозаписи, различные мастерские; второй этаж отведен под музей; на третьем этаже расположилась образовательная площадка для технических специалистов; четвертый этаж сдается в аренду малому бизнесу и другим резидентам; на пятом этаже планируется обустроить ресторанный комплекс.

Третий тип выделяемых нами креативных кластеров — менее крупные пространства.

Культурный центр «Пунктум», г. Москва.

Проект создан в 2011 г.

Идея: это был первый в свое время платный просветительский лекторий. Позднее идея была масштабирована во многих других городах. Со временем «Пунктум» превратился в культурный центр, несколько лет назад у него появилась своя газета, затем — издательство.

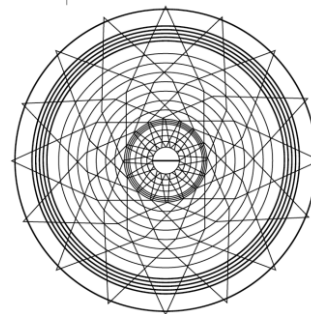
Рентабельность: «Пунктум» работает по принципу самокупаемости. Мероприятия проходят на различных площадках города — за арендную плату или по бартеру. Основной доход проект получает с абонементов на лекции и

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



образовательные программы. Примерная стоимость разового посещения составляет 500 руб., бессрочного абонемента на 6 посещений — 2700 руб., средняя стоимость онлайн-курса — 9000 руб. При этом руководители центра стараются постепенно перейти на донаты — пожертвования от посетителей.

Современное состояние: в «Пунктуме» проводятся лекции и тренинги, круглые столы и онлайн-курсы в сфере искусства. Центр участвует в городских образовательных мероприятиях, выступая организатором и куратором.

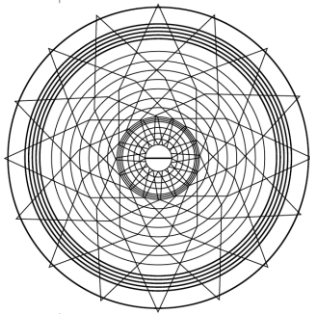
Арт-центр «Пушкинская-10», г. Санкт-Петербург.

История центра началась с выставок неофициального искусства 1970-х гг. Как зарегистрированный объект «Пушкинская-10» появился в 1989 г., когда свободные художники и музыканты заселили пустующий дом на одноименной улице.

Идея: все, кто хотел заниматься искусством и популяризацией культуры, могли занять в доме квартиру и устроить там собственную мастерскую. Впоследствии руководство смогло получить часть здания в безвозмездное пользование для организации культурного центра. «Пушкинская-10» стала прообразом того, что сейчас называется креативным кластером. Однако ряд допущенных при проектировании ошибок (например, пожизненное выделение мастерских) привели к тому, что в течение последующих двадцати лет пространство старело, теряя свои позиции.

Рентабельность: арт-центр, как и «Пунктум», работает по системе самокупаемости: за счет сдачи части помещений в аренду, проведения выставок и мероприятий, экскурсий, продажи арт-объектов (20% — центру, 80% — автору), онлайн-концертов, а также за счет благотворительных взносов. Средняя цена билета на онлайн-мероприятие — от 500 руб., входного билета в арт-центр — 300 руб., экскурсионного (индивидуального) билета — 750 руб. или 1500 руб.

Современное состояние: резидентами кластера сегодня являются более десяти художественных галерей, музыкальные студии, театр, музей и почти сорок творческих мастерских, центр организует международные проекты. Тем не менее, по словам генерального директора арт-центра Мирона Муждаба, на данный момент проект теряет свою популярность среди жителей Санкт-Петербурга. Поэтому для руководства «Пушкинской-10» наиболее приоритетная задача сегодня — найти свою новую идентичность, одновременно сохранив культурную преемственность.



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

На основе приведенных кейсов можно сделать следующие выводы:

1. Креативные кластеры в России чаще всего реализуются как бизнес-проекты с привлечением частных инвестиций на основе договоренности с собственниками промышленных помещений или — реже — при участии государственных компаний. В концепцию творческого пространства закладывается идея культурного преобразования, создания рабочих мест и возможностей для самореализации творческих специалистов, популяризации искусства, изменения ландшафта и эстетического вида города, создания пространства для отдыха и образования жителей города и региона. Креативные кластеры дают возможность по-новому использовать заброшенные территории, привлекать большое количество предпринимателей и стимулировать рост доли креативного сектора в экономике государства.

