

УДК 338

*Н. В. Глушак*

ФГАОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», Москва,  
e-mail: GNW3@yandex.ru

## КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ РОССИИ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Ключевые слова:** экономика, креативная экономика, креативный город, креативный кластер, креативная индустрия.

В статье представлены результаты исследования креативной экономики России. Особое внимание уделено развитию креативных городов и кластеров, определена их роль в экономике России, а также выявлены ключевые тренды развития креативных индустрий в городах России. Кроме этого, рассмотрены сущность понятий «креативный город» и «креативный кластер», проведен теоретический анализ основных показателей креативности, которые должны служить основой для оценки креативных городов по методологии российской государственной корпорации развития. Представлены подходы к развитию креативных городов и креативных кластеров, как факторов, положительно влияющих на городскую динамику и повышающих благосостояние населения. Утверждается, что развитие креативных индустрий в городах России, в рамках представленных кластеров, позволяет создавать креативный продукт, увеличивать занятость населения, тем самым повышая эффективность экономики. Также схематично выделены основные показатели креативности, которые должны служить основой для оценки креативных городов. В заключении отмечена актуальность проблематики развития креативной индустрии в городах России и представлены ключевые тренды развития креативной сферы.

*N. V. Glushak*

Russian State University for the Humanities, Moscow, e-mail: GNW3@yandex.ru

## THE CREATIVE INDUSTRY OF RUSSIA AS A STRATEGIC RESOURCE FOR THE NATIONAL ECONOMY

**Keywords:** economy, creative economy, creative city, creative cluster, creative industry.

The article presents the results of a study of Russia's creative economy. Special attention is paid to the development of creative cities and clusters, their role in the Russian economy is determined, and key trends in the development of creative industries in Russian cities are identified. In addition, the essence of the concepts of "creative city" and "creative cluster" is examined, and a theoretical analysis of the main indicators of creativity is conducted, which should serve as the basis for evaluating creative cities using the methodology of the Russian State Development Corporation. The article presents approaches to the development of creative cities and creative clusters as factors that positively affect urban dynamics and improve the welfare of the population. It is argued that the development of creative industries in Russian cities, within the framework of the presented clusters, allows for the creation of creative products and increases employment, thereby improving the efficiency of the economy. The article also outlines the main indicators of creativity, which should serve as a basis for evaluating creative cities. In conclusion, the article highlights the relevance of the development of the creative industry in Russian cities and presents key trends in the development of the creative sector.

### Введение

В условиях активного продвижения отраслей креативной экономики в России важной проблемой для креативных индустрий становятся понимание особенностей их формирования и обозначение основных тенденций развития. Ее решение будет способствовать построению действенных планов по дальнейшему становлению национальных креативных индустрий. Креативная экономика – это в стратегический ресурс, который превращается в эффективный бизнес, который формирует национальную

идентичность и продвигает на международном уровне.

Самой первой страной, которая интегрировала креативную экономику в концептуальные процессы, является Великобритания. Её положительный опыт послужил началом реализации креативной экономики в своём государственном управлении для многих стран мира. 2001 год ООН провозглашает годом креативной экономики.

Начиная с 2021 года, Правительство Российской Федерации расширяет правовое пространство в креативной сфере. Принима-

ется ряд важнейших нормативно-правовых документов, в том числе:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 №2613-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года» [3].

2. Распоряжение Правительства РФ от 17 августа 2022 г. N 2290-р О плане мероприятий по реализации в 2022-2024 гг. Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. [4].

3. Указ Президента РФ от 07.05.2024 N 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [6].

4. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 N 330-ФЗ [7].

**Цель исследования** – оценка состояния и направлений развития креативных индустрий городов и кластеров в экономике России. В рамках исследования необходимо было решить следующие задачи:

1. Рассмотреть сущность понятия «креативный город» и «креативный кластер».

2. Провести теоретический анализ основных показателей креативности, которые должны служить основой для оценки креативных городов.

3. Представить подходы к развитию креативных городов и креативных кластеров, как факторов, положительно влияющих на городскую динамику и повышающих благосостояние населения.

#### **Материалы и методы исследования**

Исходными материалами исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, таких как Гохберг Л.М., Боякова К.Н., Юхина А.А., Флорида Р., Andersson A.E., Landry C., Porter M.E. и другие.

В исследовании использованы графический метод и общенаучные методы, а именно системный анализ (анализ и синтез), сравнительный анализ.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Развитие креативной индустрии и креативных кластеров в городах получило положительный импульс во всех странах Европы.

