

Развитие креативной экономики: опыт США

*Александра Владимировна СИНИЛОВА,
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6А),
соискатель кафедры международной торговли
и внешней торговли РФ, e-mail: aleksandra@sinilova.ru*

УДК:338; ББК:65; Jel:O1
DOI: 10.24412/2072-8042-2025-4-104-112

Аннотация

Креативная экономика, основываясь на использовании творчества, инноваций и таланта для создания товаров и услуг, оказывает значительное влияние на экономический рост и культурное развитие стран. В статье рассматривается опыт развития креативной экономики в США с упором на ее функциональные структуры и социально-экономическое влияние, а также роль государственного регулирования в развитии этого активно развивающегося сектора. Также рассматриваются примеры успешных инициатив и программ, направленных на поддержку творческих индустрий, а также участие граждан и предпринимателей в этом процессе.

Ключевые слова: креативная экономика, творческие индустрии, экономика США, устойчивость, искусство.

Developing Creative Economy: US Experience

*Alexandra Vladimirovna SINILOVA,
Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow, 6A Vorobiyovskoye Highway),
Department of International Trade and Foreign Trade of the Russian Federation -
Postgraduate student, e-mail: aleksandra@sinilova.ru*

Abstract

The creative economy, based on the use of creativity, innovation and talent to create goods and services, has a significant impact on the economic growth and cultural development of countries. The article examines the experience of developing the creative economy in the United States focusing on its institutional frameworks and socio-economic impacts, as well as the role of government regulation of this fast growing sector. Examples of successful initiatives and programs aimed at supporting creative industries, as well as the participation of citizens and entrepreneurs in this process, are also highlighted.

Keywords: creative economy, creative industries, US economy, sustainability, arts.



Креативная экономика (также известная как оранжевая экономика) – это развивающаяся концепция, основанная на вкладе и потенциале креативных индустрий в экономический рост и развитие. Креативные индустрии – это широкий спектр творческих экономических активностей: музыка, исполнительское искусство, изобразительное искусство, ремесла, телевидение, визуальные эффекты, видео, радио и фотография. Креативная экономика не только вносит значительный вклад в ВВП, но и стимулирует инновации, способствуя росту и конкуренции в традиционных отраслях, создает социальную ценность, содействует развитию знаний и талантов. Важным элементом креативной экономики является ее устойчивость, основанная на возможностях, которые предоставляет интеллектуальный капитал.

Креативная экономика – это быстрорастущий сектор мировой экономики, основанный на интеллектуальной деятельности и инновациях. Введенный в 2000 году Джоном Хоукинсом, этот термин подчеркивает первостепенную роль изобретательности и воображения. Признаки креативной экономики включают «непрерывное инновационное развитие, значительную роль человеческого капитала, высокую долю наукоемкой продукции в ВВП и защиту интеллектуальной собственности»¹. Креативность становится необходимым условием для «культурного, экономического и социального развития»² в современном мире.

По оценкам ООН³, креативные индустрии составляют 3,1% мирового ВВП, приносят годовой доход более 2 триллионов долларов и обеспечивают почти 50 миллионов рабочих мест по всему миру. В период с 2019 по 2020 год из-за пандемии произошло сокращение валовой добавленной стоимости креативной экономики на 750 миллиардов долларов. Это соответствует примерно 10 миллионам рабочих мест, потерянных по сектору по всему миру.

Таблица 1

**Процентное соотношение региональных рынков по экспорту
всех креативных товаров в 2022 г., %**

Мир	100%	713 (млрд долл. США)
Азия	61,43%	438
Европа	29,59%	211
Северная Америка	7,15%	51

Источник: ЮНКТАД Creative Economy Outlook 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>

Азия является лидером по экспорту креативных товаров, и этот тренд, вероятно, будет продолжаться. Европа занимает второе место, а Северная Америка имеет значительно меньшую долю по сравнению с Азией и Европой⁴.



Китай доминирует на рынке с 250 млрд долл. экспорта креативных товаров, что составляет около 50% от общего объема экспортируемых товаров в креативных отраслях. Остальные страны значительно отстают от Китая. Показатель экспорта креативных товаров США, занимающих второе место, в 2022 году был равен 46 млрд долларов. Следующими идут Италия и Франция с показателями 39 и 30 млрд долл. соответственно.

