

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Е. Л. Морева¹,
Финансовый университет
при Правительстве РФ (Москва, Россия)

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КУЛЬТУРНЫХ ПРОИЗВОДСТВ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКЕ СТРАН СНГ

Целью настоящей статьи являлось определение возможностей реализации в странах СНГ культурной политики, способствующей активизации в них инноваций. Концептуальным основанием такого курса служили взгляды на место культурных производств в общественно-экономической системе и их воздействие на ее инновационное развитие. В прикладном аспекте такой подход позволял оценить действующую культурную политику на постсоветском пространстве и наметить общие подходы к ее трансформации для эффективного стимулирования инновационного развития стран региона. В методологическом плане автор опирался на принципы системных исследований, компаративистики и эволюционные теории. Результатом проделанного исследования стали выводы о наличии у сектора культуры стран СНГ инновационного потенциала, который не был учтен ими в своей культурной политике. В связи с этим были указаны направления трансформации их культурной политики для активизации инноваций. Выводы, полученные в результате анализа, могут быть использованы при разработке и осуществлении культурного и инновационного политических курсов на национальном и региональном уровнях.

Ключевые слова: культурные производства, инновации, Содружество Независимых Государств (СНГ), культурная политика, инновационная экономика.

INNOVATIONS POTENTIAL OF CULTURAL PRODUCTION AND ISSUES OF ITS DEVELOPMENT IN CULTURAL POLICY OF CIS COUNTRIES

The objective of the paper is the determination of the opportunities to realize the cultural policies in the CIS countries to activate their innovations. The conceptual basis of such a course are the theories about the position of cultural production in the social-economic systems and its influence over their innovative development. In lens of their application opportunities this approach facilitated the appraisal of the cultural policy in the Post-soviet space and the

¹ Морева Евгения Львовна, к.э.н., заместитель директора Института промышленной политики и институционального развития; e-mail: ELMoreva@fa.ru

design of the general attitude towards its transformation to stimulate efficiently the innovative development of the countries of the Region.

The Methodological principles of the research are based on the systems theory, comparative studies and the evolution theories. The research was concluded recognizing the innovation potential of the cultural sector neglected in the countries policies of the countries of the region. Hence the main directions of the cultural policy transformation to activate innovations were indicated. The conclusions of the analysis may be operated while the elaboration and materialization of the cultural and innovation policies at the national and regional levels.

Key words: cultural productions, innovations, Commonwealth of Independent States (CIS), cultural policy, innovation economy.

В современных условиях усиления императивов активизации инноваций и поисков их новых источников исследователи и практики стали все чаще обращаться к тем сферам жизнедеятельности, которые прежде не рассматривались с этих позиций. К их числу относилась и культура. Она, как и заложенное в этой сложной знаковой системе специфическое самовыражение личности (ее творчество, талант), оказались чрезвычайно востребованными на современном производстве, активно использовались им при осуществлении инноваций. Подтверждением тому стали рост числа творческих работников, увеличение их удельного веса в общей структуре занятых; повышение доли продукции и услуг культурного, преимущественно символического, содержания, созданных при активном использовании прав интеллектуальной собственности, в общем объеме услуг и работ. По сравнению с остальными производствами их отличали повышенные темпы роста, тесно коррелировавшие с ростом их прибылей и благосостояния в них и местах их расположения, а вслед за тем и повышение общей экономической динамики, изменение хозяйственной структуры национальных экономик в целом. Для США и Европы, например, было подсчитано, что увеличение доли культурных производств в общей структуре занятости населения на 1% сопровождалось 0,6%-ным приростом ВВП на душу населения. По данным из Великобритании, затраты на творческую деятельность (creative inputs) компаний, специализирующихся на создании культурной продукции, приводили к продуктовым инновациям с вероятностью на 25% выше, чем в других секторах [Joffe, 2012].

Между тем в России, как и на остальном постсоветском пространстве подобных зависимостей не наблюдалось, некоторое увеличение культурных производств не подкреплялось заметным повышением инновационной активности. Это заставило искать возможности изменить ситуацию: определить инновационный потенциал культуры, условия его реализации и оценить перспективы этого в постсоветском регионе.

Первое — содержание инновационного потенциала и его масштабы — по крайней мере в течение нескольких последних десятилетий являлось предметом специальных теоретических поисков. Однако решение этой

проблемы, которую также формулировали в терминах воздействия культуры на инновации, инновационных эффектов культуры и т.п., затруднял неовещественный характер культуры, заданный ее ценностной природой. Ситуацию усугубляло сравнительно короткое время — в несколько (последних) десятилетий, — в течение которого эта связь прослеживалась в хозяйственной практике.

Вместе это обусловило появление многочисленных и разнообразных подходов к оценкам инновационного потенциала культуры. При этом в попытках осмыслить вопрос на теоретическом уровне экономисты все более выходили за рамки мейнстрима, не связывали анализ культуры с одними лишь провалами рынка, обращались к шumpетерианским принципам исследования.

Более или менее последовательно развивая их, исследователи исходили из того, что в основе влияния культуры на инновации лежало действие имманентно присущих человеку императивов его духовных потребностей, в первую очередь в виде стремления к самовыражению и творчеству, которые реализовывались и передавались посредством групповой коммуникации. Эти начала как суть культурной деятельности, или культурных производств, часто выделяли в категорию креативности. На ее основе складывалась сложная система категорий, отражавших научное познание творческой деятельности, в том числе и в хозяйственных процессах. К их числу относили, например, целостное видение той или иной хозяйственной ситуации, его личностно окрашенную специфику (*identity*), направленный характер внимания с установками на адаптацию к окружающим условиям, заданные культурой нормы принятия решений и другие элементы. Таковую систему рассматривали как специфический хозяйственный ресурс, использование которого обуславливало инновации на производстве, т.е. ее признавали экономической ценностью [The Cultural Economy, 2008]. В этом качестве культура выступала не просто как фактор роста стоимости, а как источник новых идей, технологий и инноваций. Она таким образом становилась ключевым элементом инновационной подсистемы хозяйства, который также называли креативной экономикой.

Признавая инновационный характер культуры как ее сущностную черту, исследователи, однако, предлагали разные трактовки основных направлений и способов ее реализации. В попытках классификации их, в свою очередь, условно подразделяли на прямые и косвенные.

Первые связывали прежде всего с воздействием культурных производств на социально-когнитивный аппарат хозяйствующих субъектов. При этом они усваивали правила творческой деятельности (*rules that generate creativity*), методы и принципы изменения прежних стереотипов, способы создания новых смысловых конструкторов и т.п. [KEA, 2009]. Применяя их к производству, за ними фактически признавали инновационный функционал, роль ключевой инновационной технологии. По мере

ее усиления и все более широкого применения связанная с нею инновационная активность распространялась на всю экономику, выходила за рамки отдельных организаций и секторов и охватывала макроуровень.

