

Морева Е.Л.

Современная культурная политика Мексики и культурные производства как фактор национального инновационного развития

Морева Евгения Львовна — кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, РФ.

E-mail: ELMoreva@fa.ru

SPIN-код РИНЦ: [7145-5829](https://elmoreva.spin.ru)

Аннотация

Статья посвящена анализу расхождений между современной культурной политикой Мексики, опирающейся на концепцию культуры как важного основания инновационного развития экономики, и ограниченными возможностями культурных производств выступить в роли драйвера инноваций.

Ключевые слова

Культурная политика, культурные производства, ценностный подход, инновации, мексиканская экономика, культурные индустрии.

В поиске путей перехода России к инновационному развитию важно не ограничиваться собственными теоретическими взглядами и пока не очень удачным практическим опытом, но также учитывать и использовать зарубежные подходы к решению этого вопроса. С этой точки зрения особый интерес представляет практика стран, обладающих сходными с Россией общественно-экономическими характеристиками и сталкивающимися с аналогичными проблемами. В этом отношении было бы полезно ознакомиться с экономико-политическими подходами Мексиканских Соединенных Штатов.

Имея сопоставимые с Россией общеэкономические характеристики (ВВП на душу населения, численность населения, а также ряд других параметров), эта страна, как правило, устойчиво соседствует с Россией во многих специальных международных экономических рейтингах, включая и инновационные¹. Обладая, таким образом, определенным сходством с Россией и пытаясь решать сходные проблемы форсирования перехода к инновационному развитию, Мексика может стать подходящим объектом для сравнительного анализа, нацеленного на выяснение возможностей и ограничений экономико-политического стимулирования производства в том или ином секторе хозяйственной жизни на основе освоения новшеств.

Изучение мексиканских практик представляет в этом отношении особый интерес, поскольку в последние годы эта страна существенно расширила свой

¹ Global Innovation Index 2017. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/> (accessed: 19.10.2017); Innovation Capacity Index Rankings 2010–2011 // The Innovation for Development Report [Site]. URL: http://www.innovationfordevelopmentreport.org/papers/ICIRankings2010_11.pdf (accessed: 19.10.2017); The Innovation Imperative in Manufacturing // BCG Perspectives [Site]. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/innovation_manufacturing_innovation_imperative_in_manufacturing/?chapter=3 (accessed: 19.10.2017).

инструментарий активизации инноваций. Накопленный при этом опыт и его оценка важны для учета в России, еще не подобравшей действенные средства для перехода к инновационной экономике.

Культурная политика Мексики и ее теоретические основы

К числу новых мер, к широкому освоению которых Мексика приступила лишь в последние пару десятилетий, относится культурная политика, в рамках которой к культуре подходят не только как к системе человеческих и общественных ценностей, но и как к особому виду производства — культурному, — воздействие на которое позволяет активизировать инновации в экономике².

В Национальном плане развития на 2013–2018 гг. работу в этой сфере тесно связывали с решением задач выхода страны на траекторию устойчивого и инклюзивного социально-экономического развития. Перед призванной укрепить эту связь культурной политикой была поставлена цель не только обеспечивать сохранность культурного наследия, но также стимулировать его как можно более широкое распространение, тем самым развивая творческое начало мексиканцев, и интегрировать культуру с технологическим развитием и инновациями³.

Основанием для такой постановки вопроса послужило признание культуры не только особой сферой жизнедеятельности, но одновременно и важной составляющей экономики, способной, помимо собственного роста, серьезно влиять на всю общественно-экономическую жизнь страны и ее успехи в сфере инноваций. Такая позиция, в свою очередь, опирается на концепции культуры как драйвера экономического и инновационного развития, получившие сегодня широкое распространение⁴.

Среди них выделился ценностный (*value-based*) подход, в рамках которого культуру рассматривают как категорию более высокого уровня, чем инновации. Это

² Jiménez L. Mexico City: Cultural Policies, Governance and Civil Society // Cultures and Globalization: Cities, Cultural Policy and Governance (The Cultures and Globalization Series) / Eds.: H.K. Anheier, Y.R. Isar. London: Sage, 2012; Palma L.A., Aguado L.F. Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía // Revista de Economía Institucional. 2010. Vol. 12. Núm. 22. P. 129–165.

URL: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/386> (accessed: 19.10.2017).

³ El Plan Nacional de Desarrollo 2013–2018. Mexico, Gobierno de la Republica, 2013.