Данные явления приобрели особую актуальность в контексте становления креативной экономики государств [1]. Они выражались через культурные индустрии и концептуальные основы городов, как базовых субъектов развития креативных экономик государств Европы. Креативная индустрия уже сейчас составляет около 4% ВВП России и в будущем доля будет только увеличиваться.

Креативная экономика – это «совокупность различных взаимодействий внутри страны и за её пределами, выражающимися в процессе производства, распределения, а также обмена и потребления, функционирующая на принципах уникальности и инноваций, создавая при этом определённые культурные и креативные продукты и услуги» [1].

Еще в 1995 году Чарльз Лэндри и Франко Бьянкини написали эссе под названием «Креативный город», целью которого явилось «исследовать, что значит быть креативным городом» [12]. Анализируя данный очерк, можно отметить, что в нём описана характерная взаимосвязь между творчеством и развитием городской территории. Подчеркивается, что в этом нет ничего новаторского и исторически важного. Авторы отмечают, что городская территория всегда отражала в себе идейные характерные особенности художников, дизайнеров и так далее, это и отделяло город от сельской местности по ряду причин. Происходившие с течением времени преобразования социального и экономического характера, изменили производственные мощности ряда современных стран, которые и устремились не производить знания, а создавать креативные продукты и услуги, развивать творческие и инновационные сферы своего общества. Что в свою очередь привело к созданию нового более современного языка креативной сферы и экономики [12].

В своих работах Чарльз Лэндри и Франко Бьянкини приводили примеры активного развития креативных городов и концепции творчества внутри отдельных стран. Популяризация данного направления привела к стимулированию творческих инициатив граждан, воспитывая при этом новый творческий класс или поколение в контексте совершенствования культурной городской политики.

А.Е. Андерссон выделяет пять основных показателей креативности, которые должны служить основой для креативных городов, независимо от их уровня экономического и социального развития (рисунок 1) [10].

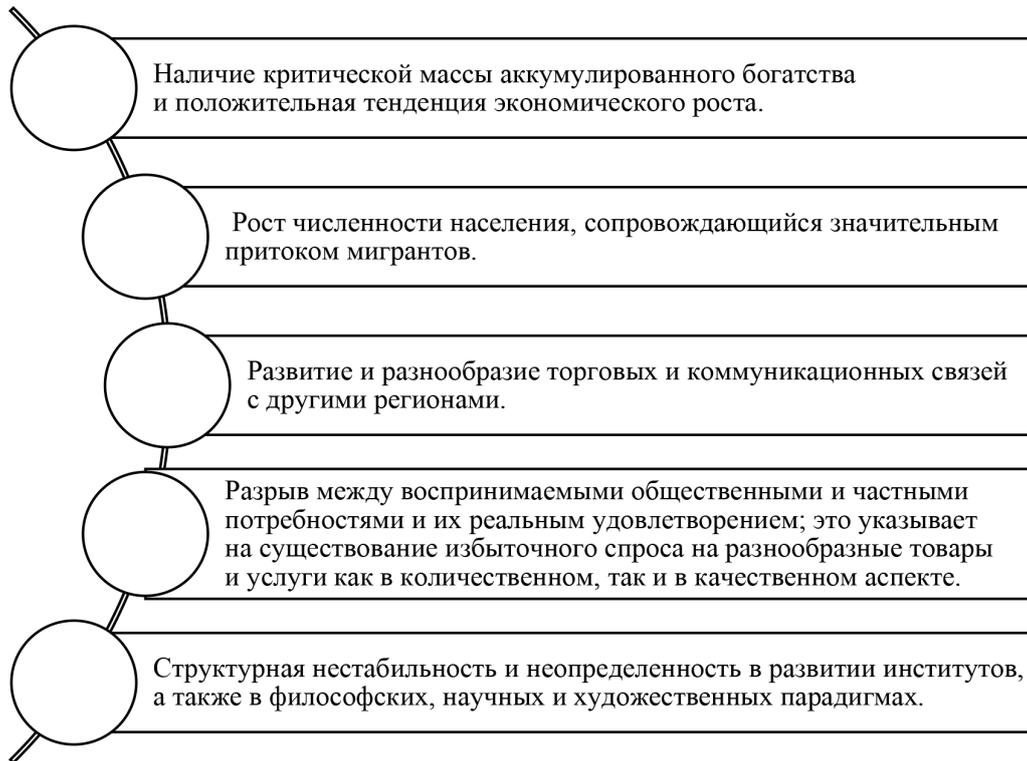


Рис. 1. Пять основных показателей креативности, которые должны служить основой для оценки креативных городов [10]

А.Е. Андерссон акцентирует внимание на том, что город и его среда определяют потенциал развития человеческого и научно-технического ресурса, то есть город выступает центром формирования соответствующих творческих компетенций.