Среди других вариантов прямого воздействия культуры на инновации часто называли усиление и развитие коммуникации между разными участниками хозяйственных процессов, складывающейся в рамках того или иного онлайн-контента. Он давал пространство для проявления их творческой активности, стимулировал ее, открывая новые возможности ее выражения в виде новых решений и продуктов [Mason, 2008]. Расширение использования этого контента автоматически сопровождалось ростом масштабов инновационных эффектов культуры.

Особое значение для их реализации придавали так называемым креативным/культурным индустриям/отраслям. Выступая как отдельные виды экономической деятельности со специфическими производственными технологиями и продуктами, они образовывали самостоятельные секторы/сегменты, сопоставимые с другими экономическими секторами.

От последних их группу отличала совокупность черт, которые в разной степени отмечали при разных определениях этих индустрий. Так, одни авторы сосредотачивались на преимущественно художественном характере основной деятельности организаций, относящихся к креативным индустриям, богатом символическом содержании их продукции и ее сбыте на крупных рынках [UNCTAD, 2004]. Другие особо выделяли их сильную зависимость от институтов интеллектуальной собственности, обеспечивающих защиту их главным ресурсам — творчеству, таланту и полученным с их помощью специальным навыкам [Department for Culture, 1998; Howkins, 2001; World Intellectual Property Organization, 2003]. Третьи отмечали присущее компаниям креативных индустрий специфическое сочетание в их деятельности художественных и коммерческих начал (так называемая модель концентрических кругов) [Throsby, 2001]. Четвертые подчеркивали значение содержащихся в индустриях творческих начал и инноваций как главного фактора их конкурентоспособности [KEA, 2006]. Встречались и другие варианты [Conference Board of Canada, 2008].

Несмотря на различия между приведенными взглядами, общей для всех них чертой было более или менее явное признание креативности как свойства, лежащего в основе этих индустрий. Оно проявлялось не только в указанных выше особенностях, но и в других характеристиках, связанных с большими возможностями коммерциализации этих производств. Не случайно среди их черт называли высокие темпы роста, заметный вклад в увеличение совокупной занятости, а также вклад в инновационное экономическое развитие.

Многообразие способов проявления такого вклада не ограничивалось, однако, только прямым воздействием. Универсальный характер заложенной в его основе креативности как общекультурной ценности и средства

стимулирования инноваций проявлялся через ее влияние на другие области общественно-экономической жизни, т.е. косвенным образом.

Как и в случае прямого воздействия, косвенное влияние культуры на инновации осуществлялось разными способами. К ним относили ее благотворное влияние на состояние психологического комфорта работников, повышение их самооценки, усиление чувства уверенности, раскрепощенности и свободы [Koonlaan et al., 2000]. Это позволяло им действовать более разнообразно и потому добиваться лучших результатов, а их организациям осуществлять больше инноваций и быть более конкурентоспособными.

К числу направлений косвенного воздействия относили также влияние культуры на узнаваемость и престиж национальной продукции за рубежом. Это помогало выводить ее на новые экспортные рынки, интегрировать национальные производства в международные цепочки создания стоимости, тем самым стимулируя маркетинговые, организационные и иные инновации [Jaffe et al., 2006].

С особенностями культуры отдельных стран и регионов связывали и их привлекательность для зарубежных инвестиций, которые давали импульс инновационному развитию прежних и формированию новых бизнесов [Evans, 2009].

Важным направлением воздействия культуры на создание и освоение новшеств являлось также ее благотворное влияние на развитие образования и переход к системе обучения через всю жизнь. Кроме того, большое значение придавали роли культуры в укреплении толерантности в обществе, усилении его социальной сплоченности, ослаблении в нем разного рода конфликтов и создании способствующей предпринимательству и инновациям среды. В связи с этим часто выделяли роль медиаресурсов, которые в ряде случаев также относили к креативным индустриям.

И последнее, по порядку, но не по значению, — с культурой связывали помощь бизнесу осознать экологические последствия своих действий, переориентироваться на «зеленые» производства и устойчивый рост на основе инноваций [Crociani et al., 2011].

Эффекты прямых и косвенных способов воздействия культуры на инновации усиливались с учетом их взаимного влияния друг на друга. Это позволяло аналитикам выделять, например, особое значение изменений пространственной организации общества (городских агломераций, трансграничных регионов и т.п.) для инновационных эффектов культурных производств. Будучи специфическим самостоятельным продуктом масштабного и комплексного охвата культурой разных сфер жизни человека и общества, они, в свою очередь, сами становились факторами развития культурных производств.

Все эти важные в плане системности аспекты инновационного потенциала культуры, однако, оставляли открытыми вопросы о том, насколько

полно они его выражают, как их измерить и оценить. Несмотря на предпринимаемые попытки количественно определить этот потенциал, сами исследователи признавали, что используемые для измерения культуры и ее возможного влияния на инновации методы структурного анализа и мультипликаторов часто давали весьма неточные результаты. (Это объяснялось как ограниченностью используемой для этого официальной статистической информации, так и частой несопоставимостью данных о культурных производствах разных стран и секторов, что не позволяло получать сколько-то обоснованные выводы касательно их и роста инноваций.) [Морева, 2017].

Целенаправленная работа с таблицами «вход-выход» также не обеспечивала информации необходимой степени детализации, чтобы выделить и обосновать инновационные эффекты. (В частности, отсутствовали сведения о специфике влияния культуры на внутриорганизационные бизнес-процессы, о механизмах действия причинно-следственных связей, например, при контактах компаний креативных индустрий с другими в рамках одной и той же цепочки стоимости, степени изменения в ней из-за этого общего уровня инновационной активности.)

Обстоятельному анализу спутниковых счетов по культуре также препятствовали серьезные ограничения по их содержанию; получение же дополнительных сведений оказывалось чрезвычайно затратно, но даже в этом случае они часто все равно не раскрывали многие существенные моменты (например, изменение структуры производства и временные гэпы и др.). Сходные проблемы возникали и при обращении к изменениям динамики и структуры занятости лиц творческих профессий. Моделирование инновационных эффектов культуры на основе функции Кобба—Дугласа и ее производных (Тинбергена и др.) также оставалось предметом критики за характерные для любых эконометрических расчетов недостатки, а также за чрезмерно высокий уровень агрегации, не позволяющий проследить направления и способы инновационного влияния культуры. Сходные претензии предъявляли и к неравновесным моделям, использование которых при нехватке нужной статистики признавалось экспертами неэффективным.

В поисках альтернативных подходов к измерению и оценке инновационных эффектов культуры предпринимались попытки сделать это, рассматривая их в комплексе с другими ее социально-экономическими воздействиями. При этом неовещественный характер данного ресурса заставлял аналитиков выделять области, пригодные для количественного исчисления его результатов и непригодные. (Характерно, что влияние культуры на НИОКР, а также освоение новшеств на производстве, рыночные и социальные нововведения и инфраструктурные составляющие инноваций многие исследователи относили к последней группе.) В итоге инновационный потенциал культурных производств фактически оста-

вался количественно не определенным и часто заменялся оценками их иных эффектов, т.е., по сути, оставлял задачу нерешенной.

