

Экономика культуры в Европе

В последние годы в Европе заметно вырос интерес к сфере культуры в контексте ее связей с экономическим развитием и занятостью населения. Однако оценку социально-экономического значения культуры затрудняет отсутствие необходимых статистических инструментов. По заказу Европейской Комиссии исследовательские группы – *KEA European Affairs* совместно с *Media Group* (Финляндия) и *MKW Wirtschaftsforschung GmbH* (Германия) – впервые осуществили детальный экономический анализ культурной деятельности на общеевропейском уровне. Его результаты представлены в докладе «Экономика культуры в Европе», опубликованном в ноябре 2006 года.

Европейский комиссар по вопросам образования, информации, культуры и многоязычия Жан Фигель заявил в ходе представления доклада министрам культуры государств-членов ЕС: «Это исследование поможет покончить с предвзятым суждением в отношении культуры, показав, что искусство и культура далеко не на последнем месте в том, что касается экономического вклада. Действительно, это крупный работодатель, и как отрасль культура и искусство способствуют обновлению и социально-экономическому развитию Европейского Союза, его регионов и городов. Сфера культуры – это источник созидательного процесса, что в свою очередь является основой социально-экономического обновления. Поэтому я глубоко убежден, что искусство и культура составляют мощный социально-экономический фактор, способствующий более интенсивному росту и созданию большего количества и более достойных рабочих мест».

Исследователи подсчитали прямой вклад культуры в экономику, выраженный в процентах к объему ВВП, показателях экономического роста и занятости, и ее не прямой вклад, проявляющийся во влиянии на инновационные процессы, развитие информационных технологий, повышение туристической привлекательности регионов.

Подчеркнут также серьезный вклад культуры в объединение Европы. Культура может стать главным инструментом интеграции всех составляющих европейского сообщества, во всем их многообразии, способствуя укреплению европейского самосознания и распространению социально-демократических ценностей.

Креативная сфера деятельности

Экономическая оценка культуры начинается с *определения соответствующих отраслей и видов деятельности*. Специалисты столкнулись с непростой задачей, поскольку существуют значительные расхождения в подходах на национальном и международном уровнях. Изучаемый диапазон, исходя из целей исследования, не

ограничили индустрией культуры с такими ее отраслями как кино, музыка, издательское дело. Исследование охватило средства массовой информации (пресса, радио, телевидение), культурный туризм, зрелища, изобразительное искусство и так называемый «креативный сектор» (мода, дизайн). Рассматривалось также влияние культуры на развитие смежных отраслей, прежде всего новых коммуникационных технологий.

Сфера исследования была, таким образом, разделена на две части:

1. *культурный сектор*:

- производство товаров и услуг, предназначенных для непосредственного потребления (концерт, художественная ярмарка, выставка и т. д.)¹;
- производство товаров и услуг, предназначенных для воспроизведения с целью массового распространения (книга, фильм, звукозапись и т. д.)².

2. *креативный сектор*:

- дизайн (мода, дизайн интерьера, разработка новых товаров);
- архитектура;
- реклама.

Креативное творчество рассматривается в данном исследовании как использование культурных ресурсов в форме промежуточного потребления в ходе процесса производства в не культурных секторах, и, как следствие, источник инновации. Внутри «креативного сектора» культура становится «ресурсом» в производстве товаров не культурного назначения.

Таким образом, область научного анализа была определена как «креативно-культурная сфера». Такой подход позволил оценить социально-экономические показатели деятельности в каждой из этих двух отраслей.

Методологические инструменты

Категории статистического анализа, как на европейском, так и на национальном уровнях, часто слишком широки, и культурные «подотрасли» в них не идентифицируются. Данные, если они существуют, как правило, не сопоставимы. Значительная часть культурной деятельности осуществляется в пределах учреждений, которые статистически не относятся к учреждениям культуры. В свою очередь не учитывается торговля электронными товарами, представляющая все более весомую часть

¹ *Визуальные искусства* (живопись, скульптура, художественные ремесла, фотография); *художественный рынок*; *зрелища* (опера, танцы, оркестры, театр, цирк); *культурное достояние* (музеи, места археологических раскопок, библиотеки и архивы).

² «Индустрия культуры»: кино- и видеопроизводство, видеоигры, радиовещание, музыка, издательская деятельность.

культурной экономики. И по-прежнему не представляется возможным полностью оценить государственный сектор культурной экономики на европейском уровне.

Поэтому исследователям пришлось разрабатывать определения, статистические инструменты и процедуру сбора отдельных данных.

В связи с отсутствием стандартных статистических категоризаций и чтобы восполнить многочисленные пробелы в имеющихся базах данных, была разработана специальная методология с целью сбора данных, предусматривающая:

- максимальное использование существующих статистических категоризаций, применимых к сфере культурной экономики, и сбор соответствующих данных через «Евростат»³;
- использование альтернативных баз данных, прежде всего «Амадеус»⁴.