⁴ UN System Task Team on the Post-2015 UN Development Agenda. Culture: A Driver and Enabler of Sustainable Development / UNESCO. May 2012. URL: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/post2015/pdf/Think_Piece_Culture.pdf (accessed: 19.10.2017); Bharucha R. Alternative Paradigms to the “Creative Economy” // Cultures and Globalization: Cultural Expression, Creativity and Innovation (The Cultures and Globalization Series) / Eds.: H.K. Anheier, Y.R. Isar. London: Sage, 2010; Bouquillon P., Miège B., Moeglin P. L’industrialisation de biens symboliques, les industries créatives en regard des industries culturelles. Grenoble: PUG coll., 2013; Nivón E. El malestar en la cultura. Conflictos en la política cultural mexicana reciente // Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. 2004. Núm. 7. URL: <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/numero7.htm> (accessed: 19.10.2017).

объясняют ценностной природой культуры, реализующейся через разные сферы человеческой жизнедеятельности, в т. ч. производственную, одной из форм которой являются инновации.

Активизацию культурного начала в экономике ученые связывают с появлением *Web 2.0* технологий и их последующих поколений, которые начали применять с конца прошлого века⁵. Новые технологии существенно изменили коммуникационные процессы: открыли новые каналы общения, участники которых не просто обмениваются между собой информацией, но и совместно создают их контент (*self-made content*). Таким образом, они не только увеличивают свое присутствие в информационных потоках и получают большие объемы разных сведений, но и развивают в себе креативные начала. (В рамках настоящей статьи термины «креативность», «креативные начала», «творчество», «творческая активность» и иные связанные с ними понятия использованы как синонимы).

В свою очередь, в экономике развитие технологий проявляется в виде растущего творческого потенциала работников⁶. Он, будучи эффективно задействованным, активизирует развитие инноваций. Таким образом, использование *Web 2.0* и последующих технологий открывает путь не только к существенному повышению эффективности действующих производственных процессов, о чем немало сказано в специальной литературе, но и к их серьезной трансформации на основе использования повышенной по сравнению с прежними условиями творческой активности работника.

При этом механизмы действия указанных процессов объясняются разными авторами неодинаково⁷. Одни исследователи сосредотачиваются на ценностных аспектах коммуникации, связывая развитие креативных начал с привлекательностью вызывающего его (развитие) ценностного образа, созданного в процессе общения. Выступая в роли своеобразного аттрактора, этот образ не только стимулирует творчество участников коммуникационного процесса, но и рост их числа. При этом между ними складываются новые — сетевые — отношения, которые, будучи

⁵ Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking the Cultural Economy / Eds.: T. Edensor, D. Leslie, S. Millington, N. Rantisi. London; New York: Routledge, 2009.

⁶ Gibson C. Cultures at Work: Why “Culture” Matters in Research on the “Cultural” Industries // Social and Cultural Geography. 2003. No 4 (2). P. 201–215; International Fund for Cultural Diversity. Investing in Creativity. Transforming Societies / UNESCO, 2012. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/ENG-Full%20Booklet_0.pdf (accessed: 19.10.2017).

⁷ Pieterse E., Gurney K. Johannesburg: Investing in Cultural Economies or Publics? // Cultures and Globalization: Cities, Cultural Policy and Governance (The Cultures and Globalization Series) / Eds.: H.K. Anheier, Y.R. Isar. London: Sage, 2012; Santagata W. The Culture Factory. Creativity and the Production of Culture. Berlin: Springer, 2010.

обращенными в экономику, приводят к появлению и укреплению в ней нового типа организации — сетевой, которая генерирует инновации⁸.

Другая группа исследователей объясняет стимулирующее влияние культуры на инновации в экономике усложнением информационных потоков коммуникации. С *Web 2.0* технологиями прежние однонаправленные, по Шеннону, потоки сменили другие — встречные, которые, соответственно, требуют и нового организационного оформления в виде распределенных сетей, разного рода хабов и других подобных структур. В экономической сфере такие изменения проявились в возникновении вместе с инновациями новых моделей экономической организации — «координированных социальных сетей», «распределенных сетевых социальных рынков» и т. п.⁹

Кроме этих особенностей, к числу новых хозяйственных реалий часто относят смену предложения в роли экономического драйвера распределением; превращение ранее инертных работников в активных творцов. Обычно эти изменения трактуются в духе постиндустриального перехода, где производство оказывается сродни искусству, привлекает богатым культурным содержанием, демократизируется и становится все более инновационным.

Близость такому же выводу заключений авторов первого из перечисленных направлений позволяет рассматривать и тех и других как сторонников единой теоретической конструкции. Та, в свою очередь, задает основу для анализа других концепций, отражающих появление в современной экономике разнообразных производств с богатым культурным содержанием. Сосредотачиваясь на разных аспектах таких производств, исследователи обозначают их в терминах «культурных индустрий», «креативных индустрий», «культурного сектора» и т. п.¹⁰ (В рамках настоящей статьи мы отвлеклись от стоящих за ними различий и использовали их как синонимичные). При всем своем многообразии, взгляды их авторов отражают разные аспекты нового комплекса условий, в которых культура превратилась в «универсальную технологию социального общения» и творчества, распространяющуюся в т. ч. и на производство¹¹.