Такой подход наблюдаем и в работах Дж. Хосперса, который разделял креативные города на четыре типа (рисунок 2) и был уверен, что концентрация, разнообразие и нестабильность являются определяющими факторами развития креативных городов [11].

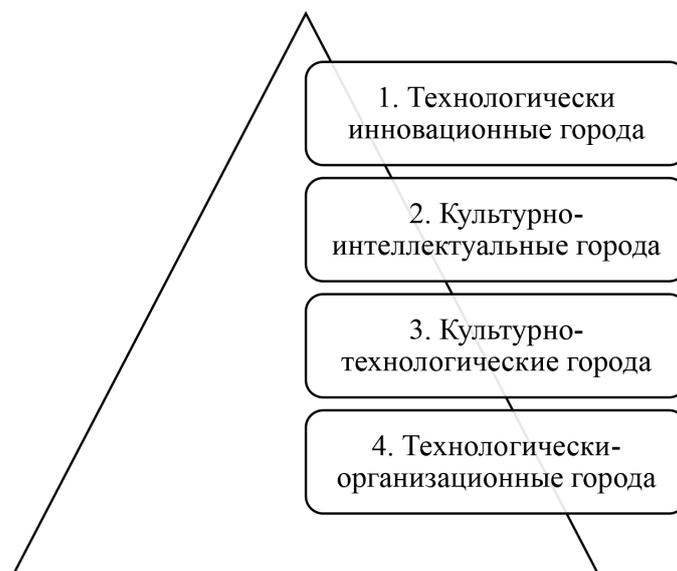


Рис. 2. Типы креативных городов, по мнению Дж. Хосперса [11]

Успешность развития креативного города будет определяться сформированной инфраструктурой, которая сможет объединить все производственные предприятия, сферу услуг города (малые, средние, крупные хозяйствующие субъекты), а также культурные и образовательные организации в единую систему развития экономического потенциала, ориентированного на инновации во всех сферах жизнедеятельности креативного города [9].

С течением времени появилось значительное количество научной литературы и публикаций, связанных с развитием креативных городов. В рамках данной статьи следует отметить Ричарда Флорида, который заложил основу в концепции социального положения города, как инструмента коллективной индустрии [8]. Ричард Флорид выделяет 3 «Т» экономического развития: технология, талант и толерантность [8]. Его концептуальные теории связаны с тем, что три фактора экономического развития должны быть взаимодополняемые, но при этом развиваться независимо друг от друга. В первую очередь важно отметить толерантность, которая относится ко всем национальностям и расам. Относительно таланта, то это высокие моральные качества и уровень образования общества, а технологическая составляющая – это инновации и навыки, необходимые для развития культурного города. Данные взаимозависимые факторы при всём

своём превосходстве не могут говорить о существовании креативного города. Но при этом их грамотная реализация внутри такого города поможет привлекать креативные инвестиции и создавать новые рабочие места, а также культурные продукты и услуги. Таким образом, чтобы город стал креативным, необходимо развивать высокие технологии и инновации, привлекая при этом творческих людей на данную территорию.

Отталкиваясь от тезиса Маршалла, Портер продолжал утверждать, что кластеры в рамках городов могут получить это конкурентное преимущество тремя различными способами [13]:

- за счет увеличения производительности труда тех же компаний в кластере;
- за счет стимулирования инновационных факторов внутри кластера;
- путем стимулирования развития новых предприятий.

Авторская точка зрения состоит в том, что главными факторами, которые должны определять потенциал развития креативных городов и кластеров должны быть: трудовые ресурсы и трудовой потенциал, природный потенциал территорий, капитал во всех проявлениях, НИОКР и инфраструктура.

Сегодня в России при расчете Российского индекса креативных индустрий применяется методика, включающая 60 индексов, распределённых на 5 групп (рис. 3) [2].