Аналогичные проблемы возникли и при сборе данных по теме «занятость». В исследовании была использована единственная на сегодняшний день методология, позволяющая представить сектор занятости в культуре, разработанная *Task Force Eurostat*. Она основана на более четком разграничении данных по креативной и культурной областям, чем это сделано в отношении культурной индустрии.

В докладе подчеркивается необходимость того, чтобы в ближайшем будущем разработка соответствующих норм и определений, а также сбор надежных статистических данных, касающихся креативно-культурной сферы как на национальном, так и на европейском уровне, были возведены в ранг приоритетов.

Социально-экономические показатели

Если обратиться к цифрам, характеризующим долю этой отрасли в общеэкономической деятельности, картина выглядит следующим образом.

Товарооборот креативно-культурной сферы ЕС составил в 2003 г. более 654 млрд. евро. Для сравнения: оборот в автомобилестроении в 2001 г. составил 271 млрд. евро, а товарооборот, связанный с внедрением НИКТ⁵, - – 541 млрд. евро в 2003 году⁶.

³ Eurostat – статистическая служба Европейского союза, занимающаяся сбором статистической информации по странам-членам ЕС и гармонизацией статистических методов, используемых данными странами. Офис Eurostat находится в Люксембурге.

⁴ Amadeus – одна из наиболее полных общеевропейских баз данных, разработанная Bureau van Dijk Electronic Publishing и содержащая финансовые сведения, касающиеся около 8 млн. государственных и частных предприятий в 38 европейских странах.

⁵ НИКТ – новые информационно-коммуникативные технологии.

⁶ Данные по ЕС-15.

Вклад креативно-культурной сферы в общеевропейский рост ВВП в 2003 г. составил 2,6%. В том же году, операции с недвижимостью обеспечили прирост на 2,1%, обрабатывающая пищевая, табачная промышленность и производство напитков дали 1,9%, текстильная промышленность – 0,5%, химическая промышленность, производство каучука и пластмасс – 2,3%.

Рост креативно-культурной сферы в 1999–2003 гг. был на 12,3% выше, чем во всех остальных областях экономики, а общий рост добавочной стоимости – 19,7%.

В 2004 г. в отрасли было занято 5,8 млн. человек, что составляет 3,1% от общего числа рабочих мест в 25 странах Европейского Союза. Если общий уровень занятости в ЕС-25 в 2002–2004 гг. снизился, то в культурной области он повысился – на 1,85%. При этом 46,8% работников отрасли имеют диплом о высшем образовании (против 25,7% в целом в сфере занятости). Доля независимых работников более чем вдвое превышает количество таких работников в целом в сфере занятости (28,8% против 14,1%); в секторе насчитывается 17% временно занятых работников (13,3% в сфере занятости в целом); количество частично занятых выше, чем в целом в сфере занятости (каждый четвертый, против 17,6%).

Неколичественный вклад культуры

Вклад креативно-культурной сферы в европейскую экономику не ограничивается прямым исчисляемым эффектом. Культурная деятельность служит также катализатором достижений в других областях, тем самым косвенно способствуя экономической активности и местному развитию.

Особенно явно прослеживается взаимозависимость между креативно-культурной сферой и сектором новых информационно-коммуникативных технологий. В последние годы в Европе резко возросло и продолжает расширяться внедрение «широкополосных» сетей. Массовое распространение беспроводной интернет-связи и мобильных телефонов третьего поколения сделали реальной возможность контакта «везде и в любое время». Осуществлен переход от аналогового к дискретному способу вещания на радио, постепенно этот процесс идет и на телевидении⁷.

Сегодня развитие новых технологий в большой степени зависит от качества «контента»:

⁷ В октябре 2005 г. в Европейском Союзе насчитывалось 52 624 тыс. подключений к широкополосным сетям (против 10 298 тыс. в октябре 2002 года). Темпы внедрения широкополосных сетей составляют в среднем 11 % по Европейскому Союзу (от 10% в Греции до 23% в Дании и 24% в Финляндии). Для сравнения, эти показатели в конце 2005 года составляли в США 15% и в Японии 16%. В ближайшие годы индустрия НИКТ должна обеспечить 25% общеевропейского экономического роста.

- торговля DVD, записывающей аппаратурой, плеерами MP3, домашними кинотеатрами (home cinema), декодерами и плоскоэкранными телевизорами зависит от наличия привлекательного «контента» (игры, фильмы, музыка);
- развитие систем мобильной телефонной связи основано на привлекательности предлагаемых услуг с высоким качеством креативного «контента».

