

КУЛЬТУРА КАК СИСТЕМНЫЙ ФАКТОР ЭКОНОМИКИ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

CULTURE AS A SYSTEM FACTOR OF ECONOMY AND TERRITORIAL DEVELOPMENT

*E. Zelentsova
E. Melvil*

Annotation

The article examines the approaches to the use of various instruments of influence on economic relations in the field of culture and determines their proposed methods of evaluating the economic effectiveness of cultural activities. The authors state that in order to create a new economy of culture it is necessary to form a new system of statistical reporting, as well as to regard culture as a system factor of economic and urban development.

Keywords: Economic effectiveness, cultural activities, cultural policy, creative economy.

Зеленцова Елена Валентиновна

Кандидат культурологи,

Директор центра региональных исследований

факультета государственного управления,

Российская академия народного хозяйства

и государственной службы

при Президенте РФ, г. Москва

Мельвиль Елена Хасымовна

Преподаватель, Московская высшая

школа социальных и экономических наук,

г. Москва

Аннотация

В статье рассматриваются подходы к применению различных инструментов воздействия на экономические отношения в области культуры, а также определяются предлагаемые ими способы оценки экономической эффективности культурной деятельности. Авторы утверждают, что для создания новой экономики культуры необходимо формировать новую систему статистического учета, а также рассматривать культуру в качестве системного фактора экономики и городского развития.

Ключевые слова:

Экономическая эффективность, культурная деятельность, культурная политика, креативная экономика.

Вопрос об оценке эффективности деятельности в сфере культуры является одним из наиболее сложных и дискуссионных. Численные и финансовые индикаторы, которые обычно используют для характеристики деятельности в данной сфере (количество потребителей государственных учреждений, расходы консолидированного бюджета и др.), в действительности само состояние этой деятельности отражают далеко не полно. Данные государственной статистики по основным показателям социально-экономического развития не содержат даже отдельной строки по культурной отрасли – показатели последней сливаются со "здоровоохранением и другими социальными услугами".

В течение всей второй половины XX в. и вплоть до настоящего времени одновременно с изменением подходов к культурной политике росло и понимание вклада культуры в экономику города, территории, страны [4]. С расширением спектра подходов и критериев обогащался и инструментарий экономики культуры: от подсчета расходов бюджета к сложным схемам оценки вклада в экономику на разных уровнях, от увеличения ВВП и количества новых рабочих мест до эффекта мультипликации. Так, в докладах "Экономика культуры в Европе" (ЕС, 2006) и

"Креативная экономика" (ООН, 2008), где используется именно этот подход, приводятся данные о том, что сектор культуры, включая сектор творческих индустрий, обеспечивает 5,3% ВВП стран ЕС и 3,4% полной занятости в Европе (см.: [12]).

Изменения подходов к оценке эффективности во многом связаны с распространением расширительной трактовки самого сектора культуры. Реклама, дизайн, видеоигры, мультимедийные искусства – сегодня все это территория культуры и творчества, которая продолжает расти. Другой причиной изменения подходов является стремление увидеть и учесть взаимосвязь культурного сектора с другими сферами экономики, в том числе традиционными. Продукты авторской деятельности становятся основой для развития тех отраслей, которые эти продукты тиражируют и доводят до потребителя – посредством книгораспространения, телевизионного вещания, кинопроката, бытовых сетей по реализации видеопродукции и компьютерных игр и т.п. С точки зрения экономической отдачи следует учесть и влияние сектора на развитие инфраструктуры: строительство театров и кинотеатров, концертных залов и т.п., и на рынок производства сопутствующих товаров: бытовой, видео- и ау-

диотехники, кино-, фото- и звукозаписывающей аппаратуры и многого другого. По данным, приведенным в Докладе ООН, 7,3% населения России, вовлеченного в цикл производства товаров и услуг в сфере культуры и творческих индустрий, производят 6,06% ВВП – а это почти треть всех собираемых в стране налогов на производство и импорт, а уровень занятости сопоставим с данными в строительстве (см.: [3; 9]).

