

УДК 332

DOI: 10.34670/AR.2023.54.19.020

**Формирование сектора культурных
и креативных (творческих) индустрий
как направление стратегического и пространственного
развития территорий**

Ануфриева Алена Александровна

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного управления и
управления человеческими ресурсами,
Байкальский государственный университет экономики и права,
664003, Российская Федерация, Иркутск, ул. Ленина, 11;
e-mail: alena-a2002@mail.ru

Аннотация

Формирование сектора культурных и креативных (творческих) индустрий является одним из перспективных направлений организации культурно-досуговой деятельности во многих крупных городах России, особенно в условиях цифровизации экономики. Включение данного направления в число приоритетов стратегического и пространственного развития публично-правовых образований при разработке документов стратегического планирования, выработка мер и мероприятий государственной и муниципальной политики на основе комплексной оценки необходимости и возможности развития сектора культурных и креативных (творческих) индустрий на конкретной территории позволят создать условия для формирования и эффективного использования человеческого капитала в условиях новых вызовов. В статье представлены ключевые отличительные характеристики культурных индустрий и креативных(творческих) индустрий, группы элементов сектора культурных и креативных(творческих) индустрий, предложен подход к определению направлений развития сектора культурных и креативных (творческих) индустрий, реализация которого позволит при выборе альтернативных программных мероприятий и проектов оценивать уровень и потенциал развития культурных и креативных(творческих) индустрий с учетом сложившихся условий в муниципальном образовании и процессы кластеризации в данном секторе. Рассмотренный подход и алгоритм действий органов публичной власти будет способствовать разработке качественных документов стратегического планирования, программных и проектных мероприятий в каждом конкретном регионе и муниципальном образовании Российской Федерации.

Для цитирования в научных исследованиях

Ануфриева А.А. Формирование сектора культурных и креативных (творческих) индустрий как направление стратегического и пространственного развития территорий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 9А. С. 218-235. DOI: 10.34670/AR.2023.54.19.020

Ключевые слова

Культура, креативные (творческие) индустрии, культурный кластер, регион, пространственное развитие, стратегическое развитие.

Введение

Современные внешние вызовы, приоритеты государственной политики и национальной безопасности России, трансформация многих сфер социально-экономической жизни общества способствуют формированию устойчивой тенденции к переосмыслению представлений об организации культурной деятельности на государственном и местном уровнях. Деятельность организаций в сфере культуры и искусства на территориях начинает рассматриваться, в том числе, с позиции предпринимательской составляющей и возможности концентрироваться во взаимосвязи с туристической отраслью в рамках новых форм культурно-творческой деятельности. Наблюдается переход от финансирования культурных программ и проектов региональными и местными бюджетами к привлечению частных инвестиций в культурную инфраструктуру, развитие кластерных объединений, предполагающих повышение уровня культурно-досуговой активности населения. Важная особенность сферы культуры заключается в способности генерировать не только культурную деятельность, но и другие виды деятельности. Культура может становиться бизнесом и играть, таким образом, важную экономическую роль в развитии территории, открывая перспективу создания большого числа видов экономической деятельности [Копачкая, 2007].

Культурные и креативные индустрии становятся одним из важнейших драйверов развития и условием для формирования качественных характеристик человеческого капитала. Как верно отмечается, «...требуются специальные управленческие решения и маркетинговые усилия по насыщению городских экономик различными видами деятельности и повышению привлекательности новых мест расселения в глазах жителей других регионов, прежде всего молодежи» [Метелева, 2022]. Поэтому вопросы выработки организационных механизмов и методического обеспечения процесса формирования и развития культурных и креативных (творческих) индустрий (далее – КК(Т)И), разработка инструментария их развития и управления становятся весьма актуальными, в том числе, в контексте разработки действенных стратегий и программ социально-экономического и пространственного развития территорий.

Культурные и креативные (творческие) индустрии

Не останавливаясь на концептуальных подходах к понятию КК(Т)И, рассмотрению которых посвящено достаточное число работ зарубежных [Horkheimer, 1969; Miede, 1987; Garnham, 2000; Хезмондалш, 2018; Towse, 2020; др.] и отечественных [Метелева, 2010; Флиер, 2013; Вербицкий, 2020; Гумерова, Шаймиева, 2023; др.] исследователей, в данной статье представлен попытка систематизировать ключевые характеристики культурных и креативных индустрий, необходимые для оценки уровня их развития, выработать подход, позволяющий определить потенциал развития сектора КК(Т)И для выработки мероприятий, проектов, программ социально-экономического развития в условиях конкурентной территории, конкретного муниципального образования.

На сегодняшний день в международном научном сообществе не существует общепринятой позиции по поводу контекстного употребления понятий «культурная индустрия» или

«культурные индустрии» в единственном или множественном числе, отмечается разрозненность мнений по поводу определения основных признаков и подходов к осмыслению культурных и креативных (творческих) индустрий.

Многие авторы склонны рассматривать представленные феномены в рамках единого взаимосвязанного сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» (рисунок 1). Такое представление структурной модели строится на базовом понимании КК(Т)И, как сектора экономической деятельности, основной целью которой является создание ценностно-ориентированного продукта.