⁸ *Klamer A. Doing the Right Thing: A Value Based Economy. Hilversum: SEC, 2016.*

⁹ *Participative Web: User-Created Content. Working Party on the Information Economy / OECD, 2007. URL: <http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf> (accessed: 19.10.2017).*

¹⁰ См., к примеру, анализ концепций культурных индустрий креативности: *Морева Е.Л. Креативность как инновационный фактор // Россия: тенденции и перспективы развития. М.: ИНИОН РАН, 2017. Вып. 12. Ч. 2. С. 455–460; Морева Е.Л. О Европейском Индексе Креативности // Современные проблемы маркетинга и менеджмента российских предприятий: Сборник научных трудов. М.: МЭСИ, 2008. С. 170–182; Lobato R. Creative Industries and Informal Economies: Lessons from Nollywood // *International Journal of Cultural Studies*. 2010. No 13 (4). P. 337–354.*

¹¹ *Hartley J., Wen W., Siling Li H. Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries. London: Sage, 2015.*

В свою очередь, на таком фоне ясно проявляется неравномерность распространения креативных начал в разных областях экономического пространства. С их повышенной концентрацией часто связывают вышеупомянутое понятие креативных индустрий. Несмотря на то, что в специальной научной литературе и разного рода документах практического характера встречается большое число определений и классификаций, в большинстве случаев их характерной чертой называют сильное влияние на инновации в других секторах экономики¹².

Отсюда — идея специального воздействия на культурные производства в целом и культурные индустрии в особенности для стимулирования инновационного развития экономики¹³. Такой подход был использован при составлении Национального плана развития Мексики на 2013–2018 гг., а также при разработке направлений национальной культурной политики, преследующих задачи активизации инноваций в обществе и экономике.

Обращаясь к культуре как к органической составляющей инноваций, в документах ставились задачи развития в бизнесе творческих начал, открывающих новые возможности роста производства и создания дополнительных рабочих мест. Ссылки на культуру содержали почти все стратегические инициативы, перечисленные в главном документе национального развития. К числу этих инициатив относились следующие: Вклад в демократическое развитие (Стратегия 1.1.1.); Сохранение целостности, стабильности и устойчивости государства (Стратегия 1.2.1.); Обеспечение государственной политики в области прав человека (Стратегия 1.5.1.); Политика обеспечения равенства и недискриминации (Стратегия 1.5.4.); Предупреждение чрезвычайных ситуаций (Стратегия 1.6.1.); Интеграция политических действий для обеспечения всех этапов жизненного цикла населения (Стратегия 2.2.2.); Обеспечение благосостояния и развития национальных меньшинств (Стратегия 2.2.3.); Совершенствование здравоохранения уязвимых групп населения (Стратегия 2.3.3.); Улучшение качества и эффективности образования (Стратегия 3.1.3.); Расширение доступа всех к образованию (Стратегия 3.2.1.); Классификация культуры как сферы базовых услуг населению (Стратегия 3.3.1.); Развитие культурной инфраструктуры (Стратегия 3.3.2.); Защита и сохранение национального культурного наследия

¹² *Coombe R.* Protecting Cultural Industries to Promote Cultural Diversity: Dilemmas for International Policy-making Posed by the Recognition of Traditional Knowledge // *International Public Goods and Transfer of Technology Under a Globalized Intellectual Property Regime* / Eds.: K. Maskus, and J.H. Reichman. Cambridge: Cambridge University Press, 2005; *Flew T.* The Creative Industries: Culture and Policy. London: Sage, 2012.

¹³ *Cunningham S.* Hidden Innovation: Policy, Industry and the Creative Sector. Melbourne: Penguin Books Australia, 2013.

(Стратегия 3.3.3.); Поддержка креативных индустрий и интеграция инвестиций в культуру с вложениями в другие сферы производственной деятельности (Стратегия 3.3.4.); Расширение всеобщего доступа к культуре посредством информационно-коммуникационных технологий (Стратегия 3.3.5.); Разработка программы развития спортивной инфраструктуры (Стратегия 3.4.1.); Увеличение доходов государственного сектора (Стратегия 4.1.2.); Обеспечение достойного труда (Стратегия 4.3.2.); Стимулирование предпринимательства и укрепление малых и средних предприятий (Стратегия 4.8.4.); Стимулирование инновационной активности и повышение конкурентоспособности туризма (Стратегия 4.11.2.); Повышение доходов туристической отрасли и ее превращение в источник социального благосостояния (Стратегия 4.11.4.); Укрепление связей с европейскими странами (Стратегия 5.1.3.); Укрепление связей со странами Ближнего Востока и Африки (Стратегия 5.1.5.); Укрепление международного положения Мексики посредством расширения экономической и культурной деятельности и туризма (Стратегии 5.2.1. и 5.2.2.). Эти инициативы стали основанием разработки и мониторинга планов культурной политики.