Мир музыки пережил настоящую революцию, которая не обошлась без проблем для сферы производства. Производство видеоигр также в большой степени связано с нынешними преобразованиями в области технологий. Кино и видеопроизводство, как и издательское дело, прошли через те же испытания, что и музыкальная индустрия. И даже такие традиционные сферы, как культурное наследие, визуальные искусства и зрелища, не могут избежать необходимости адаптировать свои модели к требованиям, выдвигаемым новыми технологиями.

Вклад в территориальное развитие

Культурные продукты возникают главным образом в местной среде, обогащая и обогащаясь языком и культурой местной аудитории. Поэтому производство культурных товаров и услуг пока еще не переместилось на другие континенты. То, что называют «job off-shoring» (перемещение рабочих мест), в сфере культуры не нашло такого развития, как в других экономических отраслях. Потеря рабочих мест связана, как правило, с реорганизацией кризисных участков, например, с введением новых форм распределения или появлением новых деловых моделей, а не с перемещением рабочих мест. Учитывая это обстоятельство и тот факт, что Европа остается крупнейшим производителем культурных товаров и услуг в мире, авторы исследования считают целесообразным стремиться к максимальному использованию этого потенциала, стимулирующего ее экономику. В то же время сегодня даже на местном уровне идет неумная погоня за талантами и творцами («креативный класс» – *creative class*). Европа переживает (в следствие более выгодных, прежде всего материальных, условий, которые предлагают за океаном) своего рода исход творческих сил, в первую очередь, в сфере видео- и кинопроизводства.

Между тем культура может помочь городам и регионам привлечь инвестиции, творческие таланты и культурный туризм. Парадоксальным образом в эпоху, когда информационные технологии смели все преграды времени и расстояния, «физическая локализация» и «социализация» остаются решающими факторами экономического успеха. «Рынок локализации» – это реальность. Города и регионы борются за привлечение инвестиций и талантов, используя для этого все рычаги, прежде всего, расширение

культурных возможностей, улучшение качества и стиля жизни. Культура стала важным фактором в решении вопросов, связанных с «локализацией» (*soft location factor*), и главным фактором повышения имиджа региона.

Наконец, культура – движущая сила развития туризма, одной из самых успешных экономических отраслей в Европе, представляющей 5,5% ВВП Евросоюза, которому принадлежит 55% мирового туристического рынка. Это самый посещаемый континент в мире. По данным United Nations World Tourism Organization (UNWTO) в 2005 г. здесь было зарегистрировано 443,9 млн. иностранных туристов.

Вклад в социальные цели Лиссабонской стратегии

Культура представляет собой важный инструмент социальной и территориальной интеграции. Социальный эффект – это еще один аспект влияния культуры на местное социально экономическое развитие.

Сегодня в европейских странах отмечается все более выраженная поляризация между сообществами и отдельными людьми, располагающими значительным финансовым, социальным, образовательным капиталом (*resource-strong communities*), с одной стороны, и сообществами с низким капиталом (*resource weak communities*) – с другой. К последним относятся, к примеру, такие группы населения, как этнические меньшинства, иммигранты, молодежь, безработные. Если говорить о территориях, то это окраины крупных городов, слабо развитые промышленные зоны, отсталые сельские районы, и т. д.

Стратегия усиления слабо развитых районов и неблагополучных групп населения заключается в том, чтобы помочь им развить свои собственные ресурсы. Культура может сыграть здесь весьма позитивную роль.

Исходя из этого, культурная деятельность должна осуществляться в следующих направлениях:

- - поддержка местных инициатив, предпринимаемых для улучшения социально-экономической обстановки (социально-культурные проекты, культурные ассоциации, любительские театральные и танцевальные коллективы, добровольная помощь в организации фестивалей и т. п.);
- - сотрудничество «по вертикали», т. е. участие в инициативах, исходящих от учреждений и административных органов (например, местные решения, направленные на реабилитацию бездействующих промышленных зон с целью улучшения местной социально-экономической среды).

Эти стратегические меры, не ограничиваясь единственной целью достижения экономического результата, благоприятствуют социально-территориальной интеграции и тем самым строительству «инклюзивной Европы». Они позволяют людям получить навыки, которые могут быть использованы в других отраслях деятельности, повышая тем самым их шансы на трудоустройство в будущем. И это способствует укреплению веры в себя, воспитанию определенного чувства «гордости», личного и коллективного.

Таким образом, культура и творчество, участвуя в решении социальных проблем, способствуют прочному развитию европейского общества.

Ориентация на творческую Европу

Стратегия развития стран-членов Европейского Союза свидетельствует о том, что в последнее время все они проявляют все больший интерес к интеграции культурного и экономического политических курсов. Однако усилий для согласования действий предпринимается пока недостаточно, и с политической точки зрения культура продолжает оставаться в стороне, особенно на общеевропейском уровне.