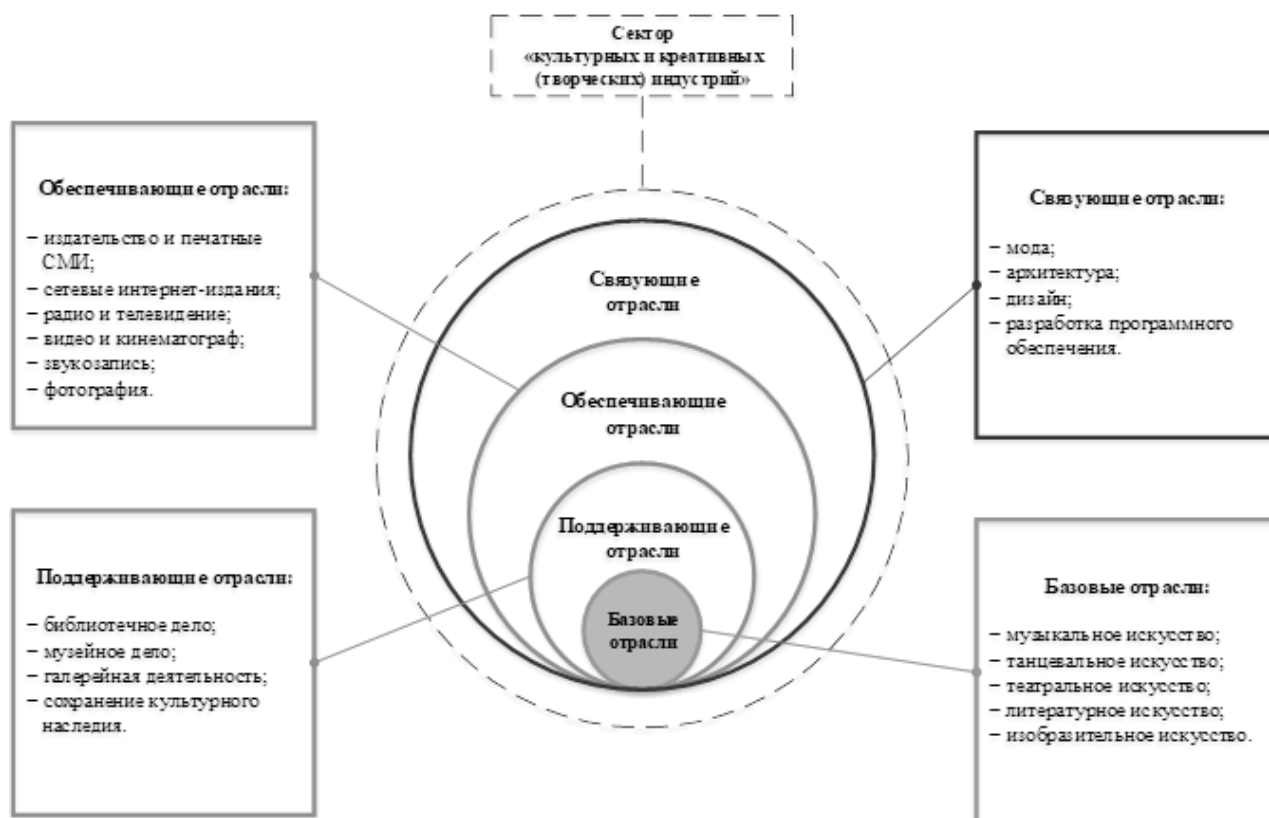


Рисунок 1 - Отраслевая структура сектора культурных и креативных (творческих) индустрий

Анализ зарубежных и отечественных концепций формирования и развития КК(Т)И позволил систематизировать представления об их отличительных особенностях (таблица 1).

Таблица 1 - Отличительные особенности «культурных» и «креативных(творческих)» индустрий

Отличительный элемент	Культурные индустрии	Креативные (творческие) индустрии
Целевой ориентир	Формирование социально-культурного и смыслового значения (символического смысла) за счет производства товаров и услуг	Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности за счет производства товаров и услуг

Отличительный элемент	Культурные индустрии	Креативные (творческие) индустрии
Особенность производимого продукта (услуги)	Массовый и стандартизированный, представляющий традиционную культурную ценность.	Эксклюзивный и инновационный, характеризующийся авторской оригинальностью и ограниченной штучностью, представляющий культурно-досуговую ценность.
Особенность потребительской среды и спроса	Массовая аудитория, отсутствуют ограничения для доступа.	Широкая сегментная аудитория, существуют ограничения связанные с авторским правом и платным доступом.
Особенность процесса производства продуктов (услуг)	Используют актуальные классические существующие технологий социального производства	Вырабатывают собственные уникальные технологии социального производства
Формирование добавленной стоимости	Способны производить добавленную стоимость, но это не является их основной целью	Направлены на производство добавленной стоимости

Каждая из представленных индустрий может быть вовлечена в процессы производства товаров, работ и услуг в смежных культурно-творческих секторах. Так, например, результат деятельности «культурных индустрий» могут являться основой для создания продукта или услуги в рамках сектора «креативных (творческих) индустрий» и наоборот, что позволяет говорить о них как о едином секторе (таблица 2).

Таблица 2 - Характеристика основных элементов сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» по группам

Элемент	Характеристика	Особенности
Группы потребителей		
Жители города	Постоянное население всех возрастов, проживающее на территории города	Регулярный спрос на «продукт» сектора культурных и креативных индустрий, возможность спланировать уровень потребления.
Жители агломерации	Жители близлежащих муниципальных образований агломерации.	Периодический спрос на «продукт» сектора культурных и креативных индустрий, возможность спланировать периоды потребления.
Жители других территорий	Жители отдаленных муниципальных образований за пределами агломерации, других регионов, других стран.	Эпизодический спрос на «продукт» сектора культурных и креативных индустрий, сложность планирования уровня потребления.
Группы поставщиков		
Внутриреспубликанские	Осуществляют культурно-творческую деятельность в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий» муниципального образования: муниципальные (государственные) учреждения культуры и искусства; частные коммерческие (некоммерческие) культурно-творческие организации; индивидуальные творческие исполнители и художники.	Инфраструктура находится на территории, где осуществляется потребление «продукта»; низкие транзакционные издержки в рамках каналов сбыта продукции из-за территориальной расположенности; возможность непосредственного контроля качества на всем этапе производства и потребления «продукта». Деятельность способствует формированию мультипликативного эффекта в смежных отраслях городской экономики.

Элемент	Характеристика	Особенности
Внетерриториальные	Осуществляют импорт товаров и услуг сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» на территорию: гастрольные выступления муниципальных (государственных) учреждений культуры и искусства других территорий; гастроли культурно-творческих организаций других территорий (частных поставщиков); выступление индивидуальных творческих исполнителей из других территорий.	Производственная инфраструктура находится вне территории, на которой осуществляется потребление «продукта», запрос на пользование инфраструктурой муниципального образования; высокие транзакционные издержки в рамках каналов сбыта продукции из-за территориальной удаленности поставщика; возможность осуществления контроля качества лишь на этапе непосредственного получения и потребления «продукта». Деятельность практически не способствует формированию мультипликативного эффекта в смежных отраслях городской экономики.
Группы продуктов		
Массового спроса	«Продукты», которые ориентированы на широкий круг потребителей, легко доступны, имеют стандартизированный культурно-эстетический вид и относительно невысокую стоимость. Например: общественные праздники и гуляния; музейные выставки, театральные спектакли, услуги учреждений.	Имеют стандартизированную форму (процесс); ориентированы на широкую группу потребителей; предоставляются бесплатно или имеют относительно недорогую стоимость; «унифицированный» результат.
Индивидуального (избирательного) спроса	«Продукт», приобретаемый для удовлетворения личных культурно-эстетических потребностей, семейного или домашнего использования. Например: продукты онлайн-кинотеатров и стриминговых сервисов, арт-галереи, онлайн-библиотеки, антиквариат	Имеют эксклюзивную и оригинальную форму; характеризуются инновационным подходом к их созданию и ограниченностью предложения; имеют более высокую стоимость, чем продукты массового спроса; нестандартный результат.