2. Рентабельность творческих кластеров на данный момент просчитать сложно: окупаемость вложенных средств занимает в среднем до десяти лет, а основной доход приносит сдача помещений в аренду. При этом на реализацию масштабного кластера уходят сотни миллионов рублей. Маржинальность одного такого проекта в среднем не превышает 15%.

3. Резидентами креативных кластеров в основном являются предприниматели, представители творческих профессий, IT-специалисты. Кластеры работают по принципу внутренней синергии и коллаборации: у резидентов есть возможность делиться друг с другом опытом ведения бизнеса, а посетители имеют доступ ко множеству креативных площадок на одной территории. Часто кластер включает в себя места для отдыха и развлечений, коворкинг, творческие мастерские и студии, предприятия малого бизнеса, образовательные площадки, выставки, музеи, культурные и творческие сообщества.

4. Особенности реализованных креативных кластеров являются тенденция к масштабированию, создание дополнительных внутренних проектов (особенно в онлайн-среде), тренд на долгосрочность, а также поддержка инновационных идей в творческом секторе.

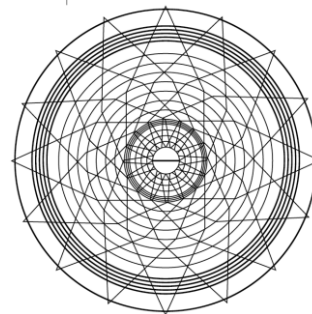
Таким образом, одним из главных вопросов для создателей креативных кластеров остается экономическая стабильность проекта и поиск дополнительного дохода в рамках бизнес-стратегии.

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



Специфика и эффективность государственной политики России в области креативного сектора

В России оформление креативной экономики, функционирование творческих индустрий и работа креативных кластеров проявились лишь в начале XXI века, что определило значительное отставание от уровня других государств. Однако темпы развития отрасли оказались стремительными: по данным на 2021 г., всего на ВВП России приходится более 10 млн руб. от бизнесов креативного сектора, при этом количество таких организаций — около 750 тыс. по всей стране (Креативные индустрии России, н. д.). Почти 5% от всей численности сотрудников организаций в стране приходится на креативные индустрии. В процентном соотношении креативные индустрии приносят вклад в ВВП, равный 4,21% относительно всех сфер экономики, а количество бизнесов креативного сектора составляет 9,68% от всех организаций страны (Креативные индустрии России, н. д.).

Способность конкретного субъекта приносить вклад в креативную экономику зависит от того, насколько высоки индексы среднемесячного дохода на душу населения и количества рабочей силы: чем благополучнее регион, тем выше его готовность создавать комфортные условия для участия населения в креативной деятельности, которая подразумевает больше бизнес-рисков из-за новизны и относительной неустойчивости.

В 2020 г. в России был принят первый закон регионального уровня, регламентирующий меры поддержки развития креативных индустрий, — «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре» (Окружной закон, 2020). По заявлению политиков, этот закон может стать «модельным» для других регионов страны. И все же из-за несовершенства законодательства создатели креативных кластеров вынуждены во многом опираться на смежные законодательные акты о развитии малого и среднего бизнеса, об особых экономических зонах и т. д. (Пальцев, 2010).

Большинство современных исследователей сходятся во мнении, что на протяжении десятилетий государственная политика в области креативных индустрий и кластеров была развита слабо, в частности эксперты обращают внимание на ряд факторов (Зеленцова, 2017):

- отсутствие концепции поддержки со стороны государства;
- пренебрежение ведением исследований;
- отсутствие актуальных и полных статистических данных о функционировании креативных кластеров, их роли в жизни общества и вкладе в экономику;
- отсутствие продуманной нормативно-правовой базы и межведомственного диалога.



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

В ходе исследования мы также выявили конкретные условия, которые оказывали или продолжают оказывать негативное влияние на эффективность креативных кластеров:

1. Длительное отсутствие в правовом поле закрепленного термина креативных кластеров.

2. Несовершенство документации по градостроительству и земельным вопросам (проблемы с самостроями, перепланировкой, несоответствие текущих видов деятельности кластеров их изначальной производственной функции, что влечет за собой фактическое несоблюдение СанПиНа, пожарной безопасности, санитарных зон и прочего).