Представление о культуре как об общественном благе, сформированное еще в эпоху Просвещения и наиболее полно нашедшее свое отражение в культурной политике стран послевоенной Европы [5], сегодня сохраняется, но в то же время круг явлений культуры, по отношению к которым критерий "социального блага" остается единственным, сужается. Можно сказать, что к пониманию культуры исключительно как общественного блага постепенно, подобно годичным кольцам дерева, прирастают иные, не менее значимые измерения. Эти новые измерения не отменяют предыдущее понимание, но делают "дерево культуры" более мощным. От характерного для довоенного и послевоенного времени понимания культуры как блага позднее к нему "приросло" понимание экономической значимости культурной деятельности для формирования позитивного имиджа территории, регенерации неблагополучных районов, развития туризма [12]. Позднее появилось целостное представление о секторе творческих индустрий как самостоятельном и значимом секторе экономики, что добавило следующий уровень понимания и оценки культурной деятельности [2].

Каждое из этих "колец" требует не только осмысления, но и поиска нового экономического инструментария, который либо ранее не применялся по отношению к культуре, либо являлся принципиально новым.

Инструменты воздействия на экономические отношения в культуре могут быть как прямыми, так и косвенными:

- ◆ прямое (непосредственное) воздействие – прямое финансирование преимущественно некоммерческих, дефицитных видов деятельности за счет различных источников;
- ◆ косвенное воздействие – реализация соответствующей налоговой политики и политики иных льгот, которые направлены на стимулирование инвестиционной деятельности, благотворительности, меценатства, развития добровольческой деятельности, развитие предпринимательства в культуре. Это может быть и налоговый иммунитет по отдельным видам налогов, льготные ставки по налогам и сборам, подлежащим зачислению в государственный бюджет, льготы по тарифам на работы и услуги естественных монополий и т.п.

Рассмотрим подходы к применению подобных инструментов, определим способы оценки экономической

эффективности каждого из них.

Культура как благо

Экономические модели рыночной экономики, способные эффективно работать в сфере материального производства, в чистом виде непригодны в сфере культуры; целесообразно использовать как рыночные, так и вне рыночные механизмы экономического регулирования. В большинстве развитых европейских стран одной из главных форм поддержки сферы культуры и искусства остается бюджетное финансирование. Затраты на эти нужды в общих расходах бюджетов стран составляют сравнительно небольшую долю – от 0,2% до 2,5% [8, с. 170]. Для обеспечения воспроизводства "культуры как блага", доступности культурных благ государственное финансирование сектора является определяющим, но не единственным.

Практически все государственные организации культуры даже при наличии стабильного государственного финансирования стремятся зарабатывать: оказывая традиционные услуги на платной основе, или создавая новые виды деятельности, привлекая спонсоров, открывая музейные магазины, кафе и т.д. Это связано не только с дефицитом средств, но и со стремлением увеличить социальную полезность – освоить новые аудитории, привлечь внимание профессионалов из смежных областей и т.п.

Сама культура как инструмент просвещения финансируется, как правило, за счет государственных и муниципальных бюджетов. С ростом культурного потребления (которое с 1,6% от общих расходов населения в 2004 г. увеличилось до 3% в 2009 г.) расширяются возможности культуры как социального блага. А это является стимулом для привлечения средств из других источников – благотворителей и меценатов, из бюджетов образования, социальной защиты и разного рода программ, направленных на достижение социальной стабильности (адаптация мигрантов, предотвращение преступлений, создание рабочих мест) и др.

Иначе говоря, само понимание культуры как блага, несущего исключительно просвещение и "окультуривающее" массы, трансформируется. На первый план выходит понимание "социально ответственной культуры", которая включает в свою орбиту ответственность не только за "грамотность" граждан, но и за их толерантность.

Благотворительные взносы корпораций и фондов являются альтернативным источником поддержания финансовой стабильности в культуре. По данным американского Комитета по поддержке корпоративной филантропии, суммарный вклад благотворителей в США в 2009 г. составил 9,9 млрд. долл., из которого на культуру выделено 6% (594 млн. долл.). В России, где благотворительный

рынок недостаточно развит, подобный показатель тогда же составил 8,8 млрд. руб. (не случайно по уровню развития благотворительности наша страна находится на 138 месте в мире) [6].