С одной стороны, культурные и креативные (творческие) индустрии представляют собой части одной глобальной сетевой структуры. С другой стороны, каждая из этих индустрий в отдельности представляет собой сетевую структуру, следовательно, продукт той или иной индустрии может как автономно существовать в рамках одной индустрии, так и иметь собственный потенциал развития и переходить из одной индустрии в другую, приобретая новые типы ценностной ориентации [Бокова, 2017, 59].

Обзор отечественных теоретических и прикладных исследований позволяет констатировать отсутствие у представителей научного сообщества единства в оценке влияния деятельности отраслей культурного и креативного (творческого) производства на реалии современной российской экономики. Однако невозможно не признать позитивные социально-экономические перспективы развития сектора культурных и креативных (творческих) индустрий в России. Это подтверждается данными, полученными в рамках российских исследовательских проектов, таких как проект «Атлас креативных индустрий в Российской Федерации», разработчиком которого является Агентство стратегических инициатив (АСИ), проект Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ «Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы».

Так, последние публикуемые официальные статистические данные о развитии сектора

культурных и креативных (творческих) индустрий хотя и свидетельствуют о достаточно низкой доле производства культурными отраслями добавленной стоимости в ВВП Российской Федерации, которая составляет – 2,4%, однако отечественный показатель довольно близок к среднемировому значению – 3%, что свидетельствует о наличии перспектив для формирования и развития в России данного сектора. Вклад креативных индустрий в ВВП России, по результатам исследования АСИ, в 2021 году составил приблизительно 4,87%.

Занятые в культурных и креативных (творческих) отраслях национальной экономики осуществляют свою деятельность преимущественно в крупных муниципальных образованиях, таких как городские округа, где существует достаточно широкий потребительский рынок, развитая инфраструктура, высококвалифицированный персонал и достаточно платежеспособный спрос населения (рисунок 2).



Рисунок 2 - Концентрации занятости населения в отраслях культурного и креативного (творческого) производства по типам муниципальных образований

Как обозначено в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р (далее – Концепция), «развитие творческих (креативных) индустрий как в стоимостном плане, так и в объеме влечет за собой мультипликативный экономический эффект». Однако, здесь важно предотвратить нивелирования ценностной составляющей культурной деятельности в стремлении добиться максимальных экономических эффектов от всех хозяйствующих субъектов культурно-творческих кластеров. Идея сближения искусства и коммерции, культуры и экономики воспринимается в целом настороженно, а часто наталкивается и на прямую враждебность среди многих академических исследователей и представителей сферы культуры [О’Коннор, 2004, 34]. Так в частности С. Морозов высказывает тезис о том, что «культурные и креативные (творческие) отрасли в развитых странах Запада составляет отнюдь не ведущий сектор экономики, а в России на повестке дня стоит проблема реиндустриализации и сохранения традиционной культуры многонациональных народов, из-за чего ориентация государственной и муниципальной политики на создание сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» видится совершенно не в близкой перспективе» [Морозов, 2016, 147].

В качестве основополагающей проблемы становления сектора КК(Т)И обозначено «отсутствие у органов исполнительной власти объективного понимания об институциональном закреплении данного сектора в рамках единой сферы социально-экономического развития. В том числе, существуют огромные теоретические пробелы в области конкретизации понятийного аппарата, структурного содержания и нормативно-правового регулирования деятельности отраслей культурного и креативного (творческого) производства» [Зеленцова, 2017, 74]. Очевидно, что задача органов управления культурой всех уровней требует сегодня пересмотра существующего подхода к организации сферы культуры на местах, выхода за узкопрофильные рамки с целью преодоления институциональных барьеров в понимании текущей ситуации рынка культурного производства, где значимую часть должно играть создание принципиально нового и инновационного сектора культурных и креативных (творческих) индустрий как одного из приоритетов стратегического развития. Поддержка и развитие отраслей культурного и креативного (творческого) производства сегодня становится новым инструментом выхода из политического, социального и экономического кризисов и движущей силой развития не только регионов и городов, но и всей страны в целом» [Котова, 2020, 43].

В этой связи справедливо будет упомянуть тезис Е. Метелевой, которая отмечает, что «на сегодняшний день культура может рассматриваться как двигатель новой стадии развития городов, основанной на качестве жизни, креативности, гарантирующей определенную сбалансированность, устойчивость такому развитию. Виды деятельности в сфере культуры и досуга и развитие связанных с этим городских пространств и инфраструктуры признаны во всей мировой практике одними из главных активов городской конкурентоспособности, так как они отражают местные особенности, которые делают любой город отличным от других, и так как они вносят решающий вклад в трансформацию города из пространства производства в пространство потребления с высокой символической ценностью» [Метелева, 2018, 343].

Наиболее актуальным направлением развития сектора КК(Т)И в России является реализация проектов планирования и развития городских территорий посредством формирования современной инфраструктуры с целью освоения новых видов культурного и креативного (творческого) производства. В том числе, отмечаются подходы к формированию кластеров в сочетании со сферами образования, туризма и градостроительства.

Пока отрасли культурного и креативного (творческого) производства во многих регионах России существуют достаточно изолированно, разрозненно и не складываются в единый сектор. Кроме того, малые и средние предприятия, креативные кварталы и творческие кластеры создаются моментно и единично, без какой-либо системной поддержки.

В этой связи, в первую очередь, видится необходимым формирование сектора КК(Т)И включить в качестве одного из ключевых направлений социально-экономического развития при разработке документов стратегического планирования. Обозначить не просто систему поддержки предприятий малого и среднего предпринимательства в сфере культуры, а создание условий для формирования целостного взаимосвязанного сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий», в рамках которого можно было бы выстроить эффективные сетевые структуры кластерного типа¹ для вовлечения организаций в единую систему производства

¹ Именно кластер представляет собой «гибкую самоуправляемую и целостную локализованную систему экономических акторов, которые формируют ряд внутренних (для экономических субъектов — участников

инновационных культурно-творческих продуктов с высокой добавленной стоимостью и «культурной ценностью».