3. Отсутствие специализированных образовательных центров и курсов, где всесторонне готовили бы специалистов в области реализации креативных кластеров.

4. Вызывает опасения экспертов возможный формальный подход государства к созданию креативных кластеров. В творческом секторе инициатива, спущенная сверху, без поддержки энтузиастов обречена на провал. В этом случае создать кластер повторно (особенно в небольших населенных пунктах) будет затруднительно из-за недоверия населения к самой идее. Также эксперты считают необходимым сделать ряд послаблений со стороны госрегулирования: снять препятствия для развития благотворительности, в том числе корпоративной и иностранной; отменить таможенные правила в отношении произведений искусства; отменить или существенно снизить ставки отчислений с фонда оплаты труда для работников с низкими зарплатами; отменить законодательство об иностранных агентах и о просветительской деятельности.

5. Актуальной проблемой остается государственное регулирование поддержки креативных кластеров. Нам видится правильным оказывать им поддержку как малому бизнесу, особенно в связи с уже прошедшими и возможными новыми коронавирусными ограничениями. Кроме того, государство должно способствовать развитию прилегающих к кластеру территорий, особенно если они были выключены из городской жизни в течение последних десятилетий.

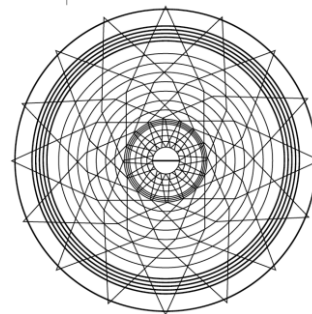
Для разрешения сложившегося в отрасли положения в 2021 г. по поручению В. В. Путина был разработан первый и ключевой документ федерального уровня («Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»), где сформулированы цели, задачи, меры

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



и объемы государственной поддержки креативных индустрий в целом и креативных кластеров в частности, а также закреплена соответствующая терминология и расширен перечень креативных индустрий (Концепция, 2021). В рамках этой стратегии также будут подниматься следующие вопросы (Минкультуры, 2021):

- изменение налогового законодательства;
- дополнение ОКВЭДа (Общероссийского классификатора видов экономической деятельности) новыми группировками и понятиями;
- введение в эксплуатацию арт-лабораторий и пространств, где можно будет получить консультацию, реализовать прототип будущего продукта творческой деятельности;
- разработка мер инвестиционной поддержки креативных индустрий.

Важно отметить, что не только на законодательном уровне, но и на практике в России постепенно создаются специальные организации, оказывающие поддержку предприятиям сегмента креативной экономики, например Агентство стратегических инициатив (АСИ), сформированное правительством. В 2021 г. В. В. Путин поставил задачу увеличить количество креативных кластеров в российских регионах. Тогда же заработала лаборатория АСИ по созданию креативных кластеров на месте промзон — Rurban Creative Lab. Программа призвана вдохнуть новую жизнь в заброшенные территории, создать новые рабочие места и сообщества творчески ориентированных предпринимателей. За год на участие в программе поступило 3339 заявок из 80 регионов России. В креативные кластеры было преобразовано 30 бывших промзон и заброшенных предприятий (совокупная площадь 295 тыс. кв. м), 28 из них уже запущены, было проведено 59 публичных мероприятий на новых территориях. Всего удалось привлечь 983 млн инвестиций. Прогнозируемое число рабочих мест в кластерах — более 14 тыс., а посетителей — более 4,8 млн человек в год (Агентство стратегических инициатив, 2021).



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики
в сфере креативных индустрий в российских условиях

