

АНАЛИЗ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ КРЕАТИВНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ РОССИИ

Заикин Н.Н., кандидат экономических наук, доцент
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова

Аннотация. В статье представлен экономический анализ понятий культурные и креативные индустрии, предложена классификация продукции культурных и креативных индустрий согласно Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС), проведен анализ динамики и структуры экспорта культурных и креативных индустрий России за 2012-2021 гг. Исследование показало, что креативные и культурные индустрии обладают рядом специфических свойств, например, лучшей устойчивостью к спадам и кризисам в экономике и более быстрому восстановлению по сравнению с крупнейшими по объему видами российского экспорта.

Ключевые слова: культурные индустрии, креативные индустрии, российский экспорт

Введение. Культурные и креативные индустрии в современном мире становятся драйвером экономического и социокультурного развития. Данные отрасли способны не только генерировать идеи, продукты и рабочие места, но и преобразовывать ранее заброшенные объекты для запуска производств и видов деятельности. Креативные индустрии могут быть интересны еще и тем, что они обладают меньшей волатильностью, но большей добавленной стоимостью по сравнению с постоянно растущими группами российских экспортных товаров, преимущественно пищевой и аграрной индустрий.

В настоящее время креативные индустрии становятся важным драйвером экономического роста наряду с традиционными видами экономической деятельности. По этой причине международные научные, государственные и общественные организации все больше разворачивают дискуссию относительно креативной экономики, культурных и креативных индустрий.

Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) в 2018 г. выпустила обзор по креативной экономике, рассматривающий тренды в международной торговле продукцией креативных индустрий. Помимо этого, в данном обзоре присутствуют профили стран, составленные согласно проведенному исследованию [6].

Россия старается быть в авангарде развития креативной экономики. В 2021 г. Правительством России была утверждена «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». Кроме того, в 2021 г. в России

создана уникальная общественная организация – Федерация креативных индустрий, объединяющая представителей креативных видов деятельности и, например, специалистов в области защиты интеллектуальной собственности. Председателем правления стал известный российский экономист А.А. Аузан.

Креативные и культурные индустрии: понятие и структура. Вопрос соотношения понятий креативных и культурных индустрий является достаточно дискуссионным. Дискуссии проходят как в рамках философского, культурологического, так и экономического дискурса. Проанализируем подробнее подходы к определению креативных и культурных индустрий и попробуем демаркировать данные понятия с целью дальнейшего изучения динамики и структуры экспорта.

Дж. Оконнор в своем обзоре литературы о креативных и культурных индустриях замечает, что можно начать отсчет дискуссии относительно данного предмета с Т. Адорно и М. Хоркхаймера [9]. В данном контексте представляют интерес контуры культурных индустрий или культуриндустрий, которые обозначают Т. Адорно и М. Хоркхаймер: воспроизводственный характер индустрии; одинаковые потребности покупателей; стандартизованность продукции и массовое производство [8].

А. Гюйссен отмечает, что культурные индустрии полностью обрели свою цельность, когда они стали интегрированы в новую систему монополистического капитализма, который был основан на тотальном контроле над массами [7].

М.В. Казакова отмечает, что «культурная индустрия стала прямым продолжением новых индустрий массового воспроизводства и распростра-

нения, которые появились в начале XIX в.: кино, звукозапись, ежедневные тиражи, популярные печатные издания и позднее, радиовещание» [4, с.2880].

С.Э. Зуев и А.А. Васецкий предполагают, что определение культурных индустрий нужно ограничить до технологий, которые производят и массово распространяют тексты, несущие социальные значения (смыслы, коды поведения, стили жизни и т.д.) [1].

Креативные индустрии, как и культурные, определяются авторами по-разному.

Б. Мьеж рассматривает креативные индустрии как мегапроект, главной целью которого была реструктуризация и диверсификация индустриального сектора в ситуации глубокого спада в промышленности [2]. При этом Б. Мьеж замечает, что реализация данного мегапроекта имела различное географическое проявление: так в Бразилии основой креативных индустрий стал архитектурный дизайн, в Китае базой стало программное обеспечение, а в Индии художественные промыслы и т.п. [2].