По данным Центра стратегических разработок² (далее – ЦСР), во многих стратегиях и государственных программах субъектов РФ нет прямых упоминаний о КК(Т)И, например, в стратегиях социально-экономического развития Омской области, Республики Тыва, Иркутской области, Республики Алтай. При этом потенциал развития КК(Т)И этих регионов достаточно существенный. Тут нельзя не согласиться с мнением, что «сеть творческих городов Сибири позволила бы ее членам обмениваться знаниями и опытом, популяризировать наиболее эффективную практику и укреплять собственную индустрию культуры, создавая новые возможности в области инвестиций и трудоустройства и развивая культурный туризм» [Метелева, 2010]. При этом в регионах СФО наблюдается разрозненность проектов и разобщенность креативного сообщества, нехватка пространств, которые могут стать коммуникационной площадкой для жителей города и креативных деятелей Сибири, нет вектора и направления развития креативной отрасли.

Учитывая, что к 2030 году доля представителей творческих профессий в производственном секторе экономики РФ должна вырасти с 4,6 до 15% в соответствии с положениями Концепции, уже сейчас требуется комплекс продуманных целенаправленных мер с учетом региональной и отраслевой специфики, направленный на формирование единого культурного и творческого пространства, характеризующегося высоким уровнем разнообразия, качества и доступности, предоставляемых услуг, а также наличием мест и условий для удовлетворения потребностей населения в искусстве и творческой самореализации, воплощении креативных идей.

Подход к оценке культурного и креативного потенциала территории и определению направлений развития сектора КК(Т)И

В настоящей статье изложен подход к определению направлений развития сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий», реализация которого позволит при выборе альтернативных программных мероприятий и проектов комплексно оценивать уровень и потенциал развития культурных и креативных (творческих) индустрий с учетом сложившихся условий на конкретной территории и процессы кластеризации в данном секторе.

В основу представленного подхода положена необходимость учитывать:

- 1) Дифференциацию потребителей, поставщиков услуг (товаров), продуктов сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
- 2) Необходимость оценки двух направлений («как есть») — культурной и креативной (творческой) составляющей единого сектора.
- 3) Предпосылки формирования кластеров «культурных и креативных (творческих) индустрий», то есть оценивать процессы кластеризации.
- 4) Факторы и условия хозяйствования конкретной территории
- 5) Все вышеперечисленное при разработке комплекса мероприятий программного и

кластера) и внешних (для региона, страны в целом) положительных синергетических эффектов» [Долгова, 2019].

² Стратегия развития креативных индустрий Сибирского федерального округа. URL: <https://cgr-krsk.ru/upload/iblock/0bb/0fzmmrk1943uwhnsg0vzcl8b5nomdjs6/Стратегия%20развития%20креативных%20индустрий.pdf>

проектного характера.
Схематичный алгоритм в рамках подхода представлен на рисунке 3.

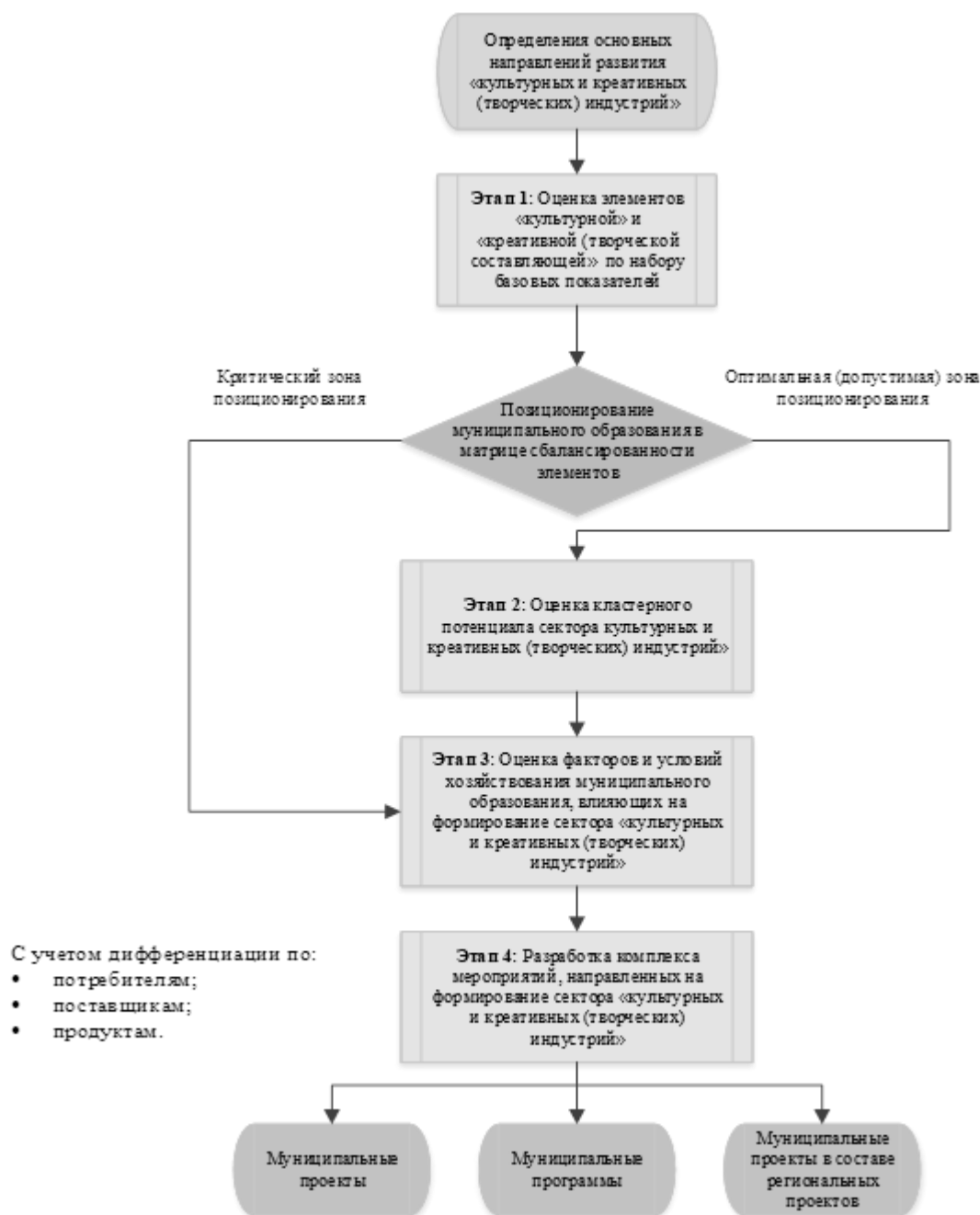


Рисунок 3 - Подход к определению основных направлений развития сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий»

На *первом этапе* проводится оценка уровня развития «культурной» и «креативной» составляющей сектора КК(Т)И по набору показателей, рассмотренному ниже. Итогом такой оценки является построение матрицы, отражающей позиционирование территории по уровням развития «культурной» и «креативной (творческой)» составляющих.