Соответственно, в Специальной Программе Культуры и Искусства на 2014–2018 гг. были поставлены задачи реализовать стратегические инициативы Национального плана развития 2013–2018 гг. с максимальной эффективностью и в координации с другими направлениями действий. В ней отмечалось, что культура способна влиять на развитие страны и способствовать повышению производительности. Для этого требовалось проводить современную культурную политику, стимулировать освоение экономического потенциала культуры и развитие заключенных в ней творческих начал, обеспечивать распространение культуры по всей стране.

При этом особое внимание предполагалось уделять культурным индустриям как отдельному экономическому сектору, увеличивать их влияние на развитие туризма, составлять программы их развития, создавать специальные фонды поддержки художественного творчества, различных культурных проектов и связанных производств (например, аудиовизуальных средств).

Согласно поставленным задачам были определены направления действий и их ключевые параметры. К ним, в частности, относились расширение охвата населения культурными мероприятиями (на 6,3% по сравнению с 2013 г.), радио- и телевещанием, печатной продукцией; вовлечение жителей в интернет-среду; перевод культурного достояния и разного рода публикационных материалов в цифровой формат для

последующего их распространения по всей стране; увеличение масштабов подготовки специалистов в сфере культуры и их численности (на 45,6% по сравнению с 2013 г.) и др.¹⁴

Вместе с тем в документе признавалось и наличие серьезных препятствий для достижения поставленных задач, таких, как проблемы организационного характера — «атомизация» культурных действий и их недостаточно согласованное осуществление; слабая интеграция культурной политики и других сторон жизни общества (туризма, экономической и социальной сфер, международных отношений и др.); системные проблемы в виде слабости культурной инфраструктуры; проблемы неравномерного развития культуры в разных районах страны.

Преодоление этих сложностей связывали, прежде всего, с совершенствованием управленческих технологий и грамотным ресурсным обеспечением. С учетом этих мер намеченная культурная политика должна была позволить эффективно освоить экономический потенциал культуры и серьезно активизировать инновации.

Динамика развития культурного сектора Мексики

Состоятельность запланированных действий, казалось бы, подтверждаются практикой. Имеющиеся официальные данные указывают на рост хозяйственного влияния культурного сектора экономики и позволяют ожидать повышения инновационной активности экономики. На такой рост указывают, например, данные сателлитного счета культуры, составляемого по методике ООН с конца 2000-х гг. Они свидетельствуют о росте культурных производств и их вклада в ВВП страны с 2,7% в 2008 до 2,9% в 2015 г. (см. Рисунок 1).