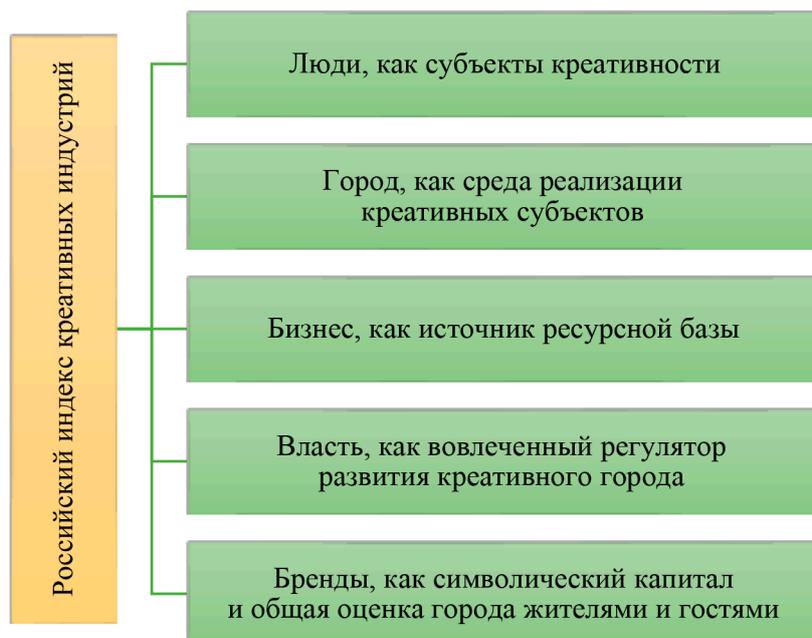


Рис. 3. Российский индекс креативных индустрий [2]

Для сравнения стоит отметить, что рейтинг уровня и условий развития креативного сектора в российских регионах, который формирует Высшая школа экономики (2025 год) [5], включает в себя 52 индикатора (в 2024 году – 48 индикаторов) сгруппированных в 12 рубрик по четырем тематическим разделам [5].

При расчете Российского индекса креативных индустрий, были исследованы 115 городов России, поделенных на 6 кластеров.

Кластер 1. «Космополиты», к которым отнесены, как небольшие и средние по размеру города, так и города-миллионники. Все они обладают развитой и достаточно дивер-

сифицированной экономикой. В таких городах запрос общества в удовлетворении потребностей более высокого порядка. В первый кластер включены: Казань, Екатеринбург, Балашиха, Красноярск, Нижний Новгород, Новосибирск, Уфа, Воронеж и другие города (рисунок 4). Представленные города характеризуются высокими показателями развития культуры, бизнес-инкубаторов, ИТ-компаний, краудфайдинговых проектов, развитой инфраструктурой технопарков, финансовых фондов и имеют различные программы поддержки креативной сферы, развивают бренд города и прочие атрибуты городов данной группы.

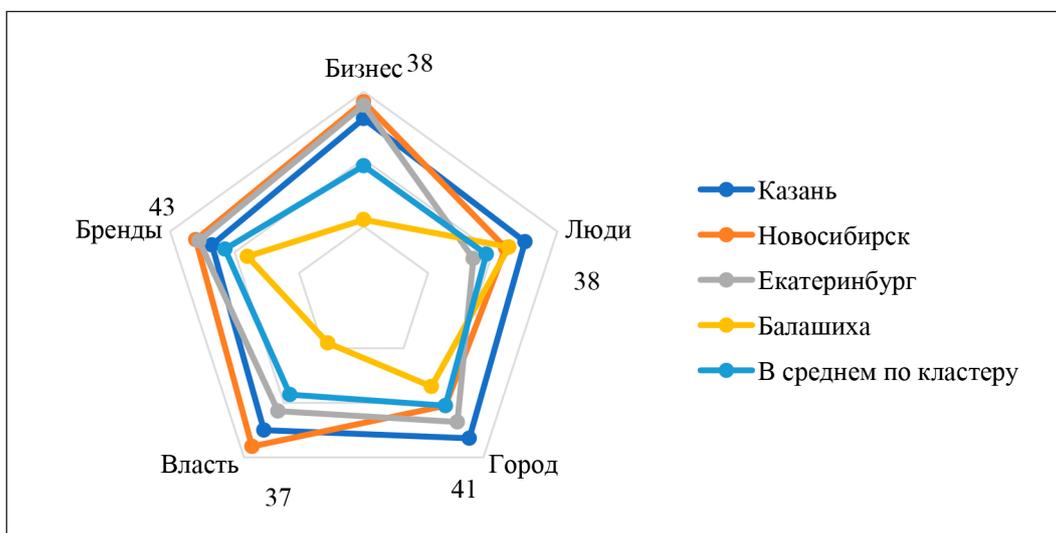


Рис. 4. Распределение городов-лидеров по кластеру «Космополиты» [2]