Матрица сбалансированности элементов «культурной» и «креативной (творческой)» составляющих сектора КК(Т)И дает возможность не только оценить отдельные составляющие

элементы «культурного» и «креативного (творческого)» потенциала территории, но также определить, насколько сбалансированы между собой данные направления в исследуемом регионе или муниципальном образовании (рисунок 4).

Если в результате оценки базовых показателей полученное значение соответствует квадрантам оптимального позиционирования (серая зона), то на следующем этапе необходимости оценить процессы кластеризации в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий». В качестве механизма организации площадок и сосредоточения творческих ресурсов на территории активно применяется кластерный подход к созданию культурно-досуговых пространств, объединяющий функционирующие в рамках сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» компании, предпринимателей, работников сферы искусства с целью обеспечения возможности для коммуникации, генерирования новых идей и создания продуктов, несущих в себе культурную и развлекательную ценность» [Карпова, Меленкин, 2021, 15].

		Уровень развития культурных составляющих (базовые показатели оценки)		
		низкий	средний	высокий
Уровень развития креативных (творческих) составляющих (базовые показатели оценки)	высокий	Существует дисбаланс в развитии КК(Т)И	Существует высокий потенциал развития и кластеризации КК(Т)И	Сформированы предпосылки развития кластера КК(Т)И
	средний	Низкий уровень развития КК(Т)И, отсутствует потенциал формирования кластера КК(Т)И	Существует высокий потенциал развития и кластеризации КК(Т)И	Существует высокий потенциал развития и кластеризации КК(Т)И
	низкий	Низкий уровень развития КК(Т)И, отсутствует потенциал формирования кластера КК(Т)И	Низкий уровень развития КК(Т)И, отсутствует потенциал формирования кластера КК(Т)И	Существует дисбаланс в развитии КК(Т)И

□ — критический уровень ▨ — допустимый уровень ■ — оптимальный уровень

Рисунок 4 - Матрица сбалансированности элементов сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий»

На *втором этапе* предлагается оценить процессы кластеризации в секторе культурных и креативных (творческих) индустрий по следующим критериям (таблица 3), которые характеризуют:

- 1) Сетевое взаимодействия между культурными и креативными (творческими) организациями.

- 2) Воспроизводственные процессы в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий».
- 3) Информационное обеспечение деятельности.
- 4) Уровень методического и правового обеспечения деятельности организаций в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий» (процессы институционализации).

При этом оценка критериев может быть как качественной – «да»/ «нет», так и количественной.

Таблица 3 - Система предлагаемых критериев оценки процессов кластеризации сектора культурных и креативных (творческих) индустрий

Процессы кластеризации	Характеристика критериев
Сетевое взаимодействие	Обеспечение информационно-техническими продуктами организаций сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Наличие единой цифровой платформы взаимодействия между организациями сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Частота участия организаций культуры и искусства в реализуемых совместных проектах в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Вовлеченность организаций сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» в сетевое взаимодействие.
	Использование организациями сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» каналов совместного продвижения товаров и услуг.
Воспроизводственные процессы	Наличие связанной системы подготовки кадров для сферы культуры и искусства.
	Наличие единых технологических цепочек производства товаров и услуг между организациями сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Наличие системы методической работы и поддержки деятельности организаций «сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Частота появления новых видов производств в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий» в отраслевой структуре городской экономики.
	Наличие широкого ассортимента товаров и услуг в «секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Отсутствие дефицита кадров в отраслях сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Наличие стабильного уровня занятости в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий».
Информационное взаимодействие	Отсутствие ограничений доступа к системам информационного взаимодействия для организаций сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий».
	Активность организаций сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» в СМИ и сети интернет.
	Обеспеченность потребителей актуальной и полной информацией о состоянии рынка товаров и услуг в секторе «культурных и креативных (творчески) индустрий»
	Формирование организациями сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» общих баз данных потребителя товаров и услуг.
Методическое и правовое обеспечение	Наличие нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» на территории.
	Активная реализации практики защиты и закрепления интеллектуальных прав на производимые товары и предоставляемые услуги в секторе культурных и креативных (творческих) индустрий» производимые на территории.

Для тех муниципальных образований, чье позиционирование в квадрантах матрицы

соответствует «критическому уровню позиционирования» целесообразно переходить к *третьему этапу* — оценке факторов и условий хозяйствования:

- территориальные факторы;
- факторы культурного «производства» на территории;
- финансовые факторы;
- социальные факторы, в том числе потребности населения;
- административно-управленческие факторы.

В качестве *завершающего этапа* происходит разработка комплекса программных мероприятий, самостоятельных проектов, которые составят основу документов стратегического планирования.

Ключевым этапом является оценка состояния и тенденций развития отраслей сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» (этап 1). Критерии и показатели оценки уровня «культурного» и «креативного (творческого)» потенциалов в секторе «культурных и креативных (творческих) индустрий» представлены в таблице 4.