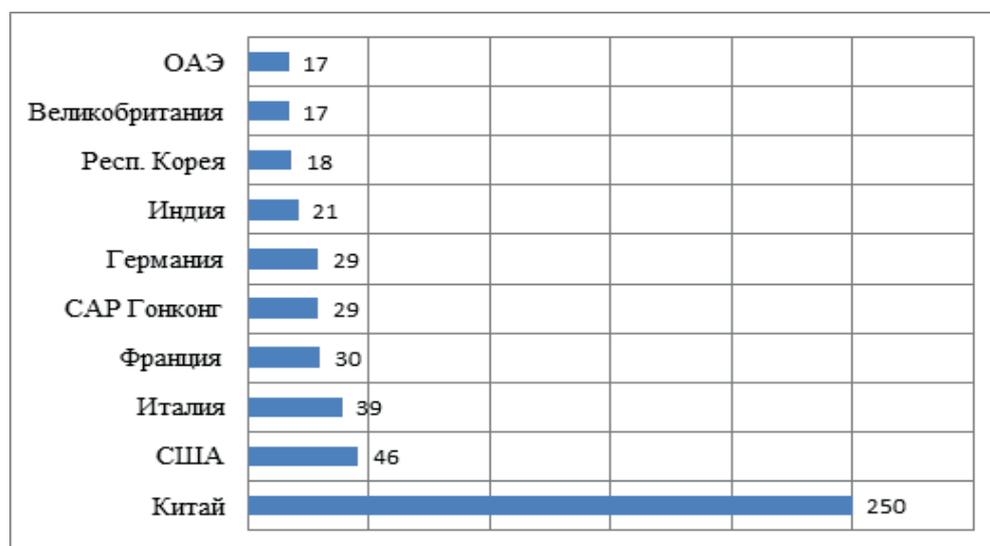


Рис. 1 – Экспорт товаров креативных отраслей 10 ведущих мировых экспортеров в 2022 г., млрд долл. США

Fig. 1 – Exports of goods from the creative industries of the world's top 10 exporters in 2022, billion US dollars

Источник: URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>

Соединенные Штаты являются крупнейшим мировым экспортером креативных услуг и вторым по величине мировым экспортером креативных товаров после Китая. Креативные индустрии внесли около 1,10 трлн долл. в ВВП США (4,3% от ВВП) в 2022 году⁵. Занятость в сфере искусства принесла около 541 млрд долл. для более чем 5,2 млн чел. в том же году. Около 1,8% мирового экспорта креативной продукции приходится на Латинскую Америку и страны Карибского бассейна. Менее трети этого экспорта направляется в другие страны региона, 65% – в развитые экономики и менее 3% – на другие развивающиеся рынки.

В США участие правительства в искусстве началось как часть Нового курса с проектом общественных работ по искусству в 1934 году. В 1963 году президент Кеннеди учредил Консультативный совет по искусству. В 1965 году был создан Национальный фонд искусств (NEA). Тенденция получила дальнейшее развитие: в

1965 году только в 18 штатах были советы или агентства по искусству; к 1975 году они были во всех штатах. Сегодня NEA сотрудничает с местными, национальными, государственными и частными агентствами и организациями по всей стране. В 2019 году NEA распределил 155 миллионов долларов в виде грантов организациям и отдельным лицам, а также государственным и региональным агентствам по искусству.

В Соединенных Штатах идея креативной экономики и ее важность привлекли внимание после публикации в 2002 году книги теоретика урбанистики Ричарда Флорида «Подъем креативного класса». Флорида обосновал важность креативных профессионалов из искусств и смежных областей для городской экономики. Он утверждал, что будущее мегаполисов по всей территории США будет в значительной степени связано со степенью, в которой регионы смогут привлекать и удерживать этих «креативных профессионалов», которые будут генерировать существенный экономический рост, а также улучшать качество жизни всех жителей. Его тезис породил волну и начал фокусировать внимание политического сообщества, городских и экономических разработчиков и даже самих художественных сообществ на экономической ценности, которую создают искусство и культурные индустрии.