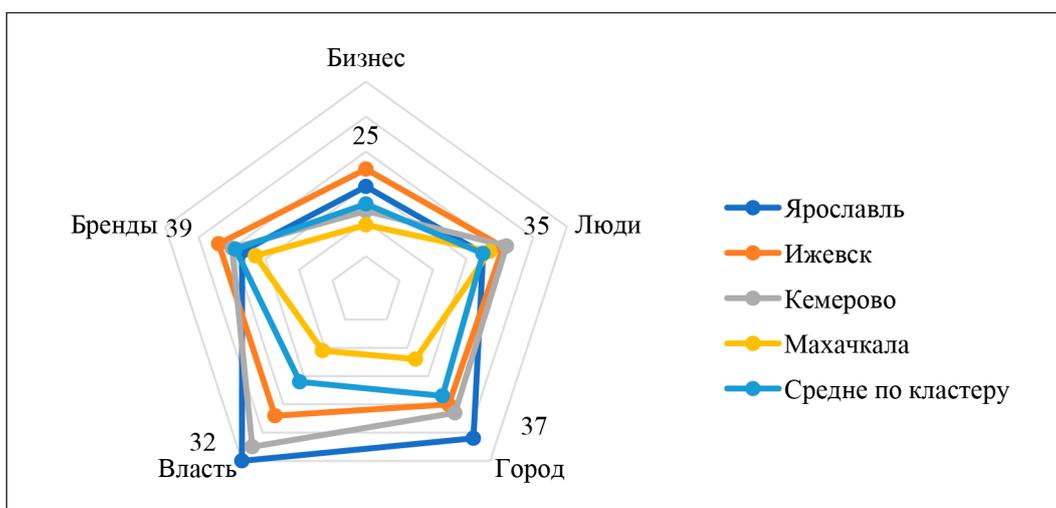


Рис. 5. Распределение городов-лидеров по кластеру «Региональные центры» [2]

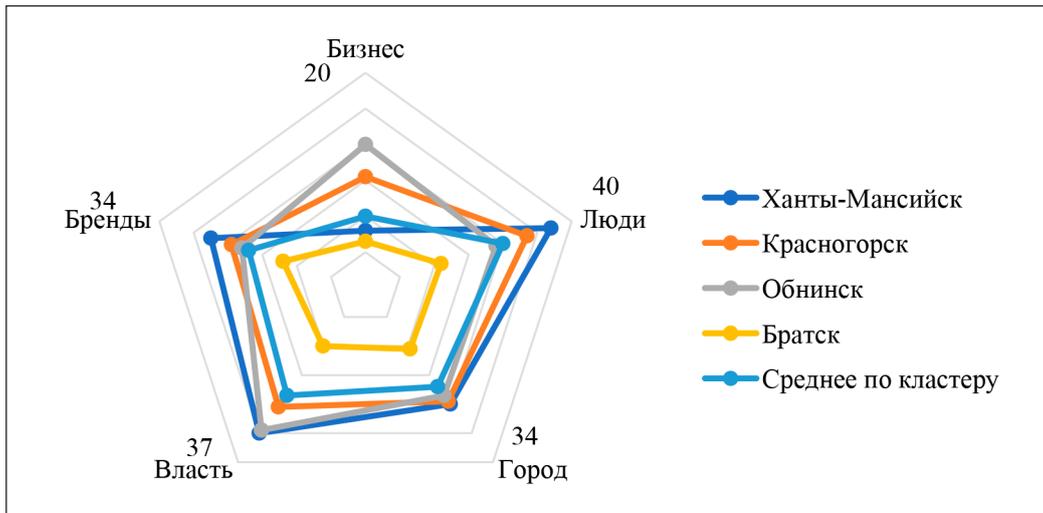


Рис. 6. Распределение городов-лидеров по кластеру «Города с достатком» [2]

Кластер 2. «Региональные центры» – это города со средним и низким уровнем развития экономики. В этот кластер вошли: Ярославль, Ижевск, Кемерово, Махачкала, Астрахань, Барнаул, Липецк, Тольятти и другие города (рисунок 5). Представленные города получили высокие оценки благодаря развитой инфраструктуре общественного питания (кафе, рестораны и бары), достаточности соответствующих программ и фондов поддержки креативной индустрии, а также наличию развивающегося бренда города.