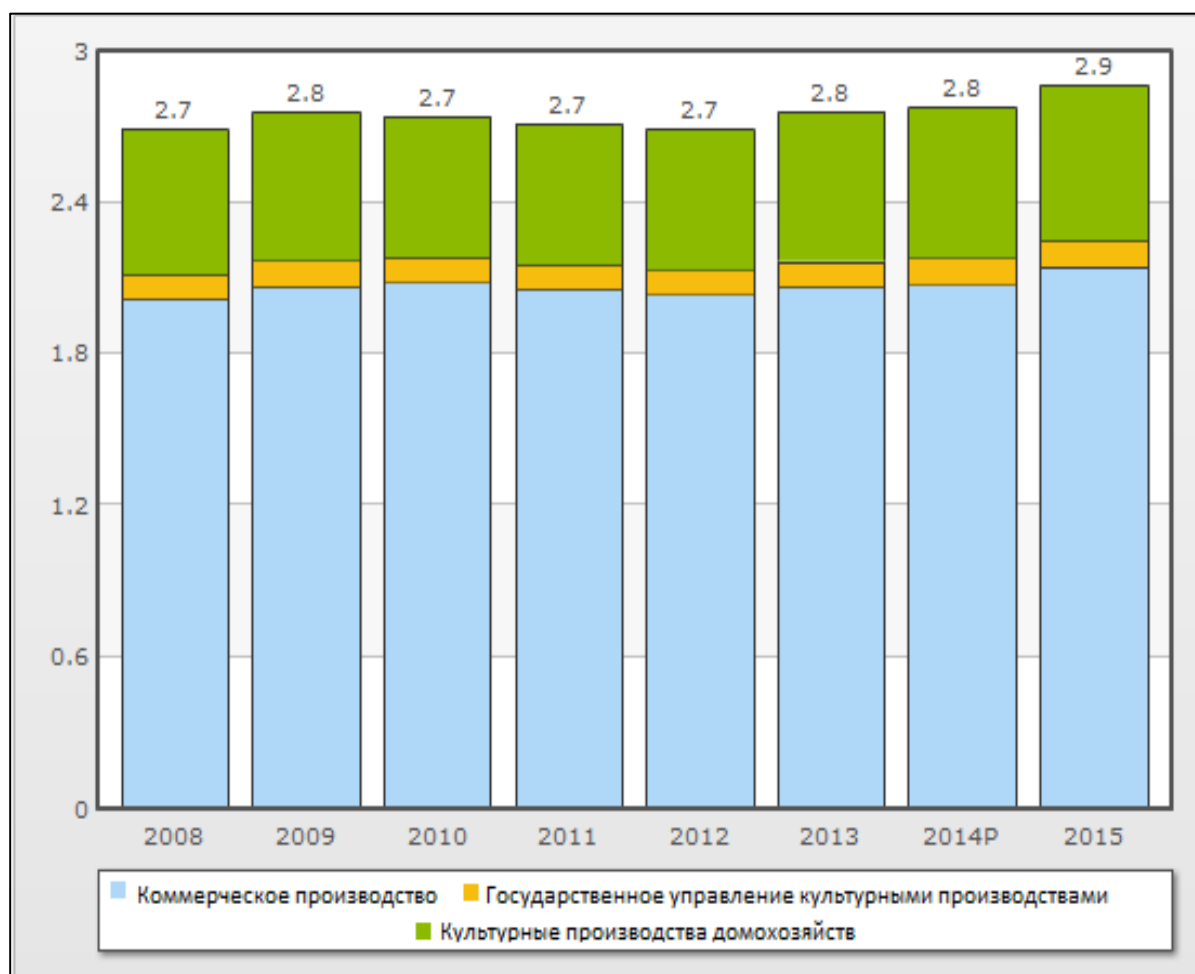
Кроме того, показанная на Рисунке 1 динамика сопровождается увеличением числа рабочих мест. Только в текущем десятилетии занятость в культурном секторе увеличилась с 779 тыс. чел. в 2011 г. до 1 045 тыс. чел. в 2015 г. В целом ряде культурных сегментов, где интенсивно используется авторское право (*copyright-based industries*), работает более 11% всех занятых страны¹⁵.

Мексиканский сектор культуры выделяется среди аналогичных секторов других стран и по темпам интернационализации. В XXI в. он лидирует среди культурных индустрий развивающихся государств по объемам экспорта. Не случайно поэтому сектор оказался чрезвычайно привлекательным для инвестиций. Его рост происходит на фоне

¹⁴ PROGRAMA Especial de Cultura y Arte 2014–2018. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. URL: www.conaculta.gob.mx (accessed: 19.10.2017).

¹⁵ Mexican Electronic Industry succeeds in the World Markets // Trade Links. Lazos Comerciales. 2011. No 10. URL: http://www.siavi.economia.gob.mx/sic_php/pages/bruselas/trade_links/ing/octing2011.pdf (accessed: 19.10.2017).

важных изменений в сфере цифровых технологий. Мексика все более претендует на превращение в крупнейший App-хаб не только Латинской Америки, но и всего мира.



P — предварительные данные.

Рисунок 1. Доля культурных производств в ВВП Мексики, 2008–2015 гг. (%)¹⁶

Также в стране поступательно ликвидируются барьеры, препятствующие развитию современных ИКТ, — высокая монополизация сектора ИКТ, усугубляющее цифровое неравенство высокое налогообложение и др. В результате в Мексике повышаются темпы освоения разного рода интернет-приложений, растут связанные с ними производства. Так, число интернет-пользователей в Мексике последовательно выросло с 34% населения страны в 2010 г. до 59% к середине десятилетия. Хотя темпы изменений не являются устойчивыми, они не дают оснований предполагать затухание тренда (см. Таблицу 1).

¹⁶ Источник: Cuenta Satélite De La Cultura De México, 2015 // Comunicado De Prensa. Núm. 274/17. 30 de junio de 2017. Mexico, INEGI, 2015. P. 2. URL: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/cscm/cscm2017_06.pdf (accessed: 19.10.2017).

Таблица 1. Рост масштабов использования интернета в Мексике¹⁷

Год	Темпы распространения интернета в стране (рост числа пользователей)	Темпы роста (цепные индексы)
2010	34%	9,7%
2011	40%	17,6%
2012	43%	7,5%
2013	49%	14,0%
2014	51%	4,1%
2015	59%	15,7%

Вместе с этим расширяются и основания для коммуникаций, а вслед за ними, как утверждают приведенные выше теории, должны были усиливаться и инновации. Действительно, у интернет-пользователей отмечаются существенные изменения социальных и культурных привычек, моделей поведения. Вместе с новыми интернет-технологиями новые паттерны поведения проникают в хозяйственную жизнь, изменяют способы ведения бизнеса.