По результатам оценки представленных в таблице 4 показателям рассчитываются сводные индексы оценки «культурного» потенциала и «креативного» потенциала (формула 1 и формула 2 соответственно)

$$I_{\text{СКП}} = \frac{3NI_{\text{д}} + 3NI_{\text{кч}} + 3NI_{\text{ак}} + 3NI_{\text{коп}} + 3NI_{\text{пк}}}{NI_{\text{кр}}}, \quad (1)$$

где, $I_{\text{СКП}}$ — сводный индекс оценки культурного потенциала, числ. знач.;

$NI_{\text{д}}$ — значение индекса по критерию доступности культурных благ для жителей муниципального образования, числ. знач.;

$NI_{\text{кч}}$ — значение индекса по критерию качества и условий оказания услуг, предоставляемых организациями сферы культуры, числ. знач.;

$NI_{\text{ак}}$ — значение индекса по критерию активности проводимой культурно-досуговой деятельности на территории муниципального образования, числ. знач.;

$NI_{\text{коп}}$ — значение индекса по критерию кадрово-образовательного потенциал организаций сферы культуры и искусства, числ. знач.;

$NI_{\text{пк}}$ — значение индекса по критерию уровня популяризации сферы культуры в муниципальном образовании, числ. знач.;

$NI_{\text{кр}}$ — число критериев, используемых при расчете сводного индекса оценки культурного потенциала, числ. знач, (в данном случае $NI_{\text{кр}} = 5$).

$$I_{\text{СКТП}} = \frac{3NI_{\text{эр}} + 3NI_{\text{кз}} + 3NI_{\text{вт}}}{NI_{\text{кр}}}, \quad (2)$$

Где, $I_{\text{СКТП}}$ — сводный индекс оценки креативного (творческого) потенциала, числ. знач.;

$NI_{\text{эр}}$ — значение индекса по критерию активности проводимой культурно-досуговой деятельности на территории муниципального образования, числ. знач.;

$NI_{\text{кз}}$ — значение индекса по критерию занятости населения в креативных (творческих) отраслях, числ. знач.;

$NI_{\text{вт}}$ — значение индекса по критерию уровня внешней торговли креативными товарами и услугами, числ. знач.;

$NI_{кр}$ — число критериев, используемых при расчете сводного индекса оценки креативного (творческого) потенциала, числ. знач, (в данном случае $NI_{кр} = 3$).

Таблица 4 - Критерии и показатели оценки уровня «культурного» и «креативного (творческого)» потенциала

Культурный потенциал		Креативный потенциал	
Критерий	Показатели	Критерий	Показатели
Доступность культурных благ для жителей	Уровень охвата населения услугами в сфере культуры и искусства, %	Экономические результаты креативного производства	Темп роста добавленной стоимости отраслей креативного и творческого производства, %
	Доля учреждений, выполнивших задание, %		Темп роста объема доходов креативных (творческих) организаций, %
	Доля объектов культуры, доступных для маломобильных групп населения, в общей численности объектов культуры, %		Удельный вес организаций, осуществляющих производство товаров и услуг креативной и творческой направленности в общем количестве организаций осуществляющих деятельность на территории, % (за исключением учреждений культуры)
	Доля услуг в сфере культуры, оказываемая в электронном виде (интерактив), %		Доля бюджетных расходов, направленных на поддержку организаций креативного (творческого) производства, %
Удовлетворенность услугами организаций сферы культуры	Уровень удовлетворенности населения доступностью услуг, оказываемых организациями в сфере культуры и искусства, %	Удовлетворенность «продуктом» организаций креативного (творческого) производства	Уровень удовлетворенности населения доступностью товаров и услуг, предоставляемых креативными (творческими) организациями, %
	Уровень удовлетворенности населения качеством и условиями оказания услуг, предоставляемых организациями в сфере культуры, %		Уровень удовлетворенности населения качеством товаров и услуг, предоставляемых креативными (творческими) организациями, %
	Уровень удовлетворенности населения видовым разнообразием услуг, предоставляемых организациями в сфере культуры, %		Уровень удовлетворенности населения видовым разнообразием товаров и услуг, предоставляемых креативными (творческими) организациями, %
Условия оказания услуг организаций сферы культуры	Доля объектов культурного наследия, находящихся в нормативном состоянии, %	Удовлетворенность «продуктом» организаций креативного (творческого) производства	Уровень удовлетворенности населения видовым разнообразием товаров и услуг, предоставляемых креативными (творческими) организациями, %
	Уровень износа материально-технической базы и оборудования в организациях культуры, %		
Активность проводимой культурно-досуговой	Уровень удовлетворенности населения видовым разнообразием услуг, предоставляемых организациями в сфере культуры, %	Креативная занятость	Доля занятых в креативных профессиях, в общем количестве занятых, %
			Доля креативных занятий в общем количестве занятых, %

Культурный потенциал		Креативный потенциал	
Критерий	Показатели	Критерий	Показатели
	Темп роста количества проводимых культурно-досуговых мероприятий, %	Внешняя торговля креативными товарами и услугами	Темп ежегодного прироста числа СМСП, осуществляющих деятельность в сфере творчества и развлечений и прочих видов деятельности креативных индустрий, %
	Доля населения, регулярно участвующая в культурно-массовых мероприятиях от общей численности населения, %		Доля экспорта продуктов интеллектуальной собственности в общем объеме экспорта товаров и услуг, %
	Доля населения, являющаяся получателями услуг в организациях культуры и искусства от общей численности населения территории, %		Доля креативных (творческих) организаций, осуществляющих экспорт своих товаров и услуг за пределы, %
	Доля учащихся, успешно освоивших предпрофессиональные программы дополнительного образования от общего числа прошедших обучение в организациях сферы культуры, %		Доля креативных (творческих) товаров и услуг, производимых на территории, пользующихся стабильным спросом на внешнем рынке, %
Кадровый и образовательный потенциал	Доля работников муниципальных организаций культуры, имеющих профессиональное образование в данной сфере, %		
	Доля работников учреждений культуры в возрасте 19–35 лет, %		
	Темп роста количества культурно-просветительских мероприятий, проводимых на территории объектов культурного наследия, %		
Популяризация сферы культуры на территории	Доля объектов культурного наследия, включенная в туристические пешеходные маршруты, %		
	Количество публикуемых материалов в СМИ и сети интернет о деятельности организаций сферы культуры и искусства, ед. в месяц.		
	Доля публикуемых материалов о деятельности организаций сферы культуры и искусства в СМИ и сети интернет позитивного характера, %		

Для расчета результирующего значения, которое и попадет в один из квадрантов матрицы, описанной выше, предлагается использовать показатель итогового индекса уровня развития сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий», который будет рассчитываться на основе суммы полученных значений индексов «культурного» и «креативного (творческого)» потенциала (формула 3):

$$I_{\text{ККТИ}} = I_{\text{СКП}} + I_{\text{СКТП}} \quad (3)$$

Где, $I_{\text{ККТИ}}$ — итоговый индекс уровня развития сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий, числ. знач.;

$I_{\text{К}}$ — сводный индекс оценки культурного потенциала, числ. знач.;

$I_{\text{КТ}}$ — сводный индекс оценки креативного (творческого) потенциала, числ. знач.