Своеобразным паллиативом этого стали предложения ограничить попытки измерения отдельными областями, позволяющими сделать это. Среди них разные авторы называли стимулирующее влияние культуры на науку и продуктовые инновации, расширение потребительского выбора и ее внешние эффекты. Однако эффективность такого рода усилий по-прежнему оставалась сомнительной. С одной стороны, новый подход отчасти противоречил предыдущему, так как к числу измеряемых эффектов относили те, которые ранее считали непригодными для этого. С другой — сосредоточение на отдельных областях ставило, но не решало вопрос об их репрезентативности и достаточности для достоверной оценки инновационного потенциала культурных производств в целом.

Несмотря трудности измерения, апеллируя во многом к отдельным фактам, кейсам и контент-анализу, аналитики писали о неравномерном распространении инновационных воздействий в разных экономических областях [CREATIVE ECONOMY REPORT, 2013]. В теоретическом плане это также связывали со спецификой проявления культуры в отдельных сферах; своеобразием опосредующих ее инновационные воздействия институтов; различиями в степени развития коммерческого и общественного начал разных культурных производств, а также провалами рынка и рядом других факторов. В зависимости от своего состояния они могли существенно затруднять реализацию инновационного потенциала культуры и тем самым закладывали основания для целенаправленного управляющего воздействия на него в виде прежде всего соответствующей культурной политики.

Ее разработка и проведение, в свою очередь, являлись результатом многочисленных сложных процессов, в которых неравномерное распространение инновационных эффектов культуры и влияющих на них факторов являлись одной из их составляющих. (К другим относились, например, осмысление социально-экономическими и политическими субъектами целей и инструментов такой политики, пределы их практического применения в конкретных национальных и/или региональных условиях и проч.)

Отсюда — многообразие вариантов такого рода курсов, их нацеленность на разные составляющие механизмов реализации инновационных эффектов культуры, средства обеспечения этого и их результативность. Наглядным подтверждением тому стало сопоставление основных предметных сфер культурной политики целого ряда стран в начале XXI в. Так, в Японии, Австрии, Филиппинах и Сингапуре делали упор на совершенствование защиты авторских прав. В Южной Корее — на активизацию инноваций и развитие ИКТ. В Китае и Гонконге — на укрепление креативности и эффективное использование сформированных на ее основе навыков; в Австралии — на рост масштабов креативного сектора.

Характерно при этом, что, по признанию авторов, полученные результаты далеко не всегда соответствовали изначально поставленным целям и задачам. Среди причин этого, которые можно было существенно сгладить и/или вовсе ликвидировать, была слабая разработанность инструментов оценки культурной политики.

К числу попыток преодолеть этот недостаток относились попытки идентификации состояния объекта культурной политики на предмет его готовности эффективно реализовать свой инновационный потенциал, а также требований к самим курсам в этой области.

В поисках ответов на поставленные вопросы предлагались разные подходы.

Авторы одних ограничивали число признаков того или иного состояния культурных производств их небольшим количеством. К ним, в частности, относили масштабы и степень диверсификации этих производств как макроэкономического сектора, что, по мнению аналитиков, позволяло вести эффективную культурную политику стимулирования креативности, развития инновационного предпринимательства с позитивными внешними эффектами. Другим вариантом показателей служили высокие темпы экономического роста и стремительные изменения хозяйственной среды, заставляющие высоко ценить способность хозяйствующих субъектов гибко адаптироваться к изменениям. Для этого они развивали креативность и учились целенаправленно корректировать свои ценностные установки для продуктивного изменения ситуации. Третьим вариантом было широкое использование информационно-коммуникационных технологий, ИКТ, открывающее новые возможности усиливать инновационные эффекты культуры; а также наличие развитого социального капитала и сетевых структур, укрепляющих интеграцию экономики и культуры и усиливающих инновационные эффекты последней. Называли также общественное признание инноваций как экономической ценности и развитые цифровые технологии, позволяющие создать новые формы социального обмена и новые возможности реализации креативности.

Неоднородность и субъективизм таких подходов на фоне трудностей верификации эффектов культуры как неовещественного ресурса преодолевались при более сложных подходах, в которых для оценки состояния инновационного потенциала культуры предлагалось учитывать набор взаимосвязанных условий.

При этом, как и в предыдущих случаях, взгляды на состав и структуру таких комплексов различались.

Одни авторы его главной составляющей называли развитие цифровых технологий и диджитализацию общественно-экономической жизни. На этой основе прежде различные системы знаков, символов и образов интегрировались, формируя единую систему смыслов и развивая коммуникацию. С ней у экономических субъектов появлялись новые возможно-

сти самовыражения и самореализации. Их освоение усиливало потребности в продуктах с преимущественно символическим содержанием, повышало спрос на них. А это стимулировало развитие культурных производств, формирование динамичных кластеров, трансформацию регуляторных институтов и в конечном счете оборачивалось изменениями структуры всей экономики и организации хозяйственной деятельности, повышением ее инновационной активности.

Другие авторы подчеркивали значимость процессов урбанизации, регионализации и глобализации. Как и в первом случае, они также способствовали объединению культур, создавая тем самым лучшие условия для выявления и освоения новых возможностей, укрепления хозяйственной активности и развития креативности. К числу характерных признаков этого относили рост третичного сектора, усиление места (удельного веса) и роли ряда культурных индустрий (дизайна, связи и др.) в международных цепочках стоимости, повышение инновационной активности в их звеньях.

Интегрируя и развивая эти подходы далее, в том числе через уточнение времени появления набора условий для реализации инновационного потенциала культуры, некоторые авторы относили их появление к 90-м гг. XX в. Они показывали, что тогда креативность и другие культурные ресурсы стали признавать экономическим фактором развития, «ключевым элементом, определяющим будущую общественную и экономическую динамику во всем мире» [Potts J., 2007].

Этот период был также отмечен серьезными изменениями в используемых технологиях, моделях потребления и спроса, масштабах и управлении культурными производствами. До того их размеры оставались ограниченными, служили предметом управления элиты. Затем культурные производства значительно выросли, а управление ими стало более демократичным. Рост культурных производств и их все большая интеграция с остальной экономикой делали целесообразным отказ от прежних подходов к этой деятельности как объекту централизованного государственного управления и субсидирования, признание ее экономической сферой, способной генерировать стоимость, с соответствующими изменениями в ее учете при реализации экономической и торговой политики, а также политики в сфере образования и интеллектуальной собственности.

Приведенная совокупность условий претендовала в отличие от предшествующих не только на определение комплекса признаков, указывающих на наличие реальных возможностей освоить инновационный потенциал культурных производств и времени их формирования, но и на их использование при целенаправленном управлении этим процессом посредством специальной государственной политики. Однако при этом оставались открытыми вопросы о закономерностях появления такого комплекса и его связи с предшествующим развитием.

