



# Экономика и культура: на пути к креативному городу

В.Э. Гордин  
заместитель директора Санкт-Петербургского  
филиала НИУ «Высшая школа экономики»

Д.А. Табачникова  
научный сотрудник МЦСЭИ «Леонтьевский центр»



# Экономика

Эпоха постмодерна = переход от экономики, основанной на материальных активах, к экономике, основанной на знаниях, на нематериальных активах

# Стратегии и программы

- Стратегия развития СЗФО 2020
- Концепция социально-экономического развития Санкт-Петербурга 2020
- Программа социально-экономического развития Санкт-Петербурга 2012–2014
- Основные направления деятельности Правительства Санкт-Петербурга 2012–2014
- Концепция развития сферы культуры 2012–2014
- Программа развития туризма в Петербурге 2011–2016

# Концепция СЭР Петербурга 2020

- Петербург - самый влиятельный город Северной Европы
- Человеческий потенциал – основной ресурс развития экономики
- Работники науки и образования, занятые производством новых продуктов и услуг, составят около трети занятых в экономике
- Доля услуг, связанных с исследованиями и разработками, увеличится более чем в 2,5 раза и составит 5,8%



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# ОНД Правительства Санкт-Петербурга 2012–2014

## Наименование задачи

### РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

В рамках осуществления данной задачи были выделены следующие направления деятельности

- создание условий для появления в Санкт-Петербурге объектов инфраструктуры в сфере культуры нового типа: креативных пространств, многофункциональных комплексов
- содействовать развитию новой территории зоопарка.

## СТАНДАРТЫ ПРОЖИВАНИЯ

	2012	2013	2014
4.1 Ввод в действие объектов культуры, тыс. кв. м.	5,40	1324,10	45,50

# Концепция развития сферы культуры 2012–2014

Направление: Развитие творческих индустрии, инноваций в культуре и искусстве

Задачи:

1. содействовать разработке общегородской программы, направленной на создание публичных креативных пространств в разных районах города - открытых зон для производства и представления креативного культурного продукта;
2. содействовать поиску конструктивных решений по встраиванию творческих индустрии в имеющиеся городские пространства, в первую очередь, их размещению в промышленных зонах;
3. содействовать открытию "арт-хостелов" для художников, специалистов в области технологий, менеджеров из регионов России и зарубежных стран, способных активизировать в Санкт-Петербурге деятельность по развитию творческих индустрии;
4. поддерживать комплексные инновационные проекты на стыке современной музыки, дизайна, моды, IT-технологий и традиционных форм в искусстве, мероприятия на стыке культуры и информационных технологий, интерактивные акции, флеш-мобы, фестивали с использованием современных технологий;
5. развивать и поддерживать внедрение современных технологий в творческую деятельность подведомственных Комитету по культуре государственных учреждений;
6. содействовать созданию единого современного информационного ресурса культуры Санкт-Петербурга;
7. обеспечить широкое присутствие в Интернете, социальных сетях учреждений культуры, активизировать работу по расширению Интернет пространства петербургской культуры.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Написать обращение



**КЭРППИТ**

КОМИТЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
РАЗВИТИЯ, ПРОМЫШЛЕННОЙ  
ПОЛИТИКИ И ТОРГОВЛИ

+7 (812) 576 0001

О комитете    Контакты



Рус

En

Поиск



ПРАВИТЕЛЬСТВО  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

**(NEW) Концепция развития города до 2020 года**



Предлагаем Вам принять участие в обсуждении.

Свои предложения Вы можете  
направить по адресу  
[a.zaretskiy@cedipt.spb.ru](mailto:a.zaretskiy@cedipt.spb.ru)

**КОНЦЕПЦИЯ 2020**

КОНЦЕПЦИЯ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
РАЗВИТИЯ ГОРОДА ДО 2020 ГОДА

[Главная / \(NEW\) Концепция развития города до 2020 года](#)

- Креативные индустрии станут основной движущей силой имиджа Санкт-Петербурга на глобальных рынках в качестве одного из самых значимых в культурном и политическом отношении городов мира.
- Использование креативной индустрии будет способствовать коммерциализации культурно-исторического наследия



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Креативный город

К р е а т и в н ы й   г о р о д – э т о  
г о р о д , к о т о р ы й   п р е д л а г а е т  
н о в ы й   м е т о д  
с т р а т е г и ч е с к о г о  
г о р о д с к о г о   п л а н и р о в а н и я ,  
к о т о р ы й   д а е т   л ю д я м  
в о з м о ж н о с т ь   т в о р ч е с к и