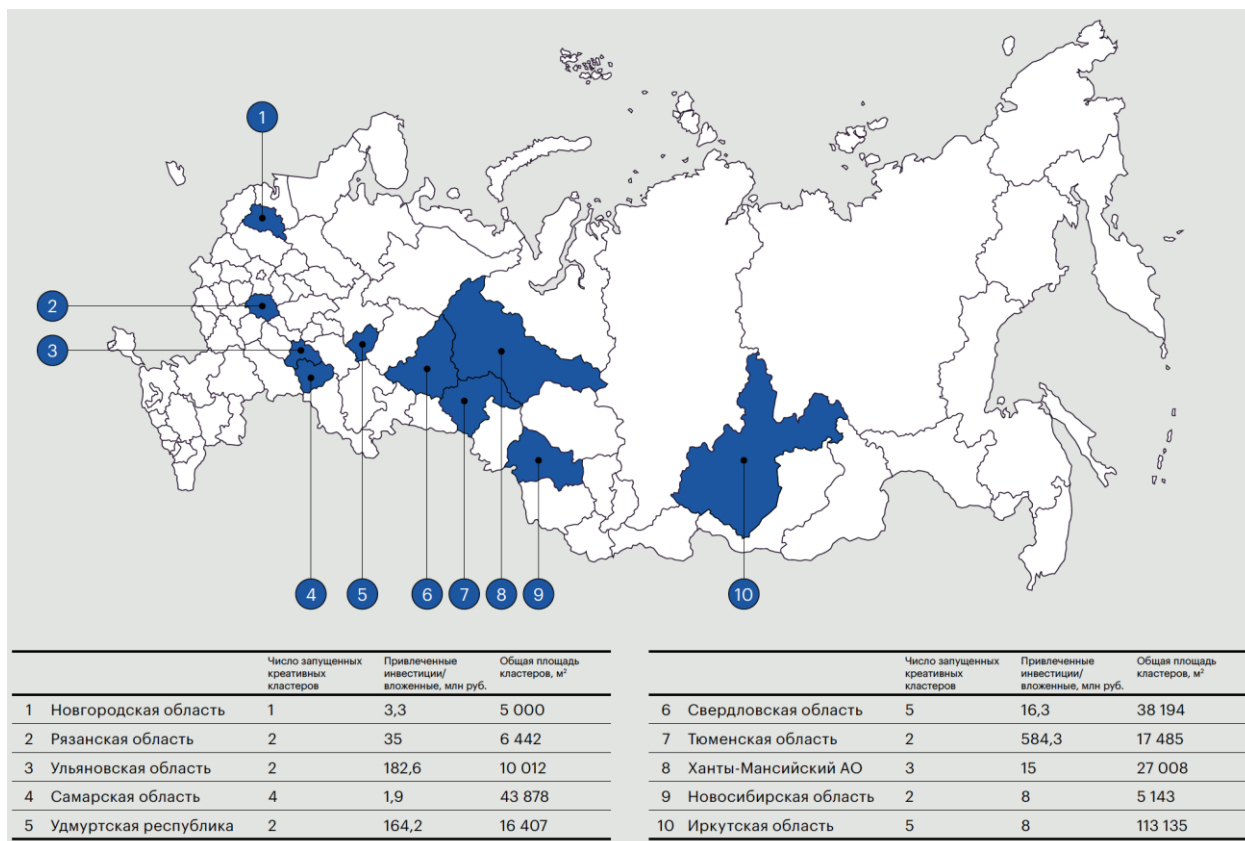


Рисунок 1. Карта развития креативных кластеров в России в 2021 г. в рамках проекта Rurban Creative Lab (Агентство стратегических инициатив, 2021, с. 25).

С 2020 г. при активном участии Совета Федерации проводится фестиваль-форум «Российская креативная неделя», направленный на популяризацию наиболее интересных инновационных практик. Перечисленные факторы позволяют сделать вывод, что комплексная и последовательная политика поддержки креативных индустрий должна быть сформирована в ближайшие годы, поскольку органы государственного управления все чаще предлагают конкретные меры, направленные на ускорение роста сектора креативной экономики.

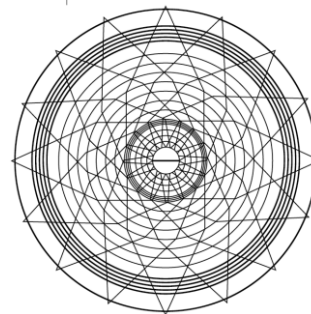
Таким образом, государственную политику в отношении креативного сектора нельзя оценивать однозначно положительно или отрицательно. Поскольку функционирование креативных кластеров меняет облик города и благоприятно сказывается на его экономике, государство заинтересовано в оказании поддержки творческой индустрии. Однако на практике можно говорить об имеющей недочеты, непоследовательной государственной политике, в которой наиболее активные шаги предпринимаются не на федеральном уровне, а на уровне субъектов России.

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



Заключение

Итак, нами было проведено теоретическое и эмпирическое исследование эффективности политики в сфере креативных индустрий в российских условиях. Мы изучили различные подходы к определению терминов «креативные индустрии» и «креативные кластеры», обозначили критерии их эффективности, привели доказательства того, что они играют значительную роль в динамическом развитии как глобальной, так государственной и даже региональной экономики. В то же время креативные кластеры подразумевают долгосрочное вложение средств, поэтому в силу относительной новизны феномена на данный момент сложно просчитать рентабельность создания такого проекта.