Искусство обеспечивает экономическую диверсификацию, и этот сектор быстро восстанавливается после экономических спадов, не будучи привязанным к другим секторам. В частности, доля экономики, относящаяся к креативным индустриям, оказалась на удивление стабильной, в диапазоне от 4,2% до 4,7% ВВП США с 2001 по 2017 год – временной промежуток, который включает в себя две национальные рецессии. После рецессии 2008-2009 годов креативный сектор быстро восстановился после экономических потрясений. На следующий после рецессии год валовой государственный продукт на душу населения вырос на 3%, в то время как креативная экономика выросла на 3,4%. Более того, сектор искусства демонстрировал гораздо более высокие темпы роста, чем общая экономика в течение трех лет после экономических спадов.

Местные и государственные законы о предпринимательской деятельности, т.е. законы о лицензировании и др., влияют на способность художников создавать, демонстрировать и продавать свои работы. Например, штат Вашингтон требует наличия лицензии на предпринимательскую деятельность для художников, которые зарабатывают на продаже своих произведений. Часто эти лицензии требуются для того, чтобы художники имели право на получение грантов для поддержки своей работы.

Федеральное правительство также устанавливает законы, касающиеся импорта и экспорта произведений искусства. По данным Международной ассоциации юристов, национальная политика США «в целом благоприятствует свободному экспорту культурных материалов, и, таким образом, ее правовая система специально не регулирует экспорт культурных материалов, за некоторыми исключениями»⁶.



Сотрудничество между городами, бизнес-ассоциациями и местными художниками в США находят конкретные проявления в виде создания специальных рабочих групп. Так, в рабочую группу мэра Кембриджа по искусству, Массачусетс, входят сотрудники города, местные общественные деятели и члены сообщества художников. Совет по искусству и культуре Мичигана идет еще дальше, координируя свою деятельность с Корпорацией экономического развития Мичигана, гарантируя, что граждане смогут пользоваться гражданскими, экономическими и образовательными преимуществами искусства и культуры.

В период с 2002 по 2012 год в США число предприятий, которые идентифицировали себя как независимых художников, писателей и исполнителей (или нанимали их), выросло почти на 40%. Например, в период с 2001 по 2014 год число самозанятых музыкантов выросло на 45%, а самозанятых писателей – на 20%. Вероятность того, что художники в США будут самозанятыми, в 3,6 раза выше, чем у остальной части рабочей силы США.

Креативный сектор является важным путем выхода из бедности для многих коренных американцев. Для самозанятых создателей креативных продуктов и людей, работающих на дому, большими препятствиями являются географическая изоляция и отсутствие опыта ведения бизнеса. Такие организации, как We Are the Seeds, устраняют этот пробел, предоставляя образовательные, просветительские и рекламные услуги. Совет по искусству и ремеслам индейцев Министерства внутренних дел также содействует экономическому развитию коренных американцев посредством креативной экономики.

В Соединенных Штатах есть 26 объектов всемирного наследия, при этом всего в мировом списке объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО значится 1223 объекта, то есть доля США равна 2,1%.

Эти объекты наследия внесли свой вклад в уровень туристической привлекательности США и помогли сделать Америку третьей по популярности страной для международного туризма, после Франции и Испании. Туризм в Соединенных Штатах достиг рекордного уровня в 2023 году с показателем 79,3 миллиона туристов, что добавило 656 000 рабочих мест в туристическом секторе по сравнению с прошлым годом, достигнув показателя в 18 миллионов рабочих мест в секторе в общей сложности.

Помимо создания произведений искусства, авторы зачастую сами занимаются их распространением, чтобы охватить более широкую аудиторию и получить прибыль. Этого добиваются как с помощью технологических достижений и доступа к специальным инструментам и оборудованию, так и с помощью маркетинга на таких платформах, как Spotify, Netflix и Etsy. Авторы также могут обратиться за помощью в такие организации, как Artadia – некоммерческая организация, которая выявляет и поддерживает новаторских художников. Она предлагает неограниченные финансовые вознаграждения и связи. Кристофер Врум, основатель Artadia,

также стал соучредителем Artspace, онлайн-площадки, которая связывает художников с коллекционерами и учреждениями.