Стратегия развития СЗФО до 2020

# Основные черты креативного города

- Применение инновационных методов решения социальных, экономических, демографических и др. проблем
- Высокая роль инновационных технологий и методов во всех отраслях экономики и общественной жизни
- Высокий удельный вес в социально-экономической жизни отраслей, позволяющих генерировать и распространять инновационные методы
- Существование в обществе достаточно массового и влиятельного креативного класса
- Сбалансированное сочетание в городе традиционных ценностей и стереотипов поведения с инновационными методами, технологиями, моделями поведения

# Творческие индустрии

- организации и творцы, осуществляющие предпринимательскую деятельность, при которой экономическая ценность производимых товаров или услуг неразрывно связана с их существованием в качестве элемента культуры;
- творческие индустрии возникают в результате деятельности креативного класса и сами воспроизводят креативный класс.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Творческие индустрии: классификация

Модель Великобритании (DCMS - Департамент культуры, медиа и спорта)	Символическая текстовая модель	Модель концентрических кругов	Модель охраны авторских прав (WIPO – Всемирная организация интеллектуальной собственности)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реклама</li> <li>• Архитектура</li> <li>• Искусство и антиквариат</li> <li>• Ремесло</li> <li>• Дизайн</li> <li>• Мода</li> <li>• Кино и видео</li> <li>• Музыка</li> <li>• Представления</li> <li>• Издательская деятельность</li> <li>• Software</li> <li>• TV и радио</li> <li>• Видео и компьютерные игры</li> </ul>	<p><b>Ядро культурных индустрий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Реклама</li> <li>•Кино</li> <li>•Интернет</li> <li>•Музыка</li> <li>•Издательская деятельность</li> <li>•TV и радио</li> <li>•Видео и компьютерные игры</li> </ul> <p><b>Периферия культурных индустрий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Креативное искусство</li> </ul> <p><b>Пограничные культурные индустрии:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Бытовая электроника</li> <li>•Мода</li> <li>•Software</li> <li>•Спорт</li> </ul>	<p><b>Ядро креативных индустрий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Литература</li> <li>•Музыка</li> <li>•Представления</li> <li>•Визуальное искусство</li> </ul> <p><b>Другие индустрии ядра креативных индустрий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Кино</li> <li>•Музеи и библиотеки</li> </ul> <p><b>Культурные индустрии в «широком смысле»:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Культурное наследие</li> <li>•Издательская деятельность</li> <li>•Звукозапись</li> <li>•TV и радио</li> <li>•Видео и компьютерные игры</li> </ul> <p><b>Связанные индустрии:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Реклама</li> <li>•Архитектура</li> <li>•Дизайн</li> <li>•Мода</li> </ul>	<p><b>Ядро индустрий, охраняемых авторским правом:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Реклама</li> <li>•Управление коллекциями</li> <li>•Кино, видео, музыка</li> <li>•Театр и опера</li> <li>•Пресса и литература</li> <li>•Software и базы данных</li> <li>•TV и радио</li> <li>•Фотография</li> <li>•Визуальное и графическое искусство</li> </ul> <p><b>Взаимозависимые индустрии:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Чистые материалы для записи</li> <li>•Бытовая электроника</li> <li>•Музыкальные инструменты</li> <li>•Бумага</li> <li>•Копировальное оборудование, фотографическое оборудование</li> <li>•Производство и продажа TV</li> <li>•Радио и рекордеры</li> <li>•Компьютеры и оборудование</li> <li>•Инструменты кинематографии</li> </ul> <p><b>Частично охраняемые авторским правом индустрии:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Архитектура; Одежда, обувь; Дизайн и мода; Товары для дома; Игрушки</li> </ul>

# Творческие индустрии: мультипликативный эффект

придание новых импульсов развития как смежным отраслям, так и в целом городской экономике и городской среде

# Учреждения традиционной культуры и формирование креативности города

- Факторы, затрудняющие участие учреждений традиционной культуры в формировании креативности города
- Факторы, способствующие участию учреждений традиционной культуры в формировании креативности города

# Традиционная культура и креативный город

Затрудняющие факторы	Способствующие факторы
Жесткие установки на сохранение культурного наследия	Огромный потенциал большинства учреждений традиционной культуры
Крайне слабая мотивация предпринимательской деятельности государственных учреждений культуры	Высокий интеллектуальный уровень работников учреждений культуры
Отсутствие кадрового потенциала в большинстве государственных учреждений культуры, готового к внедрению разнообразных инноваций	Потребность аудитории в инновационных формах представления и продвижения культурного наследия
Система установок в управленческой деятельности: решение текущих консервативных, а не перспективных инновационных задач	Острая потребность во внедрении организационных, маркетинговых, информационных и других инноваций