Ответы на них получали при рассмотрении процессов формирования и реализации инновационного потенциала культуры сквозь призму цивилизационного развития общества.

Появление носителя такого потенциала связывали с доиндустриальным периодом формирования культурных производств, когда, однако, реализовать его оказывалось невозможно. Эти производства тогда не составляли сколько-то заметного экономического сектора, интегрированного в экономику, и представляли интерес лишь для феодалов, сюзеренов. Он, однако, объяснялся не столько экономическими, сколько социально-политическими обстоятельствами — необходимостью укреплять свой статус и престиж в обществе, для чего эти субъекты обращались к культуре.

Закономерно поэтому, что в таких условиях масштабы культурных производств оставались весьма скромными, а в содержательном, общественно-экономическом плане их относили к общественной инфраструктуре хозяйства, рассматривая в роли специфического общественного блага. В отсутствие прочных связей с хозяйственной сферой и выполнения значимых для нее функций, т.е. не являясь для нее ценными, культурные производства не могли реализовать заключенные в них творческие начала и служить эффективным основанием инноваций. Условно такое функциональное состояние культурных производств обозначали в терминах «Culture 1.0», C1.0.

Начало его преодоления относили к этапу становления и консолидации индустриального общества в результате промышленной революции. Тогда культурные производства стали выделяться в особую группу, постепенно интегрирующуюся в экономику в качестве ее сектора. Начало этих процессов связывали с хозяйственным подъемом вслед за буржуазными революциями и постепенным повышением уровня благосостояния обществ. Благодаря им доступ к культурным благам перестал быть привилегией сюзеренов, начался рост числа потребителей культурных благ, увеличивался спрос на них.

Результатом этого было формирование особого, хотя и небольшого численно специфического сектора, производства в котором имели преимущественно культурно-развлекательную и/или художественную направленность, отличались высокими входными барьерами и нестабильными доходами.

Ограниченные собственные возможности устойчивого воспроизводства сектора на фоне усиления востребованности его продукции обществом заставили государства признавать необходимость его поддержки и перераспределять ему ресурсы. По свидетельству экспертов, это закладывало основы государственной культурной политики, которую тогда часто проводили в форме субсидирования.

Во многом благодаря ей развитие сектора культуры становилось все более устойчивым, он постепенно укреплял свое положение, благопри-

ятно влиял на появление и развитие тесно связанных с ним экономических сегментов — рекламных агентств, дизайн-студий, архитектурных мастерских, домов моды и т.п. В них много использовали продукты и приемы из сектора культуры, что позже позволило рассматривать их в роли прообраза креативных индустрий.

Изменившееся положение культурной деятельности в экономике и обществе, признание ее ими как значимой, а также системная поддержка на государственном уровне свидетельствовали о приобретении ею нового качества. Это позволяло по-новому обозначать ее функциональное состояние — как «Culture 2.0», C2.0. Последнее, правда, не означало, что инновационный потенциал культуры начал претворяться в хозяйственную практику. Однако в качестве органической составляющей сектора он претерпевал определенные изменения. Вместе с ростом масштабов и укреплением сектора он расширился, вместе с интеграцией разных креативных индустрий и других сегментов культурных производств в хозяйственную жизнь дополнялся каналами для взаимодействия с другими секторами.

Усиление этих тенденций было связано с появлением новых технических средств для художественной деятельности: фотографии и кинематографических аппаратов, оборудования для звукозаписи, радиовещания и др. Создавая технические возможности тиражирования контента, они облегчали работу с ним и закладывали основы для появления новых сегментов культуры с массовым производством, стремительно интегрирующихся в экономику, превращавшихся в ее органическую часть и устанавливающих устойчивые связи с другими хозяйственными секторами. По мере своего роста эти сегменты довольно быстро выходили за национальные границы, образуя мировые рынки.

Изменяющиеся условия C2.0 требовали изменения и культурной политики. Ее прежние направления, ориентированные на поддержку производств ограниченных размеров, дополняли новые, обращенные к крупным предприятиям и близкие по содержанию конкурентной политике. При этом ставились задачи повышения эффективности сектора культуры, развития с его помощью ресурсной базы для других секторов — особенно в части формирования предпринимательских способностей, — увеличения участия организаций сектора в цепочках создания стоимости, стимулирования их рыночным спросом.

Дальнейшее укрепление и развитие сектора культуры вместе с его инновационным потенциалом относились ко второй половине XX в. Тогда с повышением общего уровня благосостояния начали формироваться все новые потребительские запросы, усиливаться кастомеризация, увеличиваться важность человеческого капитала в экономике. К потреблению продукции культурных производств все шире приобщались разные социально-экономические субъекты, а сама она превращалась в важный ресурс хозяйствования, образования и отдыха. Наглядным подтверждением тому

стало последовательное увеличение доли культурных производств в ВВП разных стран. Изменение их места и роли в экономике и обществе позволяло исследователям ставить вопрос о развертывании «культурной промышленной революции» и превращении культуры в источник стоимости.

При этом важные изменения происходили и в самих культурных производствах. По мере освоения потребителями все более многообразной и адаптированной под их нужды продукции сектора культуры у них формировались устойчивые потребности в ней и навыки ее использования. Вместе с этим развивались и их способности к коммуникации, расширялась палитра способов самовыражения, они становились более креативными. Проявляясь в одних сферах, эти свойства распространялись и на другие. Их воспроизводство все более превращалось в постоянную составляющую самых разных областей общественной деятельности. В экономике эти процессы проявились в бурном развитии маркетинга, появлении новых форм организации производства и других сферах, выступая там в виде инноваций. Инновационный потенциал культуры получал таким образом основания для реализации в хозяйственной практике. Переход культурных производств к новому состоянию, при котором они могли начать реализовать свой инновационный потенциал, предлагалось обозначать в терминах «Culture 3.0», C3.0.

Технологическим основанием для консолидации такого перехода послужили революционные преобразования в сфере ИКТ, прогресс компьютерных и цифровых технологий. Их функциональное развитие позволило сосредоточиться на главной, смысловой части обслуживаемых ими процессов — работе с контентом, которая в экономике проявлялась как создание ценностей. Сопровождающее его относительное снижение цен на программно-технологическое обеспечение таких занятий делало их все более доступными и привлекательными, открывало все новые области их применения.

Эти процессы, в свою очередь, серьезно затрагивали эмоциональную и интеллектуальную сферы жизни своих участников. Под их влиянием у тех изменялись установки, убеждения и другие ценностные и информационные структуры, что открывало новые возможности и направления использования культурных производств. В экономике их начали все шире осваивать при определении и для достижения стратегических целей организаций, оптимизации внутрифирменных бизнес-процессов, совершенствования маркетинга, повышения конкурентоспособности и решения иных задач. На макроуровне эти тенденции проявлялись в ускорении хозяйственного развития и экономическом росте. А в экономической теории конца XX — начала XXI в. все большее место стали занимать концепции культуры и ее влияния на эндогенный экономический рост.