Облачные технологии также получили широкое распространение и поддерживают более высокую скорость сети Интернет, «ввиду чего происходит резкое сокращение как передачи информации между пользователями и удаленными дата-центрами, так и затрат на ее хранение. Облачные технологии трансформируют бизнес модели, так как это снижает потребность в собственной ИТ-экспертизе, обеспечивает гибкость при изменении рыночной политики и согласованность технологических изменений. Некоторые облачные сервисы бесплатно предоставляют офисные прикладные инструменты, которые полезны для микро-, малых и средних предприятий экономики. Во многих развивающихся странах высокие затраты на дополнительную международную полосу пропускания для доступа зарубежных серверы и центры обработки данных все еще ограничивает использование облачных сервисов. Большая часть облачного трафика генерируется в Северной Америке, далее следуют Азиатско-Тихоокеанский регион и Западная Европа, которые вместе они составляют около 90% всех облачных сервисов»⁷.

Результатом сотрудничества участников оранжевой экономики стали многие проекты, призванные продвигать и поддерживать производителей креативных товаров и услуг, например, Art on the Mart – это постоянное государственно-частное партнерство, где искусство демонстрируется на фасаде крупнейшего частного коммерческого здания в США. Ежегодный фестиваль Create! собирает более сотни художников, исполнителей, спикеров и экспонентов, при этом организаторы сотрудничают с Университетом Карнеги – Меллона, Музеем Энди Уорхола, Питтсбургской оперой и Музеем искусств Карнеги. Другой пример, ArtPrize – международный конкурс, на котором искусство выставляется в общественных местах, а художники получают гранты и призы, которые определяются путем общественного голосования. Также большую известность приобрела выставка SXSW Expo, которая представляет собой место встречи представителей отраслей, занимающихся передовыми технологиями, дизайном, социальными благами, развлечениями, здравоохранением и многим другим. Более полумиллиона посетителей приезжают в Остин (Техас), каждую весну, чтобы посетить мероприятие. Спонсорские программы, выставки, реклама предлагают идеальное маркетинговое решение, для производителей творческих индустрий. В 2024 году на выставке собрались более 1200 артистов из 55 стран.

Пандемия оказала значительное влияние на распространение креативных продуктов, поскольку с одной стороны, традиционные пути распространения креативных товаров были ограничены: живые мероприятия отменены, художественные площадки перешли на выступления на открытом воздухе, ограничили посещаемость и были вынуждены ввести правила социального дистанцирования. Тем не



менее, с другой стороны, пандемия подтолкнула эволюцию в мире искусства в сторону виртуального доступа, что смягчило экономические последствия для сектора и ускорило его восстановление в дальнейшем.

Коллекционеры и учреждения, как государственные (Музей современного искусства и Метрополитен-музей, Смитсоновские институты и т.д), так и частные, выступают в качестве крупных участников креативной экономики США. Однако государственные учреждения часто имеют ограничения, например, государственные учреждения не могут использовать деньги от продажи произведений искусства на другие цели, кроме как для покупки новых произведений для своих коллекций. Частные музеи, в свою очередь, имеют больше свободы.

В США филантропические пожертвования в 2022 году составили около 499 миллиардов долларов⁸. Художественная филантропия в США ежегодно приносит около 20 миллиардов долларов. Насчитывается около 170 000 некоммерческих организаций, связанных с искусством, которые ежегодно генерируют около 2 миллиардов долларов. Частные лица, корпорации и благотворительные фонды составляют около 45% бюджета некоммерческих художественных учреждений. Около 12% их доходов поступает из частных грантов, и только 5% поступает из государственных грантов.

Кроме того, около 85% пожертвований поступает не от крупных фондов, а от обычных граждан. Значительное большинство (60%) также считает, что частные благотворительные организации более рентабельны, чем правительство. Кроме того, поскольку они не подчиняются ни избирателям, ни акционерам, филантропические подходы, как правило, более инновационны, эффективны, гибки в своих решениях социальных проблем.