Кластер 3. Города, в которых уровень развития экономики выше, чем в городах, включенных в другие кластеры («Города с достатком»). Они имеют хорошо развитую промышленность, либо являются крупными транспортно-логистическими и распределительными центрами. Кроме того, отмечено большое количество публикаций о креативных индустриях в местных и федеральных СМИ, развивается бренд города, проводятся тематические выставки и мероприятия, как в черте города, так и за его пределами, имеется соответствующий фонд и программы поддержки креативной индустрии. В третьем кластере представлены такие города, как Обнинск, Ханты-Мансийск, Красногорск, Архангельск, Череповец, Мурманск, Находка и другие (рисунок 6).

Кластер 4. Города со средним и низким уровнем развития экономики, что ведет к снижению численности населения («Горо-

да местного значения»). В основном – это локальные центры экономической активности, не являющиеся административными центрами субъектов РФ, а также столицы субъектов РФ, расположенные в пределах 500-600 км от городов-миллионников. К этому кластеру отнесены такие города, как Брянск, Вологда, Смоленск, Калуга, Новомосковск, Таганрог и другие (рисунок 7). Основное их отличие в том, что в данных городах имеется большое количество компаний в форме научно-производственных холдингов, разработаны финансовые и нефинансовые программы поддержки креативной индустрии, акцентировано внимание на наращивании программ дополнительного образования для детей в возрасте от 5 до 18 лет. Кроме того, развивается бренд города и культурно-досуговая сфера.

Кластер 5. Города с неблагоприятными климатическими условиями («Холодные города»), имеющие средний и высокий уровень развития экономики и при этом обладающие существенным человеческим потенциалом. В этот кластер вошли Якутск, Сургут, Чита, Благовещенск, Салехард и другие города (рисунок 8). В представленных городах сосредоточено большое число средних образовательных учреждений в креативной сфере, растет количество участников движения World Skills. Кроме этого, активно формируются фонды развития и программы поддержки креативной отрасли, активно применяются нефинансовые инструменты, продвигается бренд города.

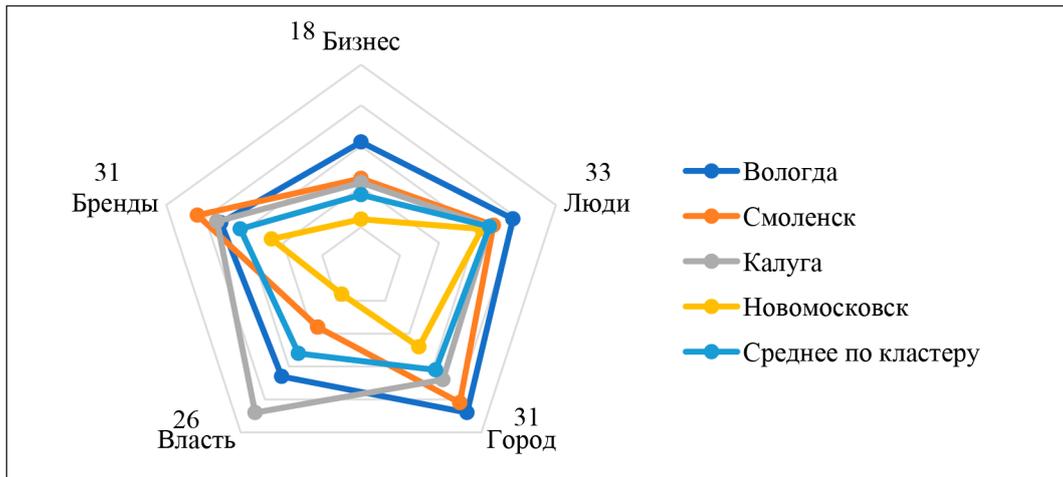


Рис. 7. Распределение городов-лидеров по кластеру «Города местного значения» [2]