Целью работы было выявить специфические условия, влияющие на эффективность политики в области креативных индустрий в России. Так, нами был проанализирован ряд государственных документов, касающихся креативного сектора, рассмотрены слабые стороны государственной политики по данному вопросу.

На сегодняшний день положение таково, что до конца не сформирована вся необходимая документация для полноценной регуляции креативного сектора и оказания ему помощи. Однако комплексная и последовательная политика поддержки креативных индустрий должна быть сформирована в ближайшие годы, поскольку органы государственного управления все чаще предлагают конкретные меры, направленные на ускорение роста творческих отраслей.

Политике в области креативных индустрий необходимо претерпеть ряд корректировок. В частности, творческим отраслям нужно официально закрепиться в правовом поле России и в планах по реализации мер поддержки направлениям экономики. Креативный сектор развивается быстро, активно создаются и растут креативные кластеры, но по-настоящему «раскрыться» не могут из-за неурегулированных проблем. На наш взгляд, как только будет достигнута синергия творческого сектора и государства, креативная экономика получит мощный толчок и сможет выйти на мировую арену, приближаясь к показателям вклада в ВВП у более развитых стран.

Мы предлагаем ряд рекомендаций по изменению и уточнению российской государственной документации в отношении креативного сектора:

1. Законодательно на федеральном уровне закрепить все дефиниции, а также виды/типы/классификации креативных индустрий, экономики, кластеров.

2. Законодательно прояснить локальные, региональные, федеральные меры поддержки и программы развития креативных индустрий и кластеров.





[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

3. Уточнить законодательно разницу между креативными кластерами и технопарками всех видов.

4. Скорректировать документацию по территориальному планированию, градостроительству и земельным вопросам в соответствии с особенностями реализации креативных кластеров.

5. Определить план исследований эффективности креативного сектора.

6. Отменить или внести корректировки в Закон о просветительской деятельности.

7. Закрепить законодательно и реализовать на практике меры, направленные на модернизацию образования в креативном секторе.

Идеи, основные положения и выводы исследования могут быть использованы для дальнейшей разработки вопросов, связанных с эффективностью российской государственной политики в области креативных индустрий и креативных кластеров.

БИБЛИОГРАФИЯ

Агентство стратегических инициатив. (2021). Годовой отчет 2021. Страну меняют люди. First Print. <https://asi.ru/reports/189940/>

Вклад креативных индустрий в экономику России должен достичь 10% ВВП. (2020, 22 сентября). Expert <https://expert.ru/2020/09/22/vklad-kreativnyih-industrij-v-ekonomiku-rossii-dolzhen-dostich-10-vvp/>

Гнедовский, М. (2011, 13 декабря). Винзавод, Стрелка, Флакон. Творческие кластеры в больших городах. Русский журнал. <http://www.russ.ru/pole/Vinzavod-Strelka-Flakon>

Дом для Энди, или «Фабрика звезд» Уорхола. (2015, 15 октября). Woodinteria. https://woodinteria.ru/news/lichnost/dom_dlya_endi_ili_fabrika_zvezd/

Желнина, А. А. (2015). Креативность в городе: реинтерпретация публичного пространства. Журнал социологии и социальной антропологии, 78(2), 45–59. <https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/c3b8jtgfb6/157650662.pdf>

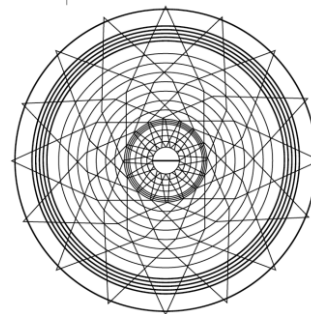
Жиляева, Я. (2018, 26 апреля). Карта, деньги, «Винзавод»: стал ли арт-кластер супругов Троценко успешным бизнес-проектом. Forbes. <https://www.forbes.ru/forbeslife/360623-karta-dengi-vinzavod-stal-li-art-klaster-suprugov-trocenko-uspeshnym-biznes>

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



Журавлева, Т., Токарев, И., Ярмошук, Я. (2019). Сносить нельзя ревитализировать. ООО «Флакон-ИКС».

https://100gorodov.ru/attachments/1/32/cf719d-998c-4619-bdfa-b28a94083d33/Практическое_руководство_по_созданию.pdf

Зеленцова, Е. В. (2017). Государственная поддержка креативных индустрий. Международный журнал исследований культуры, 26(1), 73–80.