Страны мира вносят вклад в искусство и культуру в своих городах, как на частном, так и на государственном уровне. Что отличает США, так это уровни частного финансирования по сравнению с уровнями государственного финансирования. Пока люди, частные учреждения и правительства принимают меры для расширения прав и возможностей творческой и культурной работы, она будет продолжать оставаться важнейшим фактором экономического роста и развития.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Родыгина, Н. Ю. Ключевые технологии современной цифровой экономики / Н. Ю. Родыгина, С. В. Молева, М. В. Логина, В. И. Мусихин // *Международная экономика*. – 2020. – № 3. – С. 27

² Родыгина, Н. Ю. Креативная экономика: зарубежный опыт развития / Н. Ю. Родыгина, М. В. Логина, В. И. Мусихин, В. В. Шабунин // *Международная экономика*. – 2020. – № 7. – С. 14

³ Cultural and creative industries in the face of COVID-19: an economic impact outlook. UNESCO. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863> Дата обращения 14.12.2024

⁴ Родыгина, Н. Ю. Креативная экономика: зарубежный опыт развития / Н. Ю. Родыгина, М. В. Логина, В. И. Мусихин, В. В. Шабунин // *Международная экономика*. – 2020. – № 7. – С. 19.

⁵ Facts & Figures on America's Creative Economy. NASAA. URL: https://nasaa-arts.org/nasaa_research/facts-figures-on-americas-creative-economy/ Дата обращения 14.12.2024

⁶ Art law: Restrictions on the export of cultural property and artwork. International Bar Association. URL: https://www.ibanet.org/LPD/IP_Comm_Tech_Section/Art_Cultl_Inst_Heritage_Law/art-law-2020 Дата обращения 14.12.2024

⁷ Родыгина, Н. Ю. Ключевые технологии современной цифровой экономики / Н. Ю. Родыгина, С. В. Молева, М. В. Логина, В. И. Мусихин // *Международная экономика*. – 2020. – № 3. – С. 34.

⁸ Giving USA: Total U.S. charitable giving declined in 2022 to \$499.33 billion following two years of record generosity. Indiana University. URL: https://philanthropy.indianapolis.iu.edu/news-events/news/_news/2023/giving-usa-total-us-charitable-giving-declined-in-2022-to-49933-billion-following-two-years-of-record-generosity.html Дата обращения 14.12.2024



ИСТОЧНИКИ:

Родыгина, Н. Ю. Ключевые технологии современной цифровой экономики / Н. Ю. Родыгина, С. В. Молева, М. В. Логина, В. И. Мусихин // Международная экономика. – 2020. – № 3. – С. 25-36 @@ Rody`gina, N. Yu. Klyuchevy`e tehnologii sovremennoj cifrovoj e`konomiki / N. Yu. Rody`gina, S. V. Moleva, M. V. Logina, V. I. Musixin // Mezhdunarodnaya e`konomika. – 2020. – № 3. – S. 25-36.

Родыгина, Н. Ю. Креативная экономика: зарубежный опыт развития / Н. Ю. Родыгина, М. В. Логина, В. И. Мусихин, В. В. Шабунин // Международная экономика. – 2020. – № 7. – С. 10-21 @@ Rody`gina, N. Yu. Kreativnaya e`konomika: zarubezhny`j opy`t razvitiya / N. Yu. Rody`gina, M. V. Logina, V. I. Musixin, V. V. Shabunin // Mezhdunarodnaya e`konomika. – 2020. – № 7. – S. 10-21.

Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> Дата обращения 14.12.2024

Facts & Figures on America's Creative Economy. NASAA. URL: https://nasaa-arts.org/nasaa_research/facts-figures-on-americas-creative-economy/ Дата обращения 14.12.2024

The creative economy. The Policy Circle. URL: <https://www.thepolicycircle.org/minibrief/the-creative-economy/#:~:text=In%20the%20U.S.%2C%20arts%20and,state's%20creative%20economy%20profile%20here.> Дата обращения 14.12.2024