Новое положение культурных производств в экономике сопровождалось появлением там целого ряда новых эффектов. Устойчивый характер

им придавал прогресс компьютерных и иных цифровых ресурсов, делающий возможным одновременно участвовать в создании и развитии контента производителям и потребителям, а также сменять им свои роли. Это позволяло фактически объединить разных субъектов, делать это явление массовым и постоянным.

Сопровождающие эти изменения новые формы коммуникации, в свою очередь, способствовали развитию культурного обмена между участниками, активизировали их креативные начала, тем самым обогащая его и повышая его результативность. Это, в свою очередь, требовало новых типов организации производства с новым, облегченным доступом к нему. Ими явились разного рода сетевые структуры: открытые платформы, альянсы, партнерства, общественные, профессиональные и иные специальные объединения (*communities of practice*) и т.п. Не столь иерархичные, как прежние вертикальные иерархии, они обеспечивали более свободную коммуникацию и взаимодействие между участниками, облегчали производство, распространение и освоение ими ценностей, обеспечивали при этом лучшие результаты участникам. Это повышало их привлекательность, вызывало рост числа участников и увеличение масштабов [Throsby 2008; Tapscott et al., 2006; Solis 2011].

Сфера действия сетей не ограничивалась одной только экономикой. В других областях они также опосредовали коммуникационные процессы и способствовали созданию ценностей, т.е. развивали там культурные производства. Общность природы этих сетей с хозяйственными сетевыми структурами позволяла последним обогащаться и развиваться благодаря общественным, профессиональным, просветительским, социальным и иным организациям, активно распространяющимся вместе с ними в производственной сфере. В результате экономические связи все больше переплетались с неэкономической повседневной жизнью. По этому поводу аналитики все чаще отмечали, что усиление роли культуры снижало зависимость основанных на них производств от их внутренней среды, размывало прежде четкие границы предприятий и фирм. Они все слабее выполняли свою прежнюю роль главного микроэкономического субъекта и отдавали ее обеспечивающим коммуникацию и производство контента структурам. Роль таких новых субъектов все чаще отводили социальным цепочкам коммуникации (*social transmission chains*).

Новые место и функции культурных производств в экономике сказывались и на активизации их международных связей. Выделение неовещественного производства ценностей (контента) в самостоятельный элемент производства облегчало международную коммуникацию, делало национальные границы все более транспарентными. Это, в свою очередь, повышало эффективность самого производства и приводило к появлению на глобальной арене большого числа разнообразных и пересекающихся международных цепочек создания стоимости.

Смена ресурсной базы производства, широкое распространение там сетевых структур, открытый характер деятельности организаций, а также развитие международных операций на основе культуры указывали на качественное изменение ее и содержащегося в ней инновационного потенциала. Из обособленного макроэкономического сектора, пусть и сильно связанного с другими, культурные производства превращались в широкую экосистему, обеспечивающую функционирование экономики и общества в целом. Вместе с потенциальными возможностями активного создания и освоения ценностного контента в разных хозяйственных звеньях перед культурными производствами формировались пути их реализации на практике, заключенный в них инновационный потенциал начинал воплощаться в жизнь. В комплексе обеспечивающих это процессов оказывались задействованными и многие вышеперечисленные способы осуществления инновационных воздействий культуры.

Новые место и роль ее производства в общественно-экономической системе требовали соответствующих корректировок прежней политики по отношению к ним, нацеленной на их С2.0 состояние. Цели нового курса должны были выходить за рамки традиционных макроэкономических задач увеличения оборота, повышения уровня занятости и конкурентоспособности, обеспечивать возможно более широкое распространение и развитие культурных производств как общее основание (экосистему) для развития коммуникации и творчества (по А. Сену) в разных сферах экономики и общества, повышения в них инновационной активности.

Ориентация на новое положение культуры заставляла пересматривать позицию к имманентно присущей ей «экспрессивной рациональности» (*expressive rationality*) с соответствующими гуманистической мотивацией и обменными операциями преимущественно нерыночного типа, через которые та реализовывалась. Вместо прежних фактически игнорирующих их подходов к ним сквозь призму рыночных императивов предлагалось строить новый курс путем усиления социальной интеграции и стимулирования внешних эффектов культурных производств на общество и экономику.

Опираясь на эти принципы, выстраивалась соответствующая институциональная поддержка укрепления культурных производств, обмена и потребления их продукции со стороны государства, разработке для этого новых норм и их систем (*new cultural production and dissemination regime*). Для этого разрабатывались и предлагались также разные операционные инструменты. (К числу наиболее популярных относились различные методики исследования состояния культурных производств в экономических секторах и составленные на этом основании предложения политических мер по отношению к ним.)

В результате культурная политики фактически приобретала характер инновационной, нацеленной на активизацию производства и освоения новшеств на основе развития креативности как ценности во всех сферах

общественной и экономической жизни и усиления их интеграции между собой. При этом она формально не противоречила, но существенно дополняла уже известные курсы стимулирования инноваций на основе развития науки и образования/обучения. Но в отличие от них данная политика была обращена к другому их источнику, связанному с развитием культурных производств.

Это позволяло реализовывать ее, используя в том числе и набор уже наработанных средств, сохраняя инструментальную преемственность по отношению к другим инновационным курсам. (Например, рекомендовалось задействовать элементы сложившейся инновационной инфраструктуры для создания и распространения новых ценностей.)

В содержательном же плане у новой культурной политики, соответствующей С3.0, также прослеживалась определенная преемственность в отношении прежних курсов. Как и они, новый курс обращался к ценностным системам общественно-экономических субъектов, а значит, и их инновационному потенциалу; сходной с культурной политикой, характерной для С2.0 функционального состояния культуры, была нацеленность нового курса на ее использование как драйвера экономического развития и производства ценностей. (Превращение последних в стоимости допускалось при этом в той мере, в какой не противоречило специфике культуры.) В этом смысле новая культурная политика не отрицала прежние ее варианты абсолютно, но диалектически интегрировала их.

В пользу состоятельности такой трактовки и обоснования культурной политики С3.0 косвенно говорили и ряд других попыток систематизации последней, в том числе широко известные модели креативных индустрий Поттса и Каннингэма и некоторые другие. В них в качестве одного из вариантов авторы часто выделяли политику активизации инноваций, т.е. фактически признавали наличие в современной действительности оснований для осуществления такого курса. При этом, однако, они оставляли открытыми вопросы о закономерностях появления их спектра, ответ на которые искали при цивилизационном подходе.

Тем не менее рассмотренный сквозь призму альтернативных вариантов, этот подход также не был достаточным, так как не позволял четко проследить соотношение и взаимодействие рыночных экономических порядков и порядков при проведении культурной политики развития С3.0; не решал вопрос об обратимости инновационного развития на основе культурных производств.

Фактически, однако, он допускал обратимость, когда его авторы признавали возможности оппортунистического поведения участников сетей и/или монопольного присвоения отдельными участниками платформ или их владельцами создаваемой там стоимости. Из средства взаимного обогащения на основе инноваций и креативности новые организационные формы превращались в способ обесценения и истощения этого важного источника инноваций.