Особую роль в этом играют разного рода приложения для смартфонов — App экономика. Благодаря им потребители могут не только активнее участвовать в культурных коммуникациях, но и управлять производством, легче и быстрее транслируя новые формы связей, созданных при культурном общении. Характерно, что из общего числа интернет-пользователей в Мексике 77% приходится именно на тех, кто работает со смартфонами.

Вместе с новыми технологиями в экономике все более распространяются новые, не характерные для прежних времен организационные формы экономических отношений: сетевые структуры, кластеры с участием культурных производств, альтернативные наемному труду формы деятельности — т. н. система фриланса, самозанятости и др.

Казалось бы, все это позволяет ожидать превращения культурных индустрий в драйвер инновационного развития. Однако для окончательного вывода требуется учесть еще ряд обстоятельств. Так, например, при пересчете в постоянных ценах темпы роста культурного сектора оказываются заметно ниже исчисленных в текущих ценах. График на Рисунке 2 иллюстрирует ситуацию постепенного снижения темпов роста сектора культуры после стремительного подъема 2009–2010 гг., последовавшего за спадом вследствие мирового финансово-экономического кризиса конца 2000-х гг. Эта динамика примерно соответствовала общенациональной, а то и отставала от нее.

¹⁷ Источник: *Di Ionno M., Mandel M. The Rise of the Mexican App Economy / PPI — Progressive Policy Institute. August 2016. P. 41. URL: <http://www.progressivepolicy.org/issues/economy/mexico-rise-mexican-app-economy/> (accessed: 19.10.2017).*



P — предварительные данные.

Рисунок 2. Степень изменения ВВП страны и ВВП сектора культуры в 2008–2013 гг. (цены 2008 г.)¹⁸

Далее, этот тренд явно контрастирует с высокими темпами увеличения числа занятых в секторе культуры. Прирост в размере почти 35% за период 2011–2015 гг. заставляет поднять вопрос о снижении эффективности культуры как экономического сектора, а вслед за тем и о неочевидности ее инновационных эффектов.

Те же проблемы встают и при анализе культурного сектора Мексики, проводимом на основе альтернативных расчетов. Например, эксперты Мексиканского института проблем конкурентоспособности и Национальной кинематографической ассоциации относят к культурным производствам большее число индустрий, чем официальные власти, и, соответственно, выше оценивают их вклад в экономику. (Под культурными производствами понимаются производства, продукция которых защищена авторским правом, является составной частью других производств и/или используется при распространении их продукции). В их расчетах учитываются также присутствие в культурных индустриях значительного массива неформальных хозяйственных операций. Соответственно, в зависимости от полноты учета вышеперечисленных составляющих культурных производств, их вклад в национальный ВВП оценивается в диапазоне от 3,1%

¹⁸ Источник: Sistema de Cuentas Nacionales de México: cuenta satélite de la cultura de México 2013. México: INEGI, 2015. P. 6.

до 6,1% ВВП. Но при этом во всех случаях динамика их роста практически без исключений оказывается ниже средней по стране.

К аналогичному выводу пришли и исследователи Бюро экономического анализа США. По их данным, темпы роста культурных индустрий Мексики в 1998–2012 гг. составили 0,9% против 1,5% национальной экономики в целом. Вклад креативных индустрий, который в начале XXI в. оценивался в размере 3,8% ВВП, сократился к началу 2010-х гг. до 3,5%¹⁹.

Причины сокращения сектора культуры в экономике обе группы аналитиков объясняют спецификой организационного развития креативных предприятий, ориентирующихся на освоение новых каналов распределения, но не предусматривающих сопровождающего его снижения маржинальной доходности. Таким образом, фактически культурные индустрии не становятся новым экономическим драйвером, как это предсказывала теория.

На наш взгляд, однако, приведенных аргументов не достаточно для окончательных выводов о неэффективности культурных индустрий. Ведь в них, по сути, речь идет об очередном этапе интеграции предприятий сектора в экономику, освоении ими правил поведения на рынке и определении места на нем. Поскольку процесс этот не может быть линейным, выявленная динамика свидетельствует лишь об определенном этапе утверждения предприятий сектора на рынках, но не показывает всю тенденцию. Для такого рода выводов требуются широкие межстрановые исследования, подразумевающие анализ культурной динамики за значительные промежутки времени.

Между тем, статический анализ состояния субъектов культурной деятельности в Мексике обнаруживает важные обстоятельства, заставляющие вносить существенные поправки в вышеприведенные концепции влияния культуры на инновационную активность и возможности достижения целей национальной культурной политики на основе этих концепций.