Критерии отнесения значения итогового индекса оценки сектора КК(Т)И к группе уровня развития: низкий, средний высокий, представлены в таблице 5.

Таблица 5 - Отнесение значения итогового индекса развития сектора культурных и креативных (творческих) индустрий к соответствующей группе

№ п/п	Наименование группы развития	Характеристика группы развития	Значения критериальных показателей, характеризующих отношение к группе
1.	Группа 1	Низкий уровень	[0; 1)
2.	Группа 2	Средний уровень	[1; 3)
3.	Группа 3	Высокий уровень	[3;4]

Так, попадание исследуемого муниципального образования или какой-либо иной территории в область критического уровня позиционирования является свидетельством того, что предпосылки для формирования сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» по совокупности элементов отсутствуют. Попадание в область допустимого уровня значений будет являться свидетельством того, что в исследуемом муниципальном образовании наблюдается значительный перекос в ориентации на развитие только одного направления: «культурной» или «креативной (творческой)» деятельности. Если исследуемое муниципальное образование при проведении оценки попадает в квадраты, которые характеризуют уровень оптимального позиционирования, то можно говорить о том, что на данной территории существуют необходимые предпосылки и возможности не только для формирования сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий», но и для более масштабного создания кластера. Такая система для оценки потенциала сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» позволит органам публичной власти не только находить баланс между ориентацией на развитие «культурной» или «креативной (творческой)» составляющей, но и положит начало реализации эффективной целенаправленной политики в отношении данного сектора креативной экономики.

Заключение

За несколько десятилетий в нашей стране сложилась практика реализации культурной политики исключительно как механизма управления государственными (муниципальными) учреждениями. Но нельзя сбрасывать со счетов тот факт, что кроме учреждений в отрасли культуры действуют как некоммерческие организации, так и частные предприятия, которые практически никак не учитываются в рамках проводимой национальной культурной политики. Кроме того, в современных условиях развитие сферы культуры тесно переплетается с

деятельностью субъектов творческого (креативного) предпринимательства и встраивается в креативную экономику. Сегодня одним из приоритетных направлений публичной политики должно стать формирование и развитие сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий». Рассмотренный подход и алгоритм действий органов публичной власти будет способствовать разработке качественных документов стратегического планирования, программных и проектных мероприятий в области формирования сектора «культурных и креативных (творческих) индустрий» в каждом конкретном регионе и муниципальном образовании Российской Федерации.

Библиография

1. Атлас креативных индустрий в Российской Федерации. М., 2021. 555 с.
2. Бокова А.В. Индустриализация культуры: от критики к построению сети // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1. С. 58-64.
3. Бредихин С.В. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест № 1. М., 2021. 21 с.
4. Вербицкий С.А. Подходы к исследованию культурных индустрий и анализ их применимости в реалиях современной российской культуры // Вестник Института социологии. 2020. Т. 11. № 3. С. 155-178.
5. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Подходы к исследованию креативных индустрий для управления в цифровой экономике // Russian Journal of Economics and Law. 2023. Т. 17. № 1. С. 63-89.
6. Долгова А.В. Исследование сущности экономического кластера как квазинтеграционной формы пространственной организации экономической деятельности // Baikal Research Journal. 2019. Т. 10. № 2. С. 13-24. DOI: 10.17150/2411-6262.2019.10(2).13.
7. Зеленцова Е.В. Государственная поддержка креативных индустрий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1. С. 73-80.
8. Зотова Л.Р. Креативный город: творческие индустрии и развитие городов // Креативная экономика. 2015. Т. 9. № 11. С. 1465-1490.
9. Карпова Н.В., Меленкин В.В. Креативные кластеры как инновационный инструмент обеспечения городского развития // Экономика и экология территориальных образований. 2021. № 4. С. 12-18.
10. Кобацкая С.А. Культурная политика как одна из составляющих развития региона (российско-французский опыт) // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2007. № 6. С. 100-103.
11. Котова Е.Ю. Потенциал культурных индустрий в реализации государственной культурной политики // Вестник СПбГИК. 2020. № 1. С. 43-47.
12. Метелева Е.Р. Креативные и культурные индустрии как основа развития туризма в сибирском регионе // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2010. № 6. С. 43-47.
13. Метелева Е.Р. Креативные индустрии и экономика города // Региональная Россия: история и современность. 2018. № 1. С. 340-347.
14. Метелева Е.Р., Светник Т.В. Новые города в Сибири как драйверы пространственного развития: вызовы и перспективы // Известия Байкальского государственного университета. 2022. Т. 32. № 1. С. 7-15. DOI 10.17150/2500-2759.2022.32(1).7-15.
15. Морозов С.А. Культурные индустрии vs креативные индустрии // Культурная жизнь Юга России. 2016. № 4. С. 145-148.
16. О'Коннор Дж. Культурная политика как влияние: экспорт идеи творческих индустрий в Санкт-Петербург. М.: Институт культурной политики, 2004. 346 с.
17. Флиер А.Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Личность, культура, общество. 2013. № 1. С. 88-103.
18. Huet A. et al. Capitalism et Industries Culturelles. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1978. 189 p.
19. Horkheimer M. Dialektik der Aufklaerung Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main: S Fisher Verlag GmbH, 1969. 314 p.
20. Miege B. The logics at work in the new cultural industries // Media, culture and society. 1987. № 9. P. 273-289.
21. Towse R., Hernández T. Handbook of Cultural Economics. Edward Elgar Publishing Limited UK, 2020. 553 p.

