

10 июня 2010 г. в Москве на площадке Московского областного дома искусств «Кузьминки» состоялась Ярмарка творческих индустрий Подмосковья – первое в России событие, представляющее региональный сектор творческих индустрий. На Ярмарке были представлены экспозиции 41 предприятия творческих индустрий Московской области из Коломны, Дмитрова, Видного, Клина, Лобни,



**Елена Зеленцова,**

директор Агентства  
«Творческие индустрии»,  
руководитель специализации  
«Креативные индустрии»  
факультета управления  
социокультурными проектами МВШСЭН,  
Москва  
[tz@creativeindustries.ru](mailto:tz@creativeindustries.ru)

## Сектор экономики с человеческим лицом

Жизнь творческих индустрий  
в Московской области

Королёва, Одинцово, Павловского Посада, Сергиева Посада, Талдома, Раменского, Люберецкого, Щёлковского и Мытищинского районов. Также в ней приняли участие предприятия из Москвы и Рязанской области.

Каковы результаты Ярмарки? Что получилось, а что нет в ходе её проведения из того, что было задумано? Каково её значение для Подмосковного региона и в целом для России?

Тема творческих индустрий в России, наконец, перестала быть «эзотерическим» достоянием узкого круга профессионалов, её активно изучают и практически осваивают. Инициативы вышли за рамки Москвы и Санкт-Петербурга и всё шире охватывают российскую провинцию.

Почему востребованность творческих индустрий и креативной экономики не уменьшилась, а выросла в период глобального экономического кризиса? В чём причина столь быстрых, по историческим меркам, изменений?

Главное, что заставляет представителей власти, инвесторов и консультантов пристально присматриваться к сектору — конечно, динамика его развития. В 2005 г. творческие индустрии обеспечили британской экономике 7,3 % ВВП и 4,5 % экспорта. В них заняты 1,9 млн. человек, и это число растёт в три раза быстрее, чем по всем другим секторам экономики. Креативный сектор экономики США сегодня самый весомый по объёму экспорта, при этом размер инвестиций в него в 2008 г. составил 4,5 млрд. долларов, что позволило создать около 20 тыс. рабочих мест. В целом в Великобритании, США и Китае (странах, где этот вид экономики наиболее развит) число рабочих мест в секторе творческих индустрий увеличивается на 5 % в год.

В России много и ежедневно говорится о необходимости изменений, модернизации, инноваций. Но как обеспечить эти изменения не в отдалённом «светлом завтра», а уже сегодня? Творческие индустрии — один из ответов на вопрос.

Роль сектора в развитии малых и средних предприятий и его ёмкость в плане создания рабочих мест — один из главных аргументов управленцев, политиков и экспертов, продвигающих программы поддержки творческих индустрий. Говоря о рабочих местах, необходимо подчеркнуть, что речь идёт о рабочих местах, привлекательных для современного образованного человека с разносторонними интересами и потребностями. В отличие от традиционного производства, основанного на механическом труде, это сектор экономики с «человеческим лицом»,

Творческие индустрии (creative industries) — ключевой сектор современной экономики.

К нему относят кино, музыку, изобразительные, исполнительские искусства, галерейный бизнес, моду, издательское дело, рекламу, дизайн, архитектуру, компьютерные технологии и т. п.

По формам бизнеса творческие индустрии основаны на приоритете малых и средних предприятий, производящих творческие продукты и услуги.

По масштабам деятельности — это местные производства, стремящиеся выйти на глобальные постиндустриальные рынки.

## Сектор экономики с человеческим лицом

Жизнь творческих индустрий  
в Московской области

основанный на интеллекте, знаниях и творческих способностях. Он предоставляет широкие возможности самореализации, что позволяет городам и регионам остановить «утечку мозгов» и привлечь человеческие ресурсы из других мест, превращает их в «точки притяжения» для молодёжи и квалифицированных специалистов.

Действенные инструменты развития — поддержка бизнеса в сфере культуры и досуга, создание центров и коммуникативных площадок, соединяющих культурное производство и культурное потребление. Такие центры и площадки формируют городские сообщества, позволяют им взаимодействовать, обеспечивают смысловое

разнообразие и единство городской среды, одновременно улучшая имидж города, его инвестиционную привлекательность, принося доход в городской бюджет.