Формы и содержание отношений труда лиц творческих профессий

Такие обстоятельства позволяет выявить недавнее исследование трудовой деятельности выпускников мексиканских вузов, получивших творческие профессии. Его авторы изучили группы выпускников по наиболее известным и популярным в стране специальностям: дизайну, работе на телевидении и в кинематографии, IT-дизайну, а также

¹⁹ Industrias creativas & obra protegida / IMCO, 2015. P. 12. URL: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/08/2015-Propiedad_intelectual-Libro_completo.pdf (accessed: 19.10.2017).

маркетингу и рекламе. При этом использовались данные официальных источников и специальных опросов.

Результаты исследования показали, что, несмотря на популярность указанных профессий, их приобретение не гарантирует выпускникам занятость по специальности. Ее получили чуть меньше половины дизайнеров, около половины работников кинематографии, телевидения и ИТ-дизайна, а также небольшой процент маркетологов и специалистов по рекламе. При этом, правда, шансы устроиться на работу, пусть и не по специальности, у них оказались выше, чем в среднем по стране. В первой из перечисленных групп безработица составила 0,8% при среднем показателе по стране 4,2%. Еще меньшей она была во второй и третьей группах²⁰.

Почти вся занятые, однако, оказались тесно связанными со своими работодателями неформальными связями, хотя и в разной степени. Если среди выпускников кинематографических, телевизионных и иных схожих специальностей непосредственно в неформальном секторе работало порядка 20% специалистов, то среди маркетологов и специалистов по рекламе этот процент превышал 25%, а у дизайнеров был больше 51%. И хотя на фоне 58% неформальной экономики в Мексике в целом приведенные цифры не выглядят чрезмерно большими, они, тем не менее, указывают на слабость и уязвимость позиции обладателей творческих специальностей и, соответственно, ставят под вопрос наличие у них свободы для творчества. Эти сомнения подтверждаются и при опросах самих специалистов творческих профессий. Они часто признаются, что не видят особых возможностей для творческой работы в креативных индустриях, что их труд часто обесценивается, не стимулирует креативность, а имеющиеся сети на деле не помогают сбалансировать спрос и предложение на рынке труда.

Косвенным подтверждением ограниченных возможностей креативной деятельности работников творческих профессий служат показатели разницы между средней оплатой труда занятых на официальных и неформальных производствах. Так, если во второй из рассмотренных групп специалистов, где доля теневой занятости была наименьшей, эта разница составляла 15–20%, то у маркетологов и специалистов по рекламе, второй по степени распространения теневой занятости группы, она превышала уже 35%, а у наиболее сильно вовлеченных в неформальные связи дизайнеров составляла свыше 300%.

²⁰ Castañeda Rivera E., Garduño Bello B. Mapa de las industrias creativas en México. Proyección para CENTRO // ECONOMÍA CREATIVA. 2017. Núm. 7. P. 118–166.
URL: http://centro.edu.mx/ojs_01/index.php/economicreativa/article/view/140 (accessed: 19.10.2017).

В этих условиях распространение самозанятости, фриланса и других контрактных форм связей, которые рассматриваются как альтернатива индустриальному наемному труду, претендуют на новое, постиндустриальное, содержание и должны бы стимулировать инновации через внешние эффекты, на деле означает обратное. Эти формы оказываются не адекватными творчеству и не способствуют тому, чтобы бизнес высоко ценил и использовал этот ресурс.

Такой вывод косвенно подтверждает и соотношение доли самозанятых (как типичных субъектов новых форм связей, но со старым содержанием) и степени распространения теневых связей среди указанных групп работников творческих профессий. Так, самые высокие показатели самозанятости были среди дизайнеров (26% против 58% наемных работников и 16% работодателей), где теневая экономика и соответствующий разрыв в оплате труда оставались наивысшими. Самые низкие показатели — 9% (против 68% наемных работников и 23% работодателей) — наблюдались у работников кинематографии, телевидения и ИТ-дизайна, группы с наименьшими показателями теневой экономики и разрывом в оплате труда.

Это заставляет вносить существенные поправки в подходы на основе признания связи между культурным сектором, творчеством и инновациями. В конкретных мексиканских условиях креативность выступает как один из признаков профессиональной принадлежности, который не гарантирует, однако, его реального использования на производстве. Вышеуказанная связь реализуется не полностью.

Вместе с тем, сделанный вывод не следует абсолютизировать. По данным упомянутого исследования, не менее 20% выпускников всех групп имели интересную, по их мнению, работу по специальности и получали доход заметно выше среднего: не менее 16 тыс. песо у кинематографистов, работников телевидения и ИТ-дизайнеров, более 12 тыс. песо у маркетологов и специалистов по рекламе и свыше 10 тыс. песо у дизайнеров. Это указывает на наличие подходящих для творчества условий в определенной части экономики Мексики.