В этих условиях особо важную роль приобретала обеспечивающая переход к СЗ.0 последовательная культурная политика. Однако такая ее реализация наталкивалась на ряд серьезных препятствий.

К их числу относились прежде всего риски несбалансированного развития обеспечивающих этот курс общественно-экономических сфер и областей, представленных разными типами субъектов с их разным влиянием на его формирование.

Свою роль играло и то, что во многих странах с продвинутыми к СЗ.0 культурными производствами их возможности для достижения целей прежней культурной политики, построенной на принципах С2.0, оставались освоенными далеко не полностью. Это усиливало инертность властей в отношении культурной политики; давало им основания ограничиваться лишь решением с ее помощью задач развития разного рода предпринимательских навыков, увеличения занятости и экономического роста.

Серьезным ограничением стала также нехватка теоретических разработок по проведению культурной политики в координации с другими направлениями национальных инновационных стратегий, по вопросам учета особенностей поведения при этом разных социально-экономических и политических субъектов, а также по проблемам их целенаправленного институционального обеспечения.

Определенным паллиативом этого стали предложения последователей цивилизационного подхода начинать разработку и осуществление курса СЗ.0 с поддержки культурных производств там, где их развитие давало бы наибольший результат. Его связывали с увеличением их внешних эффектов в виде усиления общественной интеграции (коммуникации), развития креативности и повышения инновационной активности. Однако более конкретные шаги по реализации подобных мер и оценке их результатов еще ждали своих исследований.

Несмотря такую ограниченность теоретических знаний и практического опыта, угрозы отставания стран и их экономик от других в своем стратегическом развитии и конкурентной борьбе, а также императивы самовыражения и креативности, способные с переходом к новым цифровым технологиям все более эффективно претворяться в хозяйственных практиках, заставляли на разных уровнях вновь и вновь обращаться к культуре в поисках способов и условий реализации ее инновационного потенциала, искать для этого подходящие политические инструменты.

Перед такими вызовами встали и страны постсоветского пространства, где задачи форсирования инновационного развития уже не одно десятилетие оставались в числе первоочередных и не получали эффективного решения. Сходство задач дополняло и сходство направлений инновационной политики, среди которых культурной, по сути, не было.

Нечеткое и непоследовательное отношение к инновационному потенциалу культуры прослеживалось и при разработке и проведении постсо-

ветскими странами своих курсов в отношении культуры. В разных пропорциях и формах в них встречались отдельные элементы всех трех вышеприведенных типов политики.

Так, близкие С3.0 цели были сформулированы в Стратегии государственной культурной политики РФ на период до 2030 г. В ней уделялось специальное внимание важности освоения в экономике и обществе возможностей ИКТ: обеспечения информационной грамотности граждан, повышения качества материалов сети Интернет; использования возможностей социальных сетей, позволяющих повысить творческую активность аудитории [Стратегии государственной..., 2016]. Подход к культуре сквозь призму политики развития и инновационной политики прослеживался и в Законе Республики Армения об основах культурного законодательства, где среди целей государственной культурной политики называли осознание обществом культуры как средства развития, поиска новых ценностей и новых идей [Закон республики..., 2002].

Отражая специфическую логику культурной деятельности, превосходящую коммерческие рамки, в государственной программе Беларуси «Культура Беларуси» на 2016–2020 гг. ставились задачи повышения социальной и экономической эффективности разных сфер культуры [Государственная программа Беларуси..., 2016]. Они предполагали не только рост сектора и расширение доступа населения к культурным благам, но и «приспособление под современные функции историко-культурных ценностей», создание условий для реализации творческого потенциала нации, активного вовлечения граждан Беларуси в культурную жизнь страны.

В Казахстане культурная политика строилась в рамках национальной стратегии «Казахстан-2050» и на основе Концепции по вхождению Казахстана в число 30 самых развитых государств мира с учетом глобальных векторов долгосрочного развития. В соответствии с императивами С3.0 она предполагала формирование новой социокультурной среды, где творческая активность становилась одним из элементов успеха личности, бизнеса и государства в целом. Основу такой политики развития культуры составляли цели развития инновационности и креативности. По мысли авторов, их достижение должны были обеспечить внедрение в сферу культуры современных технологий, распространение новых форм культурных коммуникаций, появления e- и других новых областей культуры, а также развития кластерных структур.

Как и в Казахстане, в Плане действий Правительства Молдовы на 2016–2018 гг. развитию отдельных институтов культуры (домов культуры, например) вменялась функция активизации самодеятельности и креативности населения, что, по сути, соответствовало требованиям перехода к С3.0 [План действий Правительства..., 2016].

Подобные установки, однако, дополняли и другие, более соответствующие политике для С2.0 на этапе ее зрелости. Развитие культурных производств (народных художественных промыслов; услуг клубов, кинемато-

графа и ряда других культурных организаций) при этом увязывали с приростом доходов и решением других задач чисто рыночного характера.

Так, в ранее упомянутой Стратегии государственной культурной политики России было отмечено, что особенностью современного подхода к гуманитарной сфере оставалось «...отчасти утилитарное понимание культуры как сферы услуг...» [Стратегия государственной..., 2016]. В Армении власти признавали, что, несмотря на провозглашенные цели, целый ряд культурных производств превратились в важный, если не главный источник дохода его субъектов.

В Казахстане сфера культуры рассматривалась как один из привлекаемых объектов для инвестиций. Отдельные виды культурной деятельности (киноиндустрия, анимация, цирковое искусство, музейное дело, театры, концертная деятельность и некоторые другие) были переведены на принципы самоокупаемости и прибыльности. Следуя им, они обеспечивали свой рост и развитие, повышали занятость и уровень доходов. В этом качестве культуру учитывали при разработке новой национальной модели экономического роста, нацеленной на достижение страной глобальной конкурентоспособности.

В Молдове План действий по развитию культурных индустрий предусматривал организацию в них различных стартапов и иных коммерческих форм, предназначенных для диверсификации предложения услуг из сферы культуры.

Целевые установки курсов постсоветских стран, соответствующие С3.0 и зрелой фазе С2.0, однако, не получали своего продолжения в их оперативных экономических планах и практиках. Там в основном преобладали подходы, соответствующие более ранним этапам эволюции культуры.

Устойчивое недофинансирование ее сектора в Армении оборачивалось там последовательным свертыванием креативных индустрий. Количество центров народных промыслов, которых в начале существования независимой республики насчитывалось 200, к середине 2000-х гг. сократилось в разы. В Программе Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы культуры до 2020 г. признавали, что внимание государства к этой сфере и ее финансирование осуществлялись по остаточному принципу и что отсутствие полноценного государственного учета (статистики) не позволяло вести качественный анализ реального состояния культуры, давало почву для волонтаристских подходов. Актуальными задачами формирования новой культуры становилось восстановление доверия ее субъектов к государственному управлению, усиление признания важности учреждений культуры и искусства (повышение их привлекательности) и рост числа их организаций, действующих на коммерческих принципах (культурного туризма, кинематографа) [Программа Правительства Кыргызской..., 2015].