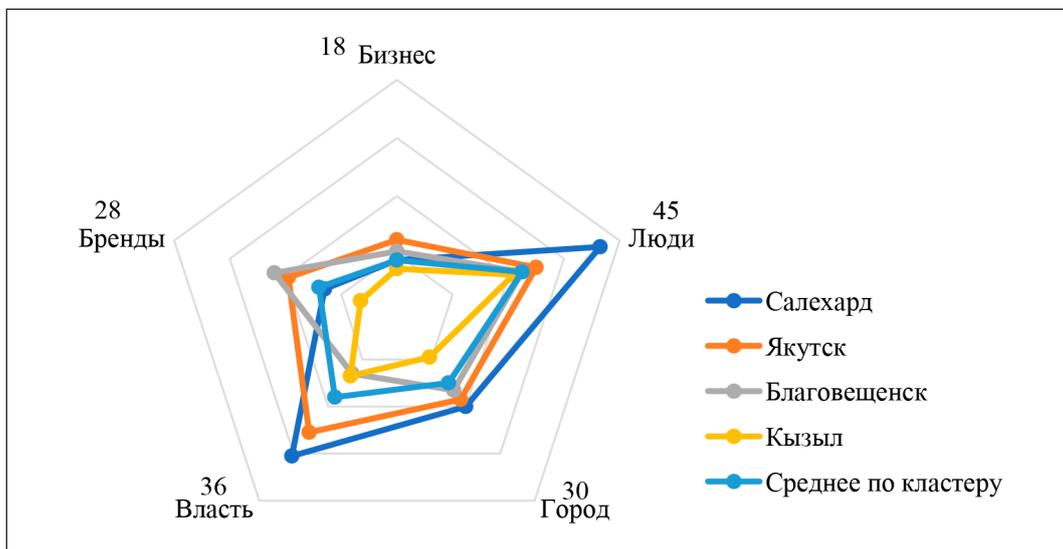


Рис. 8. Распределение городов-лидеров по кластеру «Холодные города» [2]

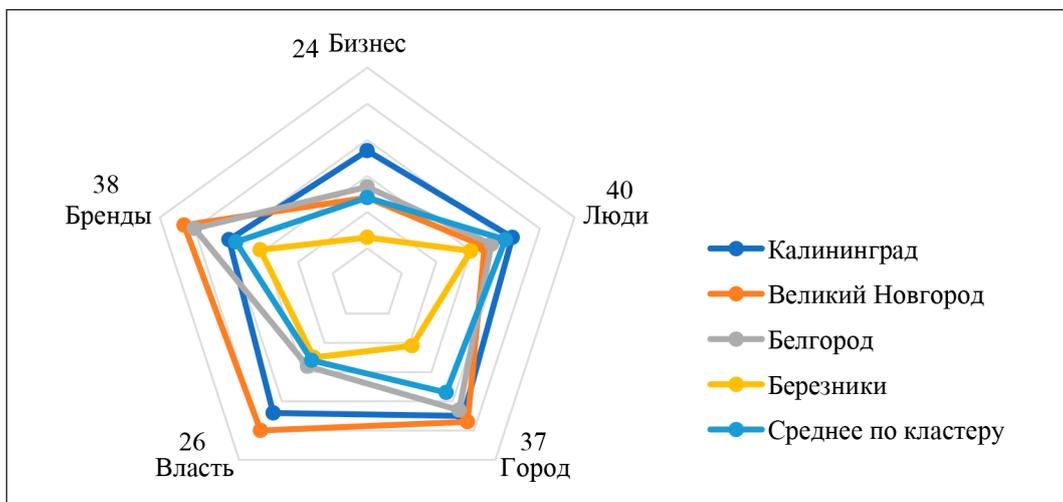


Рис. 9. Распределение городов-лидеров по кластеру «Точки притяжения» [2]

Кластер 6. «Точки притяжения» – это города со средним и низким уровнем дохода, которые расположены, по большей части, в центральной европейской части России с благоприятным климатом, обладающие значительным человеческим потенциалом. В рамках шестого кластера представлены города: Калининград, Белгород, Великий Новгород, Владимир, Симферополь, Березники, Нальчик, Курск, Пятигорск и другие (рисунок 9). Они имеют фонды, финансовые и нефинансовые программы поддержки креативной индустрии, продвигают бренд города и располагают большим количеством музеев с грантом «Музей 4.0».

Стоит отметить, что развитие креативных индустрий в городах России, в рамках представленных кластеров, позволяет создавать креативный продукт, увеличивать занятость населения, тем самым повышая эффективность экономики.

Важно, что креативный сектор предполагает определённый алгоритм функционирования, который включает создание креативных продуктов, их продвижение и распространение. В соответствии с этим алгоритмом в рейтинге креативных регионов Российской Федерации первые три места принадлежат соответственно Москве, Санкт-Петербургу и Нижегородской области [5].

Наиболее интенсивное развитие креативных кластеров наблюдается в странах Европейского Союза, где они выступают в качестве эффективных инструментов повышения конкурентоспособности, как участников кластеров, так и территориальных образований, на которые они опираются. Следует понимать, что при развитии креативных кластеров увеличивается и налоговая база не только городов, регионов, но и всей страны. Это, в свою очередь, способствует созданию новых рабочих мест в различных творческих сферах. В общей совокупности это увеличивает привлекательный имидж городов, что ведёт к появлению потенциально новых инвесторов.