Одним из важных финансовых инструментов является целевой капитал – эндаумент. Целевой капитал некоммерческих организаций формируется за счет пожертвований юридических и физических лиц и дает возможность некоммерческим организациям в сфере культуры, науки и образования получать дополнительный доход, который не облагается налогами и идет на развитие организации. Различные схемы формирования целевого капитала предполагают возможность и для государственных учреждений в получении от него доходов.*

* В России уже создано больше 50 эндаументов с совокупным объемом 3,2 млрд. рублей, в первую очередь для развития вузов. В их числе - МГИМО (526 млн. рублей), Финансовая академия при Правительстве РФ (206 млн. рублей), Московский физико-технический институт, Московская школа управления "Сколково", Европейский университет в Санкт-Петербурге (240 млн. рублей), Высшая школа менеджмента СПбГУ, Российская экономическая школа (176,1 млн. рублей), Сибирский федеральный университет, Южный федеральный университет и др.

В сфере культуры первые эндаументы были сформированы для Государственного музея изобразительных искусств им А.С. Пушкина, Московского дома актеров и Большого театра.

Развитие фондов целевого капитала в сфере культуры тормозится не столько отсутствием доноров, желающих вложить средства в создание такого фонда, сколько отсутствием четко сформулированных стратегий и программ деятельности, которые бы убедительно доказывали социальную и культурную полезность и престижность такого рода вложений. Ограничивающим фактором служит и дефицит менеджеров, обладающих профессиональными навыками в поиске средств. Можно сказать, что создание такого фонда является видимым критерием эффективности деятельности институции.

Таким образом, "многоканальное" финансирование культуры – это отражение того, насколько культура научилась говорить с обществом, с различными социальными группами на их языке, действовать в интересах региональных сообществ, доказывать свою нужность на локальном и глобальном уровне. И в этом смысле структура и объем средств, привлеченных из других источников, вполне может сформировать адекватную картину социальной эффективности культурной деятельности.

Конечно, для развития многоканального финансирования усилия государства и местных властей также необходимы. Привлечение финансовых потоков в сферу культуры возможно при привлечении ресурсов социально-ответственных компаний и корпораций, частных доноров,

что требует благоприятных налоговых и административных условий.*

* В России в 2010 г. действовали более 53 частных и корпоративных фонда.

На создание таких условий направлена Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации, которая одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2009 г. № 1054-р. Государство рекомендует органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации при подготовке региональных программ социально-экономического развития учитывать положения Концепции, а также воспользоваться правом регионов устанавливать льготы по налогам и сборам, подлежащим зачислению в региональные бюджеты, в частности льготы (до 4,5%) по налогу на прибыль. Льготы по налогу на прибыль в отношении организаций-благотворителей установлены в Санкт-Петербурге, Московской и Самарской областях.

Культура как инструмент развития территорий

Понимание "имиджевых" возможностей культуры для развития туризма и регенерации неблагополучных территорий получило широкое распространение в 1980-е гг. в связи с бурным развитием глобального туризма и переводом традиционных индустрий в страны с более дешевой рабочей силой. Для восстановления экономики и обеспечения занятости населения, регенерации территорий Европа нашла выход в развитии творческих индустрий, туризма, науки и образования.

Создание культурных кварталов, инвестиции в развитие публичных пространств влекут за собой развитие и основной инфраструктуры.

Сегодня "имиджевые" и туристические эффекты становятся более значимыми, поскольку культурно развитый регион привлекает инвесторов и квалифицированные кадры, а борьба за тех и других обостряется. Так, например, строительство в Бильбао музея Гуггенхайма позволяет привлечь около 1 млн только иностранных туристов ежегодно. Большинство городов, участвовавших в программе "Европейская культурная столица", рассматривали туризм и привлечение посетителей к своим культурным объектам как важнейший фактор воздействия на экономику территории.