Таким образом, культурная политика национальных субъектов постсоветского пространства не предусматривала эффективного освоения ин-

новационного потенциала культурных производств и в основном нацеливалась на усиление в них коммерческих начал. (В условиях глобализации можно было бы ожидать замещающих эти пробелы усилий со стороны международных правительственных и неправительственных организаций — подразделений СНГ, ООН и др. Однако на деле предпринимаемые ими действия картину существенно не меняли. Они ограничивались преимущественно отдельными мероприятиями и подпрограммами, оставляя проведение эффективной для активизации инноваций культурной политики национальным государствам.)

Далеко не всегда заявленным целям соответствовали и сложившиеся национальные условия: их отличали сравнительно невысокие уровни спроса на продукцию культурных производств и ограниченные темпы роста последних, слабое технологическое обеспечение их участников и невысокая степень диджитализации экономики, которые не позволяли концентрировать производственные процессы на контенте и создании соответствующих ценностей, формировать взаимные связи между их участниками. Реализации инновационного потенциала культуры слабо помогала и организация производства — его отличал преимущественно закрытый характер и слабость сетевых структур.

Вместе с тем некоторые признаки указывали на наличие у культурных производств постсоветских стран ряда специфических условий, способствующих реализации заключенного в них инновационного потенциала. Среди них прежде всего выделялись высокие темпы роста внешнеторговых операций с товарной продукцией креативных индустрий, сохраняющих региональную направленность (см. табл. 1).

Таблица 1

Превышение среднегодовых темпов роста экспорта и импорта продукции креативных индустрий стран СНГ между собой и с третьими странами, 2003–2015 гг. (в процентных пунктах)

Тип производства	Креативные		Связанные (related)	
	экспорт	импорт	экспорт	импорт
Все товары	3,59	–1,17	0,66	1,53
Художественные промыслы	–1,18	–1,07	–	–
Аудиовизуальная продукция	–	–	–	–
Дизайн	1,15	–0,08	–	–
Новые медийные производства	–	–	9,48	18,19
Сценическое искусство	3,95	–12,37	–1,57	–7,19
Издательское дело	3,95	2,82	4,15	–14,55
Изобразительное искусство	12,42	11,53	8,40	–2,81

Источник: рассчитано авторами по [UNCTAD, 2017].

По данным приведенной таблицы креативные индустрии в СНГ направляли свой экспорт преимущественно на партнеров по региону, лишь немного отвлекаясь от этого в пользу импорта из третьих стран. Особенно выраженным этот процесс оказывался в сценическом искусстве, где скорость формирования разрыва между региональным и альтернативным международным направлениями составляла разы. В области же изобразительного искусства, наоборот, региональная направленность сохранялась как в части экспорта, так и импорта.

Можно предположить, однако, что в действительности указанные тенденции были гораздо менее выраженными, так как при их составлении мало учитывались теневые связи. А ведь на них приходилась существенная доля взаимоотношений между партнерами по постсоветскому пространству и их креативных индустрий в особенности. Большая подверженность последних теневым контактам отчасти объяснялась спецификой регионального развития с резким спадом государственной поддержки всего сектора культуры и обеспечения широкого доступа к нему населения в 90-х гг. XX в. Свою роль сыграло и установление тогда разного рода барьеров входа в виде многообразных разрешительных режимов (например, в отношении цифровой продукции) и иных бюрократических препон, а также укрепление в этой области мафиозных структур. К переходу на нелегальные связи подталкивал и высокий уровень доходов креативных индустрий. По данным международных организаций, в каналах дистрибуции этих индустрий в странах СНГ отдача оказывалась столь высокой, что ими пользовались даже легальные операторы [Monetizing..., 2010]. Это позволяло, хотя и с известной долей условности, считать, что фактические региональные обороты в креативных индустриях существенно превышали официальные данные и те не могли считаться достоверными, чтобы подтвердить снижение динамики региональных контактов.

Характерно в связи с этим, что наиболее подверженным теневым тенденциям считалось сценическое искусство (разного рода уличные представления, фестивали и другие мероприятия), которое как раз и показывало самые крупные расхождения между региональной и глобальной направленностью динамики своих внешнеторговых операций.

Общая тенденция к интенсификации международных контактов свидетельствовала о способности к росту важного сегмента сектора культуры, а его региональная направленность подтверждала эффективное восприятие партнерами по СНГ смыслового и символического содержания продукции этих индустрий. Это могло служить хорошим основанием для дальнейшего развития региональной коммуникации и ее использования в экономике СНГ в целях повышения инновационной активности. Крупные размеры постсоветского пространства облегчали возможности поиска и установления связей с партнерами по культурной коммуникации, помогали пре-

одолевать национальные ограничения на эффективное освоение этой составляющей развития культурных производств.

Это задавало особые уникальные условия, благоприятствующие освоению инновационного потенциала культуры в регионе. Перспективы их эффективного использования делали целесообразной координацию усилий по дальнейшему формированию предпосылок, обеспечивающих инновационные эффекты культуры. Этому благоприятствовали заделы, созданные в СНГ в данной сфере.

В регионе за культурой постоянно признавалась роль объединительной силы, которую целесообразно задействовать для развития сотрудничества на постсоветском пространстве. Это прямо формулировалось в принятых официальных документах [Основные мероприятия..., 2015; План приоритетных мероприятий..., 2016]. Вместе с тем участники Содружества допускали и возможности дополнения этой ее роли другими. К ним мог бы быть отнесен и ее инновационный функционал. Однако до настоящего времени подобные возможности не получили своего признания, по крайней мере на официальном уровне.

Так, в принятой региональной стратегии инновационного развития культуру рассматривали как характеристику участников инновационного процесса, которой в будущем следовало бы придать «инновационную» или «современную» форму [Межгосударственная программа..., 2011]. При этом вопрос об инновационном содержании последней не рассматривался.

Между тем оно, как показано выше, составляло важное преимущество культуры в регионе в качестве его перспективного экономического ресурса, способного стать источником инноваций. При этом в отличие от большинства остальных, прежде всего разного рода научно- и иных знаниеемких товаров и услуг, региональная доля которых в общем внешне-экономическом обороте постепенно сокращалась, операции культурных секторов росли.

Перспективы освоения возможностей культуры в качестве отдельного направления региональных усилий предполагали, однако, выработку специального комплексного подхода с учетом состояния прочих предпосылок реализации инновационных эффектов (диджитализации и т.п.), влияния политико-экономической специфики стран-партнеров, а также особенностей распространения творческих импульсов в разных культурных сегментах и специфики их операций в регионе.

Важность этого иллюстрирует нижеприведенная таблица, которая показывает, что, несмотря на рост экспорта и импорта продукции креативных индустрий, их динамика между разными странами-партнерами существенно варьировалась: между разными национальными участниками она изменялась в разной степени и в разных направлениях (см. табл. 2).