С.Э. Зуев и А.А. Васецкий отмечают, что в европейских странах креативные индустрии представляют не только технологично производство культурных знаков, но и «штучные продукты»: авторская одежда, мебель, товары для обустройства

дома, ювелирные изделия, дизайн [1, С. 80].

В чем же тогда состоят отличия культурных и креативных индустрий?

Б. Мьеж задает критерии различия креативных и культурных индустрий: «креативные блага этим и отличаются от культурных и информационных – в креативном производстве сама творческая составляющая поддается управлению, что в сфере культуры отнюдь не так» [2].

На наш взгляд, культурные индустрии предлагают в большей степени массовый продукт, имеющий в основании единично разработанную идею, которая затем масштабируется промышленным способом. В креативных индустриях преобладает скорее ремесленный способ производства продукции, при этом возникновение идеи и ее обсуждение может происходить подобным культурным индустриям образом.

Стоит подчеркнуть, что креативные индустрии при этом обладают меньшей степенью универсальности и ценятся в основном знатоками в определенной области, культурные индустрии изначально направлены на создание незамкнутого на узком круге потребителей продукта.

В общем виде различия культурных и креативных индустрий представлены в табл. 1.

Таблица 1. Характеристики различий культурных и креативных индустрий

Параметр	Культурные индустрии	Креативные индустрии
Управляемость	Творческая составляющая не поддается управлению	Творческая составляющая поддается управлению
Способ производства	Массовый	Ремесленный
Универсальность продукта	Продукт однороден и универсален	Продукт штучен и индивидуален

Логическим завершением дискуссии о сходствах и различиях культурных индустрий с экономической точки зрения может стать классификация их продукции. Среди многообразия классификаций нам показались интересными три: классификация Б. Мьежа, Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ (ИСИЭЗ НИУ ВШУ), С.Э. Зуева и А.А. Васецкого. Данные классификации до некоторой

степени можно рассматривать как структуру культурных и креативных индустрий. В целом в отношении продукции к креативным или культурным индустриям прослеживается логика различий, обозначенных ранее: например, народные промыслы, действительно, штучный и индивидуальный товар, а книги – продукт массовый. Структура креативных и культурных индустрий представлена в табл. 2.

Таблица 2. Товарная структура культурных и креативных индустрий

Авторы	Продукция креативных индустрий	Продукция культурных индустрий
Б. Мьез	Индустрия моды	Книгоиздание
	Индустрия люксовых товаров	Информационная и новостная индустрия
	Ремесленные искусства	Кино и аудиовизуальный сектор
	Дизайн (в сфере мебели и интерьера)	Фонографическая индустрия
	Архитектура	Видеоигры
	Дизайн в рекламе	Инфо-медиация (социальные медиа, поиск)
ИСИЭЗ НИУ ВШУ	Арт-индустрия	
	Народные промыслы	
	Музыка, исполнительское искусство, культурно-досуговые учреждения	
	Кино и анимация	
	Фотография	
	Издательская деятельность	
	Телерадиовещание	
	ИТ и видеоигры	
	Реклама	
	Архитектура	
	Дизайн	
	Мода	
	Ювелирное дело	
	Библиотеки, архивы, музеи	
	Культурное наследие	
Образование в креативных индустриях		
С.Э. Зуев, А.А. Васецкий		Телевизионная и радиоиндустрия
		Индустрия производства фильмов
		Интернет индустрия
		Музыкальная индустрия
		Издательский бизнес
		Образовательные и игровые индустрии
		Индустрия рекламы
		Технологии формирования городской и региональной среды

Рассматривая данные в табл. 2, мы видим, что только Б. Мъез предлагает различить продукцию культурных и креативных индустрий. ИСИЭЗ НИУ ВШУ выделяет только продукцию креативных индустрий, а С.Э. Зуев и А.А. Васецкий только продукцию культурных индустрий.

ИСИЭЗ НИУ ВШЭ относит к продуктам креативных индустрий и телерадиовещание, и игры, и книгоиздание, которые в других классификациях существуют как продукты культурных индустрий, но в то же время к креативным продуктам относит, как и у других авторов, ювелирное дело, дизайн и ремесленные искусства [5].