Критерии эффективности в этом случае просчитываются более сложным образом и требуют привлечения целого спектра экономических инструментов.*

* Так, с 1970-х гг. в развитых странах наступил кризис индустриальной экономики, связанный с выводом производственных мощностей в страны Юго-Восточной Азии. Перестало существовать текстильное производство в Манчестере (Великобритания), Лионе (Франция), постепенно закрылись сталелитейные заводы в Рурской области и др.

Для оценки эффективности вложений в культуру можно использовать такой инструмент, как расчет коэффициента мультипликации. Мультипликативный эффект рассчитывается для конкретной территории и построен на данных об уровне потребления и сбережений. Рост потребления повышает спрос и ведет к росту объема ВРП. Инвестиции в определенный сектор экономики способствуют увеличению объема производства на величину большую, чем сами инвестиции. Здесь срабатывает так называемый мультипликационный эффект (эффект множителя) – способность расходов вызывать прирост доходов больший, чем вызвавшие этот прирост расходы.

Под действием мультипликации доход и занятость непрерывно возрастают на протяжении периода времени, когда происходит вызванный дополнительными инвестициями прирост потребления. С момента прекращения этих затрат прирост дохода прекращается, а с уменьшением потребления доход уменьшается пропорционально мультипликатору. Процесс прекращения мультипликации – парадокс бережливости (попытка общества больше сберечь) – может привести к незначительному приросту сбережений, а эффект мультипликатора приведет к тому, что этот незначительный прирост сбережений выразится в многократном снижении дохода. Классическая экономическая теория утверждает, что если дополнительный доход в виде инвестиций меньше уровня сбережений, то депрессия или спад становятся неизбежными. Поэтому чрезвычайно важно поддерживать уровень инвестиций, а инвестиции в культуру – это инвестиции в будущее. Таким образом, зная объем финансирования (в том числе инвестирования) культуры, через мультипликатор можно оценить экономический эффект культурной деятельности.

Важным инструментом для развития инвестиционного потенциала культуры является государственно-частное партнерство – взаимодействие государственных структур и частного сектора с целью реализации крупных проектов в области инфраструктуры. Перспективными направлениями развития государственно-частного партнерства в культуре являются реконструкция, реставрация, строительство и эксплуатация объектов недвижимости (музеи-усадьбы, памятники архитектуры, культурно-досуговые учреждения), инфраструктурная застройка территорий, прилегающих к памятникам, с реставрацией самих памятников за счет средств застройщика; создание частной, сопутствующей инфраструктуры для объектов культурного наследия (например, сервисное и гостиничное обслуживание), доверительное управление. Может предусматриваться и безвозмездная передача объектов, находящихся в аварийном или разрушенном состоянии, для их реставрации или капитального ремонта за счет средств бизнеса.*

* Специфика концессионных соглашений по объектам культуры не позволяет окупать проект за счет обычного механизма - взимания платы. В мировой практике чаще всего идут по пути предоставления частному инвестору иных возможностей: создания элементов туристической инфраструктуры, проведения досуга, строительства элитного жилья и т.п.

Так, знаменитый памятник истории, культуры и архитектуры Индии усыпальница Тадж-Махал находится в управлении частных инвесторов – "Индиан Хотелз Компани". В Твери группа компаний "Конкор" приобрела и отреставрировала одну из полуразрушенных городских усадеб, создав в ней базу отдыха. Эта же компания провела реставрацию в одном из флигелей усадьбы "Знаменское-Раек" и в 2007 г. открыла там бутик-отель.

Использование механизмов государственно-частного партнерства имеет четко выраженную экономическую выгоду. По данным Европейской экономической комиссии ООН из 48 проектов, реализуемых по схемам государственно-частного партнерства в Европе в 2003–2004 гг., 80% были реализованы ниже предполагаемого бюджета. Известно, что в Великобритании экономия бюджета проектных инициатив составляет до 17% [1], при этом 60% проектов завершаются раньше намеченного срока (в то время как 64% проектов, осуществляемых государственными органами, напротив, превышают установленные сроки).

Критерием эффективности культурной деятельности в этом случае является наличие программ, формирующих положительный имидж территории и привлекающих потенциальных инвесторов и программ в области развития культурного туризма. В этой своей ипостаси культура выходит на прямой контакт с бизнесом – как в виде сотрудничества с туристическими компаниями, так и в виде развития государственно-частного партнерства.