# Организации творческих индустрий и учреждения традиционной культуры

Организации творческих индустрий	Учреждения традиционной культуры
ориентированы на рынок	ориентированы на бюджет
активно сотрудничают с профильным и непрофильным бизнесом	слабо ориентированы на сотрудничество с бизнесом
слабо ориентированы на консервацию и сохранение культурного наследия	в основе деятельности заложено использование культурного наследия
широко используют информационно-коммуникационные технологии	постепенно внедряют в свою деятельность информационно-коммуникационные технологии
обладают собственными и привлеченным инвестиционными ресурсами	не обладают собственными, а привлекают бюджетные или смешанные (ГЧП) инвестиционные ресурсы
часто – небольшие творческие инициативы «снизу»	не всегда оправданные проекты «сверху»



# Творческие индустрии: взаимодействие с отраслями экономики и сферами общественной жизни города

- Создание информационной среды для продвижения петербургских товаров и услуг на рынки других стран и регионов
- Обеспечение различного вида дизайнерских разработок, архитектурно-планировочных проектов
- Создание разнообразных форм социальных коммуникаций для различных групп населения
- Создание новых рабочих мест для работников, обладающих высоким уровнем креативности
- Создание новых форм освоения городских пространств, прежде всего, в депрессивных районах города

# Взаимодействие традиционной культуры и творческих индустрий

- Создание совместных проектов
- Участие в разработке и реализации крупных городских культурных программ
- Создание совместных туристских продуктов
- Проведение совместных промоакций в рамках крупных международных событий, представительских мероприятиях за рубежом, в ходе визитов глав государств и международных организаций
- Участие в совместной издательской, кино- и телевизионной деятельности с использованием различных видов культурного наследия города
- Организация гастролей и визитов отечественных и зарубежных исполнителей и творческих коллективов
- Организация выставок, биенале, презентаций артефактов культурного наследия
- Обмен опытом в рамках отечественных и международных семинаров, конференций, программ повышения квалификации



# Взаимодействие: трудности

- Излишняя бюрократизация и зарегулированность многих форм взаимодействия бюджетных учреждений культуры и творческих индустрий
- Несочетаемость бюджетного процесса и предпринимательской деятельности как самих учреждений культуры, так и творческих индустрий
- Самодостаточность многих, особенно федеральных, учреждений культуры, не создающая у них стимулов к сотрудничеству с творческими индустриями
- Неготовность руководства учреждений культуры к взаимодействию с отдельными видами творческих индустрий, например, с сетевыми группами и проектами
- Недостаточная квалификация среднего звена работников учреждений культуры в области современных информационно-коммуникационных технологий, не позволяющая налаживать сотрудничество с

# Северное Измерение

- Охватывает регион Балтийского моря, Арктику и Северо-Запад России
- Нацелена на решение конкретных задач этих регионов, а также на укрепление сотрудничества между странами-членами ЕС, странами-кандидатами на вступление в ЕС и Россией
- Реализуется в рамках европейских соглашений с балтийскими государствами, Соглашения о партнерстве и сотрудничестве с Россией и правил Европейской экономической зоны
- Использует финансовые инструменты ЕС
- Партнеры: ЕС, Исландия, Норвегия, Россия

# Партнерство Северного измерения в сфере культуры

- Содействует установлению взаимодействия в культуре на международном политическом уровне и укреплению положения творческих индустрий
- Главная цель Партнерства – комплексное развитие культурного пространства Северного Измерения и становление его как конкурентоспособного региона на мировой арене
- Среди задач Партнерства - создание условий, обеспечивающих доступность культурных услуг и увеличение спроса на них на внутреннем рынке; рост и продвижение культурного предложения в странах Северного Измерения

# Первоочередные цели Партнерства Северного Измерения в сфере культуры

- Направленность на развитие креативной экономики.
- Разработка финансовых инструментов для поддержки творческих индустрий в национальной и международной деятельности.
- Определение общих сфер деятельности

# Креативность и толерантность

«Креативные индустрии будут способствовать созданию более толерантной среды для жизни в городе различных этнических, социальных и культурных групп»

(Концепция СЭР Санкт-Петербурга 2020)

# Креативность и толерантность

- Исследование: «Приобщение мигрантов к культурной жизни Санкт-Петербурга и проблемы адаптации» (2009, Комитет по культуре Санкт-Петербурга, Институт культурных программ):
  - Анализ ресурсного поля организаций Санкт-Петербурга, оказывающих содействие социокультурной адаптации мигрантов.
  - Исследование общественного мнения по проблеме социокультурной адаптации мигрантов.
  - Степень освещенности в СМИ проблем социокультурной адаптации мигрантов.



## СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

В.Э. Гордин: [gordin@hse.ru](mailto:gordin@hse.ru)

Д.А. Табачникова:

[daria.tabachnikova@gmail.com](mailto:daria.tabachnikova@gmail.com)

[www.hse.ru](http://www.hse.ru)