Это говорит о том, что грань между культурными и креативными индустриями пока достаточно условна, а универсальной классификации продукции не существует. Однако нельзя не отметить, что исследователи все-таки продвинулись в вопросе различения культурных и креативных индустрий, хотя бы в том, что отделили массовый культурный продукт от кастомного креативного.

Данные и методы исследования. Для проведения анализа экспорта креативных и культурных индустрий были собраны данные российской таможенной статистики за период с 2012 по 2021 гг. В качестве основы для выделения продукции культурных и креативных индустрий мы использовали доклад «Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы» Центра междисциплинарного исследования человеческого потенциала НИУ ВШЭ [5].

Официальная таможенная статистика позволяет анализировать только укрупненные группы экспортируемых товаров, по этой причине были отобраны те группы товаров, в которых большая часть составляет продукцию креативных и культурных индустрий, а именно:

- фото- и кинотовары;
- изделия из кожи; шорно-седельные изделия и упряжь; дорожные принадлежности, сумки и аналогичные им товары; изделия из внутренних органов животных (кроме шелкоотделительных желез шелкопряда);
- изделия из соломы, альфы или прочих материалов для плетения; корзиночные изделия и плетеные изделия;
- печатные книги, газеты, репродукции и дру-

гие изделия полиграфической промышленности; рукописи, машинописные тексты и планы;

- прочие растительные текстильные волокна; бумажная пряжа и ткани из бумажной пряжи;
- ковры и прочие текстильные напольные покрытия;
- специальные ткани; тафтинговые текстильные материалы; кружева; гобелены; отделочные материалы; вышивки;
- трикотажные полотна машинного или ручного вязания;
- предметы одежды и принадлежности к одежде, трикотажные машинного или ручного вязания;
- предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажных машинного или ручного вязания;
- прочие готовые текстильные изделия; наборы; одежда и текстильные изделия, бывшие в употреблении; тряпье;
- головные уборы и их части;
- керамические изделия;
- стекло и изделия из него;
- инструменты музыкальные; их части и принадлежности;
- игрушки, игры и спортивный инвентарь; их части и принадлежности;
- разные готовые изделия;
- произведения искусства, предметы коллекционирования и антиквариат.

К креативным индустриям также относятся некоторые позиции из других укрупненных групп: бумага и картон; изделия из бумажной массы, бумаги или картона, электрические машины и оборудование, их части; звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, их части и принадлежности. Однако доля их в укрупненной группе настолько мала, что включать их в общую массу продукции в условиях невозможности выделения конкретных товаров будет методологически неверно.

Мы предприняли попытку разделить агрегаты статистики на две категории: продукция креативных индустрий и продукция культурных индустрий согласно Товарной номенклатуре ЕАЭС. Результаты представлены в табл. 3.

Таблица 3. Структура продукции культурных и креативных индустрий согласно ТН ВЭД ЕАЭС

Продукция культурных индустрий		Продукция креативных индустрий	
Код ТН ВЭД	Наименование	Код ТН ВЭД	Наименование
37	Фото- и кинотовары	46	Изделия из соломы, альфы или прочих материалов для плетения; корзиночные изделия и плетеные изделия
42	Изделия из кожи; шорно-седельные изделия и упряжь; дорожные принадлежности, сумки и аналогичные им товары; изделия из внутренних органов животных (кроме шелкоотделительных желез шелкопряда)	53	Прочие растительные текстильные волокна; бумажная пряжа и ткани из бумажной пряжи
49	Печатные книги, газеты, репродукции и другие изделия полиграфической промышленности; рукописи, машинописные тексты и планы	58	Специальные ткани; тафтинговые текстильные материалы; кружева; гобелены; отделочные материалы; вышивки
57	Ковры и прочие текстильные напольные покрытия	96	Разные готовые изделия
60	Трикотажные полотна машинного или ручного вязания	97	Произведения искусства, предметы коллекционирования и антиквариат
61	Предметы одежды и принадлежности к одежде, трикотажные машинного или ручного вязания		
62	Предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажных машинного или ручного вязания		
63	Прочие готовые текстильные изделия; наборы; одежда и текстильные изделия, бывшие в употреблении; тряпье		
65	Головные уборы и их части		
69	Керамические изделия		
70	Стекло и изделия из него		
92	Инструменты музыкальные; их части и принадлежности		
95	Игрушки, игры и спортивный инвентарь; их части и принадлежности		