Если говорить о России, то следует отметить, что рынок креативных городов сегодня находится на стадии формирования, так как по оценкам российской государственной корпорации развития доля креативной индустрии в ВВП России не превышает 6% [2]. Тем не менее, креативная сфера обладает существенным потенциалом.

В настоящее время ключевыми трендами развития креативной сферы в России являются:

1. Использование и развитие человеческого потенциала.
2. Акселерация программ развития регионального и общероссийского бизнеса.
3. Формирование экспортного потенциала для производства экспортно-ориентированной продукции и креативных сервисов.
4. Внедрение современных технологий во все сферы жизнедеятельности.

Если анализировать кластерную форму, то креативная индустрия активно влияет на городскую экономику, а также повышает благосостояние населения в социальной сфере. То есть происходит так называемый синергетический потенциал, и циркуляция идеи внутри кластера, основополагающим звеном которого является инновационное развитие в экономической сфере на региональном уровне.

### Заключение

В заключение следует отметить, что для любого государства креативный сектор становится «спасательным кругом», благодаря которому появляется возможность повысить занятость населения, сформировать необходимую креативную инфраструктуру, в конечном итоге создать условия для развития креативной и инновационной экономики, которая определит будущее развитие не только городов, регионов, но и страны в целом. Инновационные процессы становятся главными драйверами развития креативной экономики, что положительно сказывается на качестве жизни населения. В условиях современного бизнеса компании всё более проявляют интерес не только к увеличению финансовых результатов, но и к внедрению новых технологий, направленных на повышение ценностных стандартов населения в жилых агломерациях. Всё это наводит на мысль, что креативная индустрия так или иначе активно воздействуют на креативную экономику страны, при этом повышая её конкурентоспособность. При росте производства креативных продуктов и услуг качественно улучшается и бизнес-инфраструктура внутри городов. Всё это формирует совокупную выгоду для всех участников креативного процесса.

*Библиографический список*

1. Глушак Н.В. Креативная экономика как современная парадигма инновационного и технологического развития // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2025. № 1. С. 43-47. DOI: 10.17513/vaael.3957. EDN: MQZFLQ.
2. Индекс креативного потенциала в городах России [Электронный ресурс]. URL: [https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative\\_potential\\_RUS\\_020822.pdf](https://citylifeindex.ru/static/files/creative/creative_potential_RUS_020822.pdf) (дата обращения: 04.06.2025).
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 №2613-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_396332/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/) (дата обращения: 04.06.2025).
4. Распоряжение Правительства РФ от 17 августа 2022 г. N 2290-р «О плане мероприятий по реализации в 2022-2024 гг. Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_424778/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_424778/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/) (дата обращения: 05.06.2025).
5. Гохберг Л.М., Боос В.О., Боякова К.Н., Куценко Е.С. и др. Рейтинг креативных регионов России: 2024 / под ред. Л.М. Гохберга, Е.С. Куценко. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. 200 с. ISBN 978-5-7598-3033-7.
6. Указ Президента РФ от 07.05.2024 N 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_475991/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_475991/) (дата обращения: 14.06.2025).
7. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 N 330-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_482580/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/) (дата обращения: 15.06.2025).
8. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2007. 421 с. ISBN 978-5-89817-185-8.
9. Юхина А.А. Концепции и подходы к пониманию «креативного города» / А. А. Юхина // Научные исследования и инновации: Сборник статей XI Международной научно-практической конференции, Саратов, 02 сентября 2021 года. Саратов: Индивидуальный предприниматель Емельянов Николай Владимирович, 2021. С. 235-241. EDN: EYDESE.
10. Andersson A.E. Handbook of creative cities / Ed. By D.E. Andersson, A.E. Andersson, C. Mellander. Cheltenham; Northampton: Edward Elgar, 2011. 555 с. ISBN 978-1-84980-150-8.
11. Hospers G-J. Creative cities: Breeding places in the knowledge economy // Knowledge, Technology and Policy. 2003. Vol. 16, No. 3. P. 143–162. DOI: 10.1007/S12130-003-1037-1.
12. Landry C. The creative city: compeeling and contentious. Great Britain: Creative Print and Design, 2012. 300 p. DOI: 10.4135/9781446254523.n9.
13. Porter M.E. The competitive advantage of nations. New York: Free press, Cop.\_1990. XX. 855 с. ISBN 0-02-925361-6.