<https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhka-kreativnyh-industriy/viewer>

Зотова, Л. Р. (2015). Креативный город: творческие индустрии и развитие городов. Креативная экономика, 9(11), 1465–1490. <http://dx.doi.org/10.18334/ce.9.11.2085>

Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. No 2613-р. (2021, 20 сентября). Правительство Российской Федерации.

<http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjiAtAya8FAVDUfP.pdf>

Креативные индустрии России. (н. д.). 100 городских лидеров.

<https://100gorodov.ru/creativeindustries>

Кузьмина, Я. (2016, 31 октября). Креативность как двигатель экономики. Коммерсант. <https://www.kommersant.ru/doc/3130942>

Лэндри, Ч. (2006). Креативный город (В. Гнедовский, М. Хрусталева, пер.). Классика-XXI.

Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации № 20615-ак/д19. (2008, 26 декабря). Министерство экономического развития Российской Федерации.

<https://spbcluster.ru/wp-content/uploads/2020/01/Metodicheskie-rekomendatsii-po-realizatsii-klasternoj-politiki.pdf>

Минкультуры: для развития креативных индустрий необходимо изменить отношение к налогам. (2021, 23 марта). ТАСС. <https://tass.ru/kultura/10969269>

Новикова, Н. (2018, 27 августа). Точка отсчета: как создавался кластер «Октава» и что нового он преподнесет тулякам. Тульская пресса.

<https://www.tulapressa.ru/2018/08/tochka-otscheta-kak-sozdavalsya-klaster-oktava-i-cto-novogo-on-prepodneset-tulyakam>



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

Окружной закон «О креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре» № 70-ОЗ. (2020, 27 июля). Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. <https://docs.cntd.ru/document/570852489>

Пальцев, В. В. (2010). Совершенствование механизмов создания промышленных кластеров как проблема современного менеджмента. Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р. Е. Алексеева, 83(4), 272–278. <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-mehanizmov-sozdaniya-promyshlennyh-klasterov-kak-problema-sovremennogo-menedzhmenta/viewer>

Полищук, Е. А. (2005). Человеческий капитал в экономике современной России: проблемы формирования и реализации. Издательство ИЖГТУ.

Скрынникова, А. (2019, 18 апреля). Почему объединяются дизайн-заводы «Флакон» и «Хлебозавод» и что будет с ними дальше. vc.ru. <https://vc.ru/offline/64869-pochemu-obedinyayutsya-dizayn-zavody-flakon-i-hlebozavod-i-cto-budet-s-nimi-dalshe>

Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. (2019). Министерство экономического развития Российской Федерации. https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovanie_prostranstvennogo_razvitiya/strategiya_prostranstvennogo_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2025_goda/

Стумпо, Дж. (2012). Оценка креативных индустрий: в поисках индекса креативности. Н. Гладких (пер.), Сборник материалов международной конференции «Творческие индустрии и креативная экономика как пространство исследовательской и проектной деятельности» (с. 10–22). Классика-XXI.

Указ о национальных целях развития России до 2030 года. (2020, 21 июля). Президент России. <http://kremlin.ru/events/president/news/63728>

Флорида, Р. (2011). Креативный класс: люди, которые меняют будущее (А. Константинов, пер.). Классика-XXI.

Фокус на развитии: почему креативный бизнес стал важным инновационным драйвером. (2019, 5 декабря). Российская газета. <https://rg.ru/2019/12/05/fokus-na-razviti-pochemu-kreativnyj-biznes-stal-vazhnym-innovacionnym-drajverom.html>

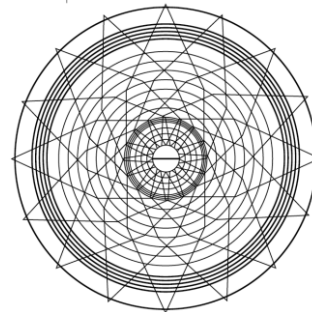
Ярославцева, О. (2021, 22 ноября). АСИ разработало предложения по поддержке креативных кластеров в России. АСИ. <https://asi.ru/news/184892/>

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



Department for Digital, Culture, Media & Sport. (1998). Creative Industries Mapping. Documents 1998. GOV.UK.