Роль властей в стимулировании культуры как инструмента регионального развития заключается, прежде всего, в поощрении инвестиционной деятельности.

Культура как производство - развитие творческих индустрий

Креативные или творческие индустрии (creative industries)* – ключевой сектор современной экономики. Творческие индустрии соединяют бизнес-навыки и культурные практики, основанные на творческой, интеллектуальной составляющей.

* Творческий - буквальный перевод слова creative. В российской практике сложилась традиция говорить о "креативных индустриях" применительно к мировому контексту и о "творческих индустриях" применительно к отечественному контексту.

О поддержке этого сектора на государственном уровне впервые заявила Великобритания, где в 1998 г. правительственным департаментом культуры, медиа и спорта было сформулировано каноническое определение творческих индустрий, на которое опирается сегодня большинство исследователей и специалистов: "Творческие индустрии – это деятельность, в основе которой ле-

жит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности" (подробнее см.: [7; 2]).

По оценкам ООН, доля творческих индустрий уже в 2005 г. составляла 3,4% мировой торговли (425 млрд. долл.). Об экономическом росте сектора можно судить на основании следующих данных: если в 2001 г. в США вклад творческих индустрий в ВВП, составлял 5,2% с числом занятых 5,9% [11], то уже в 2006 г. – 11,12% и 8,49% соответственно. Иначе говоря, за пятилетие вклад в ВВП вырос более чем в 2 раза, а количество занятых – на 43,9%.

Известно, что с 2003 по 2008 гг. инвестиции в творческие индустрии США составили 3,3% от всего объема инвестиций в американскую экономику (31 млрд долл.) [10]. Креативный сектор экономики США стал сегодня самым весомым по объему экспорта, при этом размер инвестиций в этот сектор в 2008 г. составил 4,5 млрд. долл., что позволило создать около 20 тыс. рабочих мест. В условиях кризиса США сделали ставку не на традиционные производства, а именно на творческую экономику и творческие индустрии.

В тех странах, где творческие индустрии входят в приоритеты государственной политики, для оценки эффективности этой деятельности используются стандартные методики – вклад в ВВП, количество рабочих мест, количество предприятий творческих индустрий, динамика роста сектора и др.

Государство и местные власти воздействуют на развитие этого направления через систему государственно-го заказа (государственное потребление), проведение определенной маркетинговой и социальной политики (в части государственной закупки части товаров для социально-незащищенных слоев населения). Кроме того, для стимулирования развития бизнеса в творческих секторах экономики используются косвенные инструменты экономического воздействия, описанные выше. Поскольку творческие индустрии это прежде всего малый бизнес, необходимо включение сектора в приоритетные направления программ поддержки малого и среднего предпринимательства на региональном и муниципальном уровнях, что позволит привлекать кредитные и инвестиционные средства, а также получать безвозмездные субсидии при открытии бизнеса.

Культура как лаборатория творческих подходов

Культура становится системообразующим фактором инновационной экономики. Современный подход делает

акцент на экономических (и шире – практических) аспектах творчества, то есть процессах инновационного создания и продвижения креативных товаров и услуг. Этот подход лежит в основе нового и широко используемого сегодня понятия "креативной экономики". Речь идет уже не только и не столько о конкретных сегментах экономики и социума, которые вовлекаются в культурную деятельность, скорее – о тотальном проникновении творческого подхода во все области человеческой деятельности.

Оценку вклада культуры в экономику можно отразить через четыре уровня эффективности. Аналогичным образом оценивали вклад творческих кластеров в экономику Сингапура авторы аналитического документа о развитии творческих индустрий в Сингапуре.

Первый уровень – прямой экономический эффект – определяется прямым вкладом в ВВП страны, количеством рабочих мест в секторе, количеством предприятий и т.п.

Второй уровень определяется не прямым, но измеримым эффектом в экономику, например, ростом расходов в области культуры, творческих индустрий и смежных предприятий, в том числе в сфере туризма (кафе, рестораны, различные досуговые сервисы). Здесь уместно вспомнить уже упомянутый выше мультипликатор как один из инструментов такого рода подсчетов.