Такое многообразие на фоне слабости большей части других условий реализации культурными производствами своего инновационного потенциала требовало специального детального анализа возможностей его освоения и способов обеспечения этого. Перспективным инструментом при этом могла бы стать координация национальных усилий по формированию предпосылок эффективного освоения культуры в регионе и целенаправленная разработка для этого инструментов региональной культурной политики стимулирования инноваций. Большие масштабы организации и проведения таких работ требовали для их реализации специального крупного проекта стратегического характера. Несмотря на свои размеры, он, как представляется, позволил бы выявить конкретные пути освоения творческого потенциала разными участниками постсоветского пространства и повышения инновационной активности в регионе.

Список литературы

1. Государственная программа Беларуси «Культура Беларуси» на 2016–2020 годы // Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 04.03.2016 № 180.
2. Закон республики Армения об основах культурного законодательства. Принят 20.11.2002.
3. Межгосударственная программа инновационного сотрудничества государств — участников СНГ на период до 2020 года. — СПб., 2011.
4. Основные мероприятия сотрудничества государств — участников Содружества Независимых Государств в области культуры на 2016–2020 годы, Республика Казахстан, 2015.
5. План приоритетных мероприятий в сфере гуманитарного сотрудничества государств — участников СНГ на 2017–2018 годы от 28.10.2016.
6. План действий Правительства на 2016–2018 годы // Постановление Правительства от 20.07.2016 № 890. Республика Молдова.
7. Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы культуры до 2020 года // Постановление Правительства КР от 27.10.2015 № 736.
8. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года // Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.02.2016 № 326-р.
9. *Морева Е. Л.* Креативность как инновационный фактор // Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Вып. 12 / РАН. ИНИОН; отв. ред. В. И. Герасимов. — М., 2017. — Ч. 2. — 992 с. — С. 445–460.
10. Conference Board of Canada. Valuing Culture: Measuring and Understanding Canada's Creative Economy. — Ottawa, ON, 2008.
11. CREATIVE ECONOMY REPORT USA, United Nations Development Programme (UNDP), 2013. URL: http://tcde2.undp.org/GSSDAcademy/Upload/CER13_Report_web_optimized.pdf (access: 01.04.2018).
12. *Crociata A., Lilla M., Sacco P.* Recycling waste: Does culture matter? mimeo, IULM University. — Milan, 2011.
13. Department for Culture, Media & Sport. Creative industries mapping document. Department of Culture, Media and Sport. — UK: London, 1998.

14. *Evans G.* Creative cities, creative spaces and urban policy // *Urban Studies*. — 2009. — No. 46. — P. 1003–1040.
15. *Howkins J.* *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. — London, UK: Penguin, 2001.
16. *Jaffe E., Nebenzahl I.* *National image and competitive advantage*, second edition. — Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2006.
17. *Joffe A.* Cultural and creative industries. The Cultural Economy Presentation to UNESCO experts meeting Cape Town 21–26 October 2012 UNESCO EXPERT. URL: <http://slideplayer.com/slide/3463854/> (access: 01.03.2018).
18. KEA The Economy of Culture, KEA European Affairs for the European Commission. — Bruxelles, 2006.
19. KEA The impact of culture on creativity. — Bruxelles, KEA European Affairs, 2009.
20. KEA Creating, innovating, disrupting through A&B organizations. — Bruxelles, KEA European Affairs, 2014.
21. *Koonlaan B., Bygren L., Johansson S.* Visiting the cinema, concerts, museums or art exhibitions as determinant of survival: A Swedish fourteen-year cohort follow-up // *Scandinavian Journal of Public Health*. — 2000. — No. 28. — P. 174–178.
22. *Mason M.* *The pirate's dilemma: How youth culture is reinventing capitalism*. — N.Y.: The Free Press, 2008.
23. Monetizing digital media, Ernst & Young, 2010. URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Monetizing_digital_media/\\$File/Monetizing_digital_media.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Monetizing_digital_media/$File/Monetizing_digital_media.pdf) (access: 01.03.2018).
24. *Potts J.* Art and innovation: An evolutionary view of the creative industries // UNESCO Observatory. — 2007. — 1(1). — P. 1–18. URL: http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art_innovation.pdf (access: 01.03.2018).
25. *Sacco P.* Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014–2020 structural funds programming. European Expert Network on Culture (EENC), 2011.
26. *Solis E.* *The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web, revised edition*. — N.Y.: Wiley, 2011.
27. *Tapscott D., Williams A.* *Wikinomics. How mass collaboration changes everything*. — N.Y.: Portfolio, 2006.
28. *Throsby D.* *Economics and Culture*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
29. *Throsby D.* The concentric circles model of the cultural industries // *Cultural Trends*. — 2008. — No. 17. — P. 147–164.
30. *The Cultural Economy. The Cultures and Globalization. Series 2 / H. Anheier, Y. Isar (eds)*. — London: SAGE Publications, 2008.
31. UNCTAD. *Creative Industries and Development*, 2004. URL: http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf (access: 01.03.2018)
32. UNCTAD. URL: <http://unctadstat.unctad.org> (access: 01.07.2017).
33. World Intellectual Property Organization. *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries*, WIPO. — Geneva, 2003.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Gosudarstvennaya programma Belarusi «Kultura Belarusi» na 2016–2020 // Resolution of the State on Ministers of the Council of Ministers of the Republik of Belarus ot 04.03.2016 № 180.

2. Zakon respubliky Armenta ob osnovakh kulturnogo zakonodatelstva. Accepted 20.11.2002.
3. Mezhdgosudarstvennaya programma innovatsionnogo sotrudnichestva gosudarstv — uchastnikov SNG na period 2020. — SPb., 2011.
4. Osnovnii meropriyatiya sotrudnichestva gosudarstv — uchastnikov Sodruzhestva Nezavisimich Gosudarstv v oblasti kulturi na 2016—2020. Republik of Kazakhstan, 2015.
5. Plan deistvii Pravitelstva no 2016. Accepted with the Resolution of the Government ot 20.07.2016 № 890. Republic of Moldova.
6. Plan prioritetnich meropriatii v sphere gumanitarnogo sotrudnotchstva gosudarstv — uchastnikov SNG na 2017—2018, ot 18.10.2016.
7. Programma Pravitelstva Kyrgyzskoi Respubliki po razhviuiu speri kulturi do 2020 // Postanovlenie Pravitelstve KR ot 27.10.2015 № 736.
8. Strategia gosudarstvennoi kulturnoi politiki na period do 2030 // Rasporiazhenie Pravitelstva Rossiiskoi Federatsii ot 29.02.2016 № 326-p.
9. *Moreva E. L.* Creativnost kak innovatshonniy factor, Rossiya: tendentsii y perspektivy razhvitija. Ezhegodnik. Vol. 12 / RAS INION. Ed, V. I. Gerasimov. — M., 2017. — Part. 2. — 992 p. — P. 445—460.