<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

Frey, B. (2000). Arts and Economics: Analysis and Cultural Policy. Springer.

United Nations. (2010). Creative Economy Report 2010. UNCTAD.

https://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

THE PERFORMANCE OF THE RUSSIAN STATE POLICY IN THE FIELD OF CREATIVE INDUSTRIES

Stepanova I. D.

Master of Media Communications,
Special Projects Manager at the Forbes
(Moscow, Russia)

idmstepanova@gmail.com

Abstract:

In this article, the author defines approaches to creative industries, their classification and trends affecting their development. The clarifications given to the definition of creative clusters, their role in the creative sector and specific features, criteria for measuring their effectiveness. The author analyzes the cases of Russian creative clusters creation, examines the state policy in the field of creative industries and creative clusters. Although, specific conditions affecting the performance of Russian state policy in the creative sector identified in the article. The study significantly contribute to the improvement of the creative clusters' functioning through the recommendations for the state documentation.

Keywords: creative industries, creative clusters, creative economy, design factory, cultural center, urban spaces

REFERENCES

Agentstvo strategicheskikh initsiativ. (2021). Godovoy otchet 2021. Stranu menyayut lyudi. First Print. <https://asi.ru/reports/189940/>

Department for Digital, Culture, Media & Sport. (1998). Creative Industries Mapping. Documents 1998. GOV.UK.

<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

Dom dlya Endi, ili «Fabrika zvezd» Warhola. (2015, October 15). WoodInteria.

https://woodinteria.ru/news/lichnost/dom_dlya_endi_ili_fabrika_zvezd/

Florida, R. (2011). Kreativnyy klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee (A. Konstantinov, Trans.). Klassika-XXI.

Fokus na razvitii: pochemu kreativnyy biznes stal vazhnym innovatsionnym drayverom. (2019, December 5). Rossiyskaya gazeta.

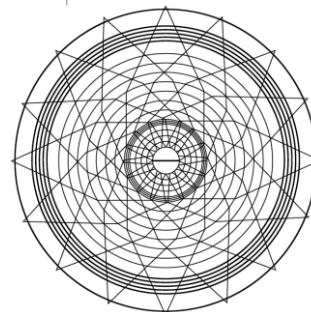
<https://rg.ru/2019/12/05/fokus-na-razvitii-pochemu-kreativnyj-biznes-stal-vazhnym-innovatsionnym-drajverom.html>

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях



Frey, B. (2000). Arts and Economics: Analysis and Cultural Policy. Springer.

Gnedovskiy, M. (2011, December 13). Vinzavod, Strelka, Flakon. Tvorcheskie klasteri v bol'shikh gorodakh. Russkiy zhurnal. <http://www.russ.ru/pole/Vinzavod-Strelka-Flakon>

Kontsepsiya razvitiya tvorcheskikh (kreativnykh) industriy i mekhanizmov osushchestvleniya ikh gosudarstvennoy podderzhki v krupnykh i krupneyshikh gorodskikh aglomeratsiyakh do 2030 goda No 2613-r. (2021, September 20). Pravitel'stvo Rossiyskoy Federatsii.

<http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVixBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf>

Kreativnye industrii Rossii. (n. d.). 100 gorodskikh liderov.

<https://100gorodov.ru/creativeindustries>

Kuz'mina, Ya. (2016, October 31). Kreativnost' kak dvigatel' ekonomiki. Kommersant.

<https://www.kommersant.ru/doc/3130942>

Landry, Ch. (2006). Kreativnyy gorod (V. Gnedovskiy, M. Khrustaleva, Trans.). Klassika-XXI.

Metodicheskie rekomendatsii po realizatsii klasternoy politiki v sub'ektakh Rossiyskoy Federatsii N° 20615-ak/d19. (2008, December 26). Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii.

<https://spbcluster.ru/wp-content/uploads/2020/01/Metodicheskie-rekomendatsii-po-realizatsii-klasternoj-politiki.pdf>

Minkul'tury: dlya razvitiya kreativnykh industriy neobkhodimo izmenit' otnoshenie k nalogam. (2021, March 23). TASS. <https://tass.ru/kultura/10969269>

Novikova, N. (2018, August 27). Tochka otscheta: kak sozdavalsya klaster «Oktava» i chto novogo on prepodneset tulyakam. Tul'skaya pressa.