Cultural and creative industries sector's formation as direction of territories strategic and spatial development

Alena A. Anufrieva

PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Economics and Public Administration,
Baikal State University,
664003, 11, Lenina str., Irkutsk, Russian Federation;
e-mail: alena-a2002@mail.ru

Abstract

Cultural and creative industries sector's formation is one of directions in organization of cultural and leisure activities in many large cities of Russia, especially in the conditions of economy digitalization. The inclusion of this direction among the priorities of strategic and spatial development of public legal entities in the development of strategic planning documents, the development of state and municipal policy's measures based on the assessment of the cultural and creative (creative) industries development in a particular territory will create conditions for improving the quality of the cultural and leisure activities organization, the formation and effective the use of human capital in the face of new challenges. The article presents the key distinctive characteristics of cultural industries and creative industries, elements of the cultural and creative industries sector, an approach to determining the directions of cultural and creative industries sector's development is proposed, the implementation of which will allow, when choosing alternative program activities and projects, to comprehensively assess the level and potential of the cultural and creative industries development, taking into account the prevailing territorial conditions and clustering processes in this sector. The considered approach and algorithm of actions of public authorities will contribute to the development of high-quality strategic planning documents, program and project activities in each specific region and municipality of the Russian Federation.

For citation

Anufrieva A.A. (2023) Formirovanie sektora kul'turnykh i kreativnykh (tvorcheskikh) industrii kak napravlenie strategicheskogo i prostranstvennogo razvitiya territorii [Cultural and creative industries sector's formation as direction of territories strategic and spatial development]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (9A), pp. 218-235. DOI: 10.34670/AR.2023.54.19.020

Keywords

Culture, creative industries, cultural cluster, region, spatial development, strategic development.

References

1. (2021) *Atlas kreativnykh industrii v Rossiiskoi Federatsii* [Atlas of creative industries in the Russian Federation]. Moscow.
2. Bokova A.V. (2017) Industrializatsiya kul'tury: ot kritiki k postroeniyu seti [Industrialization of culture: from criticism to network construction]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Studies], 1, pp. 58-64.

3. Bredikhin S.V. (2021) *Razvitie kreativnykh industrii v Rossii: klyuchevye indikatory*. Nauchnyi daidzhest № 1 [Development of creative industries in Russia: key indicators. Scientific digest No. 1]. Moscow.
4. Dolgova A.V. (2019) Issledovanie sushchnosti ekonomicheskogo klastera kak kvazintegratsionnoi formy prostranstvennoi organizatsii ekonomicheskoi deyatelnosti [Study of the essence of an economic cluster as a quasi-integration form of spatial organization of economic activity]. *Baikal Research Journal*, 10, 2, pp. 13-24. DOI: 10.17150/2411-6262.2019.10(2).13.
5. Flier A.Ya. (2013) Kul'turnye industrii v istorii i sovremennosti: tipy i tekhnologii [Cultural industries in history and modernity: types and technologies]. *Lichnost', kul'tura, obshchestvo* [Personality, culture, society], 1, pp. 88-103.
6. Gumerova G.I., Shaimieva E.Sh. (2023) Podkhody k issledovaniyu kreativnykh industrii dlya upravleniya v tsifrovoi ekonomike [Approaches to the study of creative industries for management in the digital economy]. *Russian Journal of Economics and Law*. 2023. T. 17. № 1. S. 63-89.
7. Horkheimer M. (1969) *Dialektik der Aufklaerung Philosophische Fragmente*. Frankfurt am Main: S Fisher Verlag GmbH.
8. Huet A. et al. (1978) *Capitalism et Industries Culturelles*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
9. Karpova N.V., Melenkin V.V. (2021) Kreativnye klastery kak innovatsionnyi instrument obespecheniya gorodskogo razvitiya [Creative clusters as an innovative tool for ensuring urban development]. *Ekonomika i ekologiya territorial'nykh obrazovaniy* [Economics and ecology of territorial entities], 4, pp. 12-18.
10. Kopatskaya S.A. (2007) Kul'turnaya politika kak odna iz sostavlyayushchikh razvitiya regiona (rossiisko-frantsuzskii opyt) [Cultural policy as one of the components of the development of the region (Russian-French experience)]. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii* [News of the Irkutsk State Economic Academy], 6, pp. 100-103.
11. Kotova E.Yu. (2020) Potentsial kul'turnykh industrii v realizatsii gosudarstvennoi kul'turnoi politiki [The potential of cultural industries in the implementation of state cultural policy]. *Vestnik SPbGIK* [Bulletin of St. Petersburg State Institute of Cinematography], 1, pp. 43-47.
12. Meteleva E.R. (2010) Kreativnye i kul'turnye industrii kak osnova razvitiya turizma v sibirskom regione [Creative and cultural industries as the basis for the development of tourism in the Siberian region]. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava)* [News of the Irkutsk State Economic Academy (Baikal State University of Economics and Law)], 6, pp. 43-47.
13. Meteleva E.R. (2018) Kreativnye industrii i ekonomika goroda [Creative industries and city economy]. *Regional'naya Rossiya: istoriya i sovremennost'* [Regional Russia: history and modernity], 1, pp. 340-347.
14. Meteleva E.R., Svetnik T.V. (2022) Novye goroda v Sibiri kak draivery prostranstvennogo razvitiya: vyzovy i perspektivy [New cities in Siberia as drivers of spatial development: challenges and prospects]. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta* [News of the Baikal State University], 32, 1, pp. 7-15. DOI 10.17150/2500-2759.2022.32(1).7-15.
15. Miede B. (1987) The logics at work in the new cultural industries. *Media, culture and society*, 9, pp. 273-289.
16. Morozov S.A. (2016) Kul'turnye industrii vs kreativnye industrii [Cultural industries vs creative industries]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii* [Cultural life of the South of Russia], 4, pp. 145-148.
17. O'Connor J. (2004) *Kul'turnaya politika kak vliyanie: eksport idei tvorcheskikh industrii v Sankt-Peterburg* [Creative exports: Taking Cultural Industries to St Petersburg]. Moscow: Institut kul'turnoi politiki Publ.
18. Towse R., Hernández T. (2020) *Handbook of Cultural Economics*. Edward Elgar Publishing Limited UK.
19. Verbitskii S.A. (2020) Podkhody k issledovaniyu kul'turnykh industrii i analiz ikh primenimosti v realiyakh sovremennoi rossiiskoi kul'tury [Approaches to the study of cultural industries and analysis of their applicability in the realities of modern Russian culture]. *Vestnik Instituta sotsiologii* [Bulletin of the Institute of Sociology], 11, 3, pp. 155-178.
20. Zelentsova E.V. (2017) Gosudarstvennaya podderzhka kreativnykh industrii [State support for creative industries]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Research], 1, pp. 73-80.
21. Zotova L.R. (2015) Kreativnyi gorod: tvorcheskie industrii i razvitie gorodov [Creative city: creative industries and urban development]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economics], 9, 11, pp. 1465-1490.