Авторы исследования предлагают ряд конкретных мер, которые могли бы стимулировать формирование общеевропейского пространства на креативной основе, что позволило бы оптимизировать вклад культуры в Лиссабонский процесс, направленный на повышение социально-экономических достижений Европы. В их числе:

- *обеспечение политического руководства стран точными и надежными сведениями, касающимися сферы культуры.* Стратегический подход к сфере культуры предполагает наличие необходимых статистических инструментов и показателей, как на национальном, так и на европейском уровне. Было бы целесообразно разработать «коэффициент оценки креативности» по аналогии с теми методами, которые позволяют измерять и отслеживать уровень инновационного развития в государствах-членах ЕС;
- *включение креативно-культурной сферы* в Лиссабонскую программу действий в качестве таких ее задач, как совершенствование и увеличение объемов инвестиций в творческую деятельность, совершенствование процессов производства, распределения, распространения и доступа к контентам в культурной области;
- *максимальное использование действующих в Европе программ поддержки*⁸. Бюджет ЕС должен обеспечить сферу творчества в том же объеме, в каком обеспечена

⁸Для развития творческой деятельности, в частности креативного направления с его малыми и средними предприятиями (МСП), предлагается использовать 7-ю Рамочную программу, структурные фонды, программы субсидирования МСП.

инновационная деятельность, и поддержать в первую очередь революционные изменения в области цифровых технологий с целью максимального использования возможностей, связанных с технологической инновацией;

- *расширение внутреннего рынка в интересах людей, товаров и услуг творческой сферы*, что будет содействовать свободному передвижению людей искусства, устранять нынешние налоговые барьеры, совершенствовать систему учета с целью более адекватной оценки нематериальных активов в будущем. Для этого в свою очередь необходима поддержка таких деловых моделей, которые учитывали бы особенности европейского рынка (фрагментация местных рынков, связанная с местными языками и культурами), а также поддержку реформ в связи с бурным развитием цифровых технологий;
- *развитие образования в сфере культуры и творчества от начальной школы до стадии профессиональной подготовки*;
- *развитие связей между сообществами людей творчества и специалистов в сфере технологий* путем проведения встреч в рамках «креативных платформ»;
- *эффективное использование финансовых механизмов Европейского инвестиционного банка (ЕИБ) и Европейского инвестиционного фонда (ЕИФ)*. Авторы исследования предлагают сформировать *банк индустрии творчества*, который бы специализировался на финансировании (или участии в финансировании) проектов, основанных на инвестициях в нематериальные активы;
- *включение культурной составляющей в соглашения по торговле и сотрудничеству между ЕС и третьими странами* с целью расширения обмена, развития культурного разнообразия и выполнения конвенции ЮНЕСКО «О защите и развитии разнообразия культурного самовыражения»;
- *усиление в рамках Еврокомиссии координации действий и политических решений, имеющих последствия в креативно-культурной сфере*. Рекомендуется развивать взаимодействие между европейскими учреждениями и креативно-культурной сферой с целью ее более эффективного представления, а также выработать соответствующие консультационные механизмы в интересах этого направления, имеющего немаловажное значение для европейской экономики. Акцент должен быть сделан на максимизацию социально-экономического вклада культуры в европейский проект.

Авторы исследования настаивают на необходимости добиваться полного и последовательного выполнения статьи 151.4 Договора Евросоюза с тем, чтобы специфика культурной сферы учитывалась на уровне политических решений, принимаемых в области внутреннего рынка, конкуренции и торговли.

В феврале 2007 года в Берлине состоялось неофициальное совещание министров культуры Европейского Союза, на котором обсуждалось политическое и экономическое значение культурной деятельности в Европе. Министры культуры уделили особое внимание вопросу, какой должна быть политическая стратегия государств, чтобы она позволила максимально использовать социально-экономический потенциал культуры для повышения конкурентоспособности и экономического роста ЕС, и выдвинули ряд конкретных предложений.

Так, государственный секретарь ЕС по делам культуры, высшего образования и науки г-жа Октавия Модер рекомендовала проводить регулярные европейские совещания по культуре, которые позволили бы заслушивать всех участников культурного процесса, представляющих частные, государственные, профессиональные сферы деятельности и упразднили бы практику многочисленных, разрозненных и несогласованных встреч. Госсекретарь подчеркнула также необходимость добиваться полного понимания фундаментального значения культуры в целом для европейского строительства. В этой связи она призвала не забывать и о всеобъемлющей роли культуры, которая выходит за пределы экономических интересов.

По материалам интернет-сайта Еврокомиссии

Г. Вовк