Последовательность кодов в табл. 3 основана на их простом перечислении от наименьшего значения к наибольшему, и не предполагает иной логики сопряжения. Деление товаров на культурные и креативные получено путем анализа соответствия продукции описанным во втором разделе статьи критериям каждой индустрии. Данная классификация носит приблизительный характер, из-за отсутствия статистики меньшей разрядности. Однако если большинство продукции в данном агрегате соответствовало критериям креативных индустрий или предназначалось как сырье для производства продукции креативных индустрий, мы относили ее к креативным индустриям и наоборот. В данном случае такая классификация может представлять интерес, поскольку даже примерный анализ структуры экспорта продукции позволяет оценить уровень и перспективы развития данной категории несырьевого неэнергетического экспорта.

В качестве основных методов исследования использованы анализ рядов динамики и структурный анализ полученных данных.

Количественные оценки экспорта креа-

тивных и культурных индустрий. Поскольку статистика не позволяет получить данные по конкретным товарам, наша оценка будет носить скорее агрегированный и в некотором смысле условный характер. Однако даже такая оценка может ответить на вопрос: как изменяется экспорт индустрий, близких к креативным и культурным. Динамика абсолютных значений объема экспорта креативных и культурных индустрий представлена на рис. 1.

Жирной линией обозначен объем экспорта продукции креативных и культурных индустрий в денежном выражении. Пунктирная линия показывает тренд изменения объема экспорта, то есть направления изменения экспорта в изучаемом периоде. В целом прослеживается положительная динамика роста экспорта продукции креативных и культурных индустрий: построенный тренд показывает явную тенденцию на увеличение объема в абсолютных показателях. Спады экспорта наблюдаются только в кризисные периоды: это стагнация мировой экономики, пик которой пришелся на 2015 г., а восстановление произошло только в 2017 г., и коронокризис 2020 г. [3].

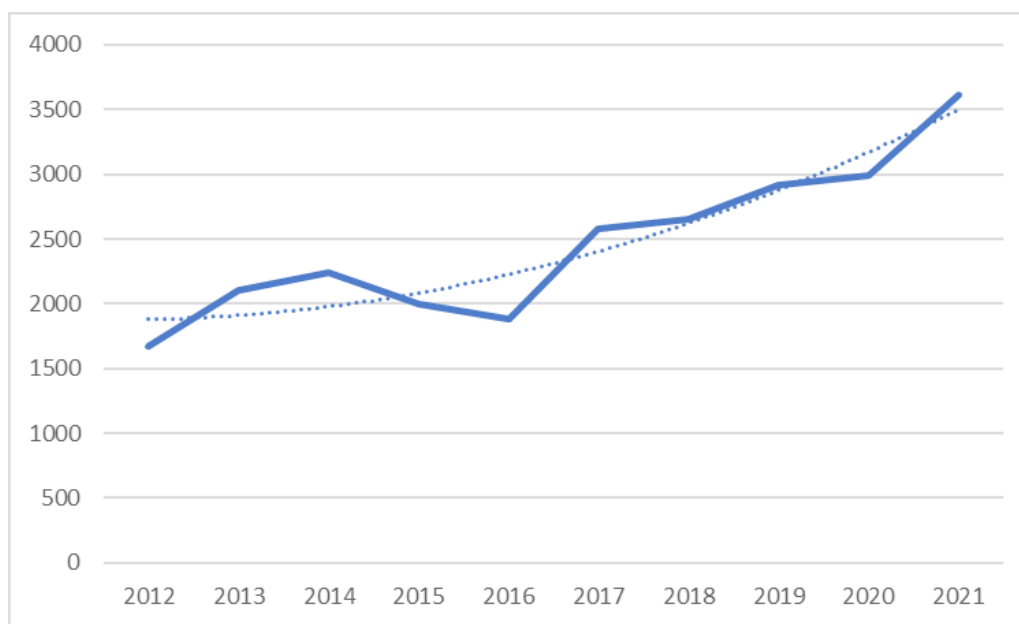


Рис. 1. Динамика экспорта продукции культурных и креативных индустрий, млн \$

Рассмотрим рост более подробно при помощи расчета показателей динамики (табл. 4).