Третий уровень определяется прямым, но не столь очевидно измеримым вкладом в экономику и включает участие искусства и культуры в развитии экономики в целом, внедрении инноваций и экономической дифференциации. Оценка эффективности на этом уровне наиболее сложна и наименее разработана. Основные сложности связаны с устаревшей системой статистического учета, нацеленной на стандартные количественные показатели в традиционных отраслях. Как правило, такого рода исследования делаются по специальному заказу правительств, администраций, торгово-промышленных палат и т.д. и являются достаточно затратными.

Четвертый уровень – так называемый "неизмеримый" эффект. Это изменение качества жизни, формирование культурной идентичности, развитие плюрализма и толерантной атмосферы в обществе. Если первые три уровня базируются на измеримых экономических показателях, то четвертый показатель – это поле деятельности культурологов и экспертов в области культуры. К сожалению, очень часто исследователи и практики культуры основывают свои доводы на данном, "неизмеримом" эффекте, тогда как региональные власти и Министерство финансов Российской Федерации ждут от них показателей первых трех уровней.

Важно отметить, что для оценки эффективности культурной деятельности необходимо понимание культуры

как системного фактора экономики и городского развития. Никакие методики экономической оценки эффективности не будут работать, если понимание культуры так и останется на уровне исключительно социального блага и способа просвещения масс.

Другим важным выводом является необходимость

формирования новой системы статистического учета, организации регулярных исследований, сбора статистических данных по новым методикам, поскольку только изменение подходов к статистике даст возможность оценить объемы рынка, грамотно построить финансовую политику и "бухгалтерию" культуры, а также создать основу для новой экономики культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Айрапетян М.С. Зарубежный опыт использования государственно-частного партнерства // Государственная власть и местное самоуправление. 2009. № 2. С. 35–42.
2. Васецкий А.А., Зуев С.Э. Культурные индустрии как значимый фактор политики // Власть. 2010. № 4. С. 65–69.
3. ВВП по источникам доходов [Электронный ресурс] // Росстат: официальный сайт. Официальная статистическая информация. Валовой внутренний продукт. URL: http://www.gks.ru/wps/portal/OSI_NS#
4. Востряков Л.Е. Государственная культурная политика: когнитивные модели и страновые различия // Научные труды Северо-Западной академии государственной службы. 2011. Т. 2. Вып. 2. С. 166–178.
5. Востряков Л.Е. Культурная политика: подходы и концепции западных исследователей // Научные труды Северо-Западной академии государственной службы. 2011. Т. 2. Вып. 1. С. 42–52.
6. Зеленцова Е.В., Мельвиль Е.Х. К вопросу об оценке экономической эффективности культурной деятельности // Научные труды Северо-Западной академии государственной службы. 2011. Т. 2. Вып. 2. С. 206–216.
7. Зеленцова Е.В. От творческих индустрий – к творческой экономике // Управленческое консультирование. 2009. №3. С. 190–199.
8. Мельвиль Е.Х. Экономика культуры: государственный патернализм или свободный рынок? // Управленческое консультирование. 2011. № 2. С. 166–176.
9. Creative Economy. Report 2008. The challenge of assessing the Creative economy: towards informed policy-making [Электронный ресурс] // UNCTAD. United Nations Conference on Trade and Development. Documents and Publications. URL: http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf.
10. Loewendahl H. Creative industries set for record year [Электронный ресурс] // FDI Intelligence: A service from The Financial Times Ltd. 2008. 7 October. URL: <http://www.fdiintelligence.com/Archive/Creative-industries-set-for-record-year>
11. Siwek S.E. Copyright-based industries in the US Economy. The 2002 Report. Prepared for the International Intellectual Property Alliance. Washington, 2002.
12. The economy of culture in Europe [Электронный ресурс] // European Commission. Culture. Key Documents. Economy of culture in Europe URL: http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm

© Е.В. Зеленцова, Е.Х. Мельвиль, (iz@creativeindustries.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