В Москве уже существуют центры, ставящие и решающие такие задачи. К примеру, Центр современного искусства, «60 параллель» уже писала об этом<sup>1</sup>. «Винзавод» (в помещениях старинного пивоваренного завода «Московская Бавария»), Центр творческих индустрий «ПРОЕКТ ФАБРИКА» (на территории фабрики технических бумаг «Октябрь»), Центр дизайна «Art Play 2» (на площадках бывшего завода «Манометр») и целый ряд других. Подобным же пространством становится бывший завод «Флакон», что неподалеку от Савёловского вокзала. До последнего времени эти проекты возникали и развивались только за счет крупного частного бизнеса — без участия властей. Поддержка Министерством культуры Московской области программы развития творческих индустрий в 2010 г. позволяет надеяться, что скоро на территории области появится подобная площадка, созданная усилиями не только творческих профессионалов и частных инвесторов, но и региональной и городской власти. Пока мы ещё не знаем, где будет создан первый подмосковный творческий кластер — в Коломне, Королёве или Щёлкове.

Программы поддержки творческих индустрий, в конечном итоге влияющие на всю экономику региона, строятся на стратегии и тактике небольших, но обязательно сразу заметных, точечных усилий. Соединение доселе разрозненных предприятий в новую, инновационную отрасль открывает большие возможности и для управленческой активности, и для творческого воображения.

Министерство культуры Московской области начало работу по развитию творческих индустрий в регионе с анализа положения на местах. Управлениям культуры районов и муниципальных образований было дано задание посмотреть чуть дальше привычной сети бюджетных учреждений, с тем, чтобы увидеть, какие

<sup>1</sup> <http://www.journal.60parallel.org/ru/journal/2009/34/337>

субъекты предпринимательства в культуре работают в области. Эта работа нашла понимание не сразу и не у всех. Некоторым руководителям культурных ведомств, привыкшим лишь отслеживать процесс освоения бюджетных средств, было тяжело перестраивать своё мышление. И всё же очень и очень многие с интересом и энтузиазмом откликнулись на наше предложение, и благодаря их усилиям мы сегодня знаем о секторе творческих индустрий Подмосковья гораздо больше. Именно эта предварительная работа позволила сформировать убеждение, что творческие индустрии в Московской области есть и что данная сфера деятельности значима и для экономики, и для культуры Подмосковья.

Одной из задач Ярмарки было формирование объективной картины состояния сектора в регионе. И эта картина, несмотря на некоторую фрагментарность, получилась вполне показательной и очевидной. На первый план вышли предприятия народных промыслов, ремёсел и сувенирная продукция — как известные на всю страну предприятия (Павлово-Посадская мануфактура и Жостово), так и небольшие, новые бизнесы. Парки отдыха и развлечений тоже было решено включить в сектор творческих индустрий. Разные страны и регионы, принимая свои программы развития творческих индустрий, всегда очерчивали сектор, исходя из специфики региона (так, например, в Финляндии сектор творческих индустрий включает в себя ландшафтные парки). Несмотря на то, что этот сегмент (парки аттракционов) был представлен всего-навсего одним предприятием, всё же он был обозначен.

Не хватало на Ярмарке средств массовой информации и рекламных агентств, хотя они широко представлены в области.

Главное же — впервые проведённая Ярмарка культурных индустрий в Подмосковье больше показала то, чего нет. Очевидно, что очень слабо развит сектор дизайна, сектор, связанный с современной культурой и искусством. Как отметил в рамках итогового круглого стола Дмитрий Мильков (президент Фонда развития творческих индустрий, Санкт-Петербург), даже само оформление, «упаковка» стендов на Ярмарке могла быть другой, более

современной. Это позволило бы вписать изделия народных промыслов в современную жизнь.

От Ярмарки не ждали невероятных творческих достижений. Важно было оценить то, что есть, увидеть те проблемы, препятствия и вызовы, которые стоят сегодня перед предприятиями творческих индустрий Московской области. Ярмарка стала точкой отсчёта, которая позволяет более выверенно формировать программу дальнейших действий, расширить круг профессионалов, заинтересованных в развитии творческих индустрий, продвинуть идеи творческих индустрий среди представителей власти и бизнеса и привлечь внимание средств массовой информации. Не случайно интерес к Ярмарке проявили представители других регионов. На неё приехали представители Красноярского края, Рязанской области, Республики Карелия и Самарской области.

Важным достижением Ярмарки стала совместная работа с Министерством экономики, которое проявило большой интерес к сектору творческого бизнеса. Программа поддержки малого бизнеса в Московской области — одна из самых эффективных в стране.

Ярмарка — всего лишь первый шаг на пути развития творческих индустрий, и у Министерства культуры Московской области амбициозные планы. Это и привлечение новых творческих бизнесов в область. Многие московские модельеры, дизайнеры размещают производственные базы в Московской области. Вполне реально создать условия, чтобы они регистрировали свои творческие компании в Московском регионе. Если программа, дающая «зелёный свет» творческим бизнесам, будет развиваться, при наличии в области более дешёвой аренды и хороших возможностей для продвижения, регион может стать вполне конкурентоспособным на этом рынке.