Таблица 4. Коэффициенты роста объемов экспорта креативных и культурных индустрий

	2021/2012	2021/2020
Продукция культурных индустрий	2,1	1,2
Продукция креативных индустрий	2,57	1,26
Продукция культурных и креативных индустрий	2,16	1,21

За период 2012-2021 гг. объем экспорта креативных индустрий вырос в 2,57 раза, что больше, чем рост объема экспорта культурных индустрий – 2,1 раза. При этом в целом культурные и креативные индустрии выросли в 2,16 раза. Для анализа представляет интерес соотношение объемов экспорта в коронкризисный 2020 г. и следующий за кризисом 2021 г. Рост для одного года значителен: для креативных индустрий в 1,26 раза, для

культурных индустрий в 1,2 раза, для отраслей в целом в 1,21 раза. Рост экспорта отражает эффект постепенного возвращения к привычной потребительской стратегии. Домохозяйства как бы «добирали» недополученные ранее товары и сервисы.

Структурный анализ изменения положения в экспорте креативных и культурных индустрий представлен на рис. 2.

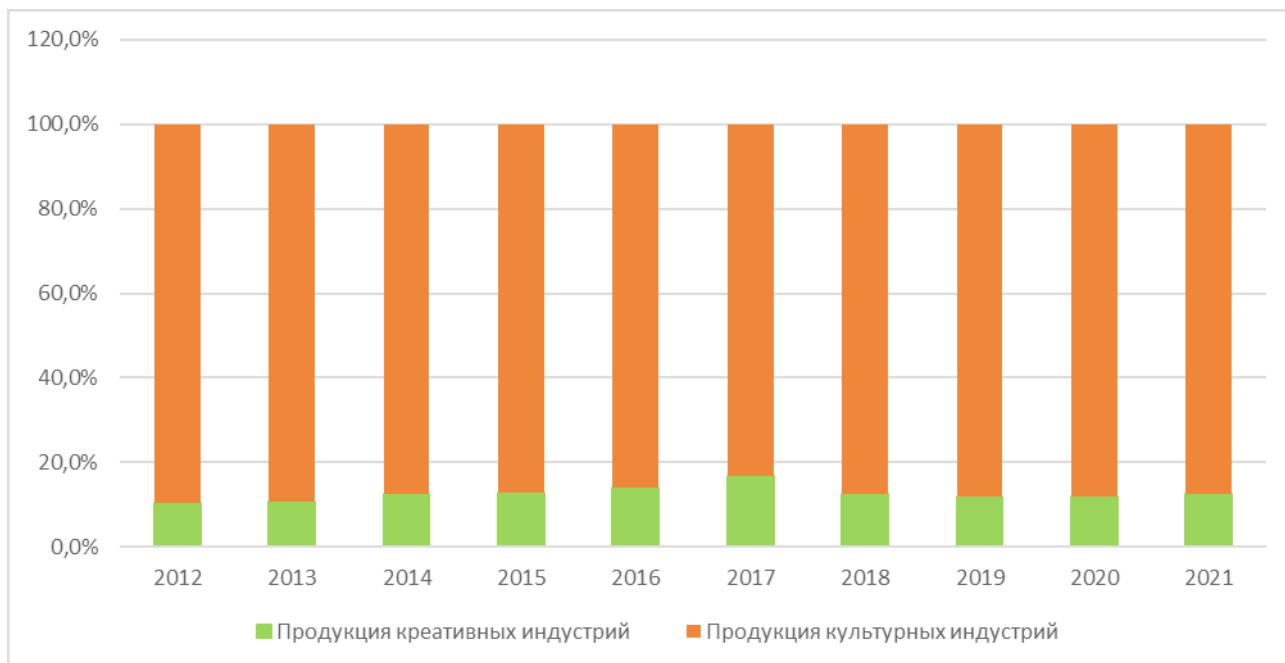


Рис. 2. Структурная динамика экспорта продукции культурных и креативных индустрий

Структура экспорта культурных и креативных индустрий в целом не меняется. Россия экспортирует больше товаров, условно относящихся к культурным индустриям: это товары, в основе которых лежит оригинальная идея, но они достаточно хорошо масштабируются. К таким товарам относятся: керамические изделия, изделия из стекла, фототовары и т.п.