<https://www.tulapressa.ru/2018/08/tochka-otscheta-kak-sozdavalsya-klaster-oktava-i-chto-novogo-on-prepodneset-tulyakam>

Okruzhnoy zakon «O kreativnykh industriyakh v Khanty-Mansiyskom avtonomnom okruge — Yugre» N° 70-OZ. (2020, July 27). Elektronnyy fond pravovykh i normativno-tekhnicheskikh dokumentov. <https://docs.cntd.ru/document/570852489>

Pal'tsev, V. V. (2010). Sovershenstvovanie mekhanizmov sozdaniya promyshlennykh klasterov kak problema sovremennogo menedzhmenta. Trudy Nizhegorodskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. R. E. Alekseeva, 83(4), 272–278.

<https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-mekhanizmov-sozdaniya-promyshlennykh-klasterov-kak-problema-sovremennogo-menedzhmenta/viewer>

Polishchuk, E. A. (2005). Chelovecheskiy kapital v ekonomike sovremennoy Rossii: problemy formirovaniya i realizatsii. Izdatel'stvo IzhGTU.

Skrynnikova, A. (2019, April 18). Pochemu ob"edinyayutsya dizayn-zavody «Flakon» i «Khlebozavod» i chto budet s nimi dal'she. vc.ru.



[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

<https://vc.ru/offline/64869-pochemu-obedinyayutsya-dizayn-zavody-flakon-i-hlebozavod-i-cto-budet-s-nimi-dalshe>

Strategiya prostranstvennogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda. (2019). Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii.

https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovaniye_prostranstvennogo_razvitiya/strategiya_prostranstvennogo_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2025_goda/

Stumpo, Dzh. (2012). Otsenka kreativnykh industriy: v poiskakh indeksa kreativnosti. N. Gladkikh (Trans.), Sbornik materialov mezhdunarodnoy konferentsii «Tvorcheskie industrii i kreativnaya ekonomika kak prostranstvo issledovatel'skoy i proektnoy deyatel'nosti» (pp. 10–22). Klassika-XXI.

Ukaz o natsional'nykh tselyakh razvitiya Rossii do 2030 goda. (2020, July 21). Prezident Rossii. <http://kremlin.ru/events/president/news/63728>

United Nations. (2010). Creative Economy Report 2010. UNCTAD.

https://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf

Vklad kreativnykh industriy v ekonomiku Rossii dolzhen dostich' 10% VVP. (2020, September 22). Expert

<https://expert.ru/2020/09/22/vklad-kreativnyih-industriy-v-ekonomiku-rossii-dolzhen-dostich-10-vvp/>

Yaroslavtseva, O. (2021, November 22). ASI razrabotalo predlozheniya po podderzhke kreativnykh klasterov v Rossii. ASI. <https://asi.ru/news/184892/>

Zelentsova, E. V. (2017). Gosudarstvennaya podderzhka kreativnykh industriy. Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury, 26(1), 73–80.

<https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhka-kreativnyh-industriy/viewer>

Zhel'nina, A. A. (2015). Kreativnost' v gorode: reinterpretatsiya publichnogo prostranstva. Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii, 78(2), 45–59.

<https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/c3b8jtgfb6/157650662.pdf>

Zhilyaeva, Ya. (2018, April 26). Karta, den'gi, «Vinzavod»: stal li art-klaster suprugov Trotsenko uspehnym biznes-proektom. Forbes.

<https://www.forbes.ru/forbeslife/360623-karta-dengi-vinzavod-stal-li-art-klaster-suprugov-trotsenko-uspehnym-biznes>

Zhuravleva, T., Tokarev, I., Yarmoshchuk, Ya. (2019). Snosit' nel'zya revitalizirovat'. OOO «Flakon-X».

https://100gorodov.ru/attachments/1/32/cf719d-998c-4619-bdfa-b28a94083d33/Prakticheskoe_rukovodstvo_po_sozdaniyu.pdf

Zotova, L. R. (2015). Kreativnyy gorod: tvorcheskie industrii i razvitie gorodov. Kreativnaya ekonomika, 9(11), 1465–1490. <http://dx.doi.org/10.18334/ce.9.11.2085>

[Научные статьи]

Степанова И. Д.

Эффективность политики

в сфере креативных индустрий в российских условиях