За 2021 г. в структуре экспорта культурных и креативных индустрий преобладает продукция культурных индустрий: изделия из стекла составляют 25,8% всего объема, печатная продукция – 16,1%, предметы одежды совокупно 22,3%. Товары креативных индустрий имеют меньшую долю: произведения искусства, предметы коллекционирования антикварные изделия составляют всего 0,2% товаров.

Выводы. Подводя итог, можно сделать вывод о возрастающей роли креативных и культурных индустрий в профиле российского экспорта. На данном этапе развития креативной экономики в России большая доля приходится на продажи продукции так называемых культурных индустрий,

т.е. товаров, в основе которых лежит идея, которая потом масштабируется. По нашей классификации доля такой продукции в экспорте с 2012 по 2021 гг. варьировалась от 83,3% до 89,5% от общего объема продаж продукции креативной экономики.

Доля продукции креативных индустрий выросла не так значительно, однако рост, все-таки, наблюдается. Представляет интерес период с 2016 по 2017 гг., когда объем экспорта креативных индустрий резко вырос. В мировой экономике в данный период наблюдалась стагнация, при этом продажи креативной продукции выросли.

Сама по себе классификация, приведенная в данном исследовании, носит скорее условный характер, однако, как было отмечено ранее, представляет некоторый интерес. Основной причиной создания классификации выступает понимание того, что меры государственной помощи для производителей культурных и креативных индустрий должны различаться. Этому хотелось бы посвятить одну из публикаций, продолжающих данное исследование.

Отметим также один факт, требующий даль-

нейшего изучения: по всей видимости креативные и культурные индустрии обладают большей устойчивостью к спадам в экономике, чем традиционные для российского экспорта отрасли то-

пливно-энергетического и аграрного комплекса. Если этот факт подтвердится в долгосрочном горизонте, это будет дополнительным аргументом в пользу инвестиций в креативную экономику.

Библиографический список

1. Зуев С.Э., Васецкий А.А. Культурные индустрии в условиях глобализации // Управленческое консультирование. 2010. № 1. С. 76-89.
2. Мьеж, Б., & Кирия, И. В. Креативные индустрии: в поисках стабильности концепта // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2019. №3(4). С. 22-37.
3. Перспективы мировой экономики, январь 2020 года: медленный рост, политические вызовы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/feature/2020/01/08/january-2020-global-economic-prospects-slow-growth-policy-challenges> (дата обращения: 01.06.2022).
4. Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Том 14. № 11. С. 2875–2898. doi: 10.18334/ce.14.11.111156
5. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538563/Human%20Capital_NCMU_Digest%201_Creative%20Industries_2021.pdf (дата обращения: 01.06.2022).
6. CREATIVE ECONOMY OUTLOOK [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (дата обращения: 01.06.2022).
7. Huyssen, A. After The Great Divide: Modernism, Mass Culture and Postmodernism. London: Macmillan. 1986.
8. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno Dialektik der Aufklaerung Philosophische Fragmente, 1969. / Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер: Диалектика просвещения. Философские фрагменты. Перевод на русский язык: М. Кузнецова. — СПб., 1997.
9. O'Connor J. The cultural and creative industries: a literature review. [Электронный ресурс]. URL: https://eprints.qut.edu.au/43835/1/Literature_review_second_edition.pdf (дата обращения: 01.06.2022).

ANALYSIS OF EXPORTS OF CREATIVE AND CULTURAL INDUSTRIES IN RUSSIA

Zaikin N.N., Candidate of Economics Sciences, Associate Professor
Siberian Institute of Management – branch of RANEPА
Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts

Abstract. *The article presents a theoretical analysis of definitions “cultural industry” and “creative industry” from an economics point of view. Author have provided classification of the products of cultural and creative industries according to the Commodity Nomenclature of Foreign Economic Activity of the Eurasian Economic Union. Research conducted an analysis of the dynamics and structure of exports of cultural and creative industries in Russia for 2012-2021. The research has shown that creative and cultural industries have a number of specific properties, for example, better resistance to recessions and crises in the economy and faster recovery compared to the largest types of Russian exports by volume.*

Keywords: *cultural industries, creative industries, Russian export*