На локализацию подходящей работы творческого характера указывало пространственное распределение тех выпускников, чья креативность оказалась востребованной, и наоборот. Первые преобладают в северных и центральных, экономически более развитых районах Мексики, вторые — в менее развитых, на юге. При этом прослеживается аналогичная связь между по-настоящему эффективным творчеством и тенденциями кластеризации, наблюдаемыми в указанных районах. Аналитики объясняют это по М. Портеру — связывая экономически развитые районы с интенсивной конкуренцией, которая заставляет бизнес прибегать к творческому подходу и инновациям.

Различия условий для реализации креативности в разных районах Мексики и ее использование для производства инноваций требует взвешенно корректировать первоначальные подходы к культурной политике и культурным производствам. Рассчитанная исключительно на северный вариант, национальная культурная политика оказывается слабо подкрепленной практикой, а потому общая ее действенность и результативность ставится под сомнение.

Чтобы избежать этого, культурную политику страны, которая теоретически опирается на самые современные взгляды на роль культуры в экономике и ее инновационном развитии, следует подкрепить тщательным анализом национальных условий (содержания бизнеса, структуры спроса и предложения творческого труда лиц культурных профессий, степени распространения теневой экономики и др.) с точки зрения их соответствия хозяйственным реалиям, порождающим вышеуказанные теории. Сделанные выводы позволят существенно оптимизировать экономико-политические усилия и на этапе планирования культурной политики, и при ее реализации.

Эти заключения могут быть также полезны при разработке и осуществлении культурной политики России для стимулирования инновационного развития экономики. Обращение к такому курсу представляется весьма перспективным для производства, в котором проблема создания и освоения новшеств пока не находит своего решения, а политика культурного развития на него не рассчитана.

Признавая культуру национальным приоритетом и важнейшим фактором повышения качества жизни и гармонизации общества, сохранения его целостности, потенциал культуры в стимулировании инноваций остается пока не востребуемым. Перспектива его освоения не фигурирует и среди ключевых направлений, обозначенных в отечественной Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года.

Использование указанной возможности, однако, требует тщательной подготовки. Мексиканский опыт показывает, что даже если при ее разработке опираться на последние зарубежные теоретические подходы и действующие нормативные институты, эффект может не соответствовать ожиданиям. Показать наличие или отсутствие такой угрозы позволил бы предварительный комплексный анализ состояния культурных индустрий России, их места в национальной экономике и его изменения во времени, структуры и содержания отношений в этом секторе. Отказ от такого анализа чреват рисками расхождения между принятым курсом и хозяйственной практикой, девальвацией предпринимаемых усилий и консервацией низкой инновационной активности.

Список литературы:

1. *Морева Е.Л.* Креативность как инновационный фактор // Россия: тенденции и перспективы развития. М.: ИНИОН РАН, 2017. Вып. 12. Ч. 2. С. 455–460.
2. *Морева Е.Л.* О Европейском Индексе Креативности // Современные проблемы маркетинга и менеджмента российских предприятий: Сборник научных трудов. М.: МЭСИ, 2008. С. 170–182.
3. *Bharucha R.* Alternative Paradigms to the “Creative Economy” // Cultures and Globalization: Cultural Expression, Creativity and Innovation (The Cultures and Globalization Series) / Eds.: H.K. Anheier, Y.R. Isar. London: Sage, 2010.
4. *Bouquillon P., Miège B., Moeglin P.* L’industrialisation de biens symboliques, les industries créatives en regard des industries culturelles. Grenoble: PUG coll., 2013.
5. *Castañeda Rivera E., Garduño Bello B.* Mapa de las industrias creativas en México. Proyección para CENTRO // ECONOMÍA CREATIVA. 2017. Núm. 7. P. 118–166. URL: http://centro.edu.mx/ojs_01/index.php/economiacreativa/article/view/140 (accessed: 19.10.2017).
6. *Coombe R.* Protecting Cultural Industries to Promote Cultural Diversity: Dilemmas for International Policy-making Posed by the Recognition of Traditional Knowledge // International Public Goods and Transfer of Technology Under a Globalized Intellectual Property Regime / Eds.: K. Maskus, and J.H. Reichman. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
7. Cuenta Satélite De La Cultura De México, 2015 // Comunicado De Prensa. Núm. 274/17. 30 de junio de 2017. Mexico, INEGI, 2015. URL: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/cscm/cscm2017_06.pdf (accessed: 19.10.2017).
8. *Cunningham S.* Hidden Innovation: Policy, Industry and the Creative Sector. Melbourne: Penguin Books Australia, 2013.
9. *Di Ionno M., Mandel M.* The Rise of the Mexican App Economy / PPI — Progressive Policy Institute. August 2016. URL: <http://www.progressivepolicy.org/issues/economy/mexico-rise-mexican-app-economy/> (accessed: 19.10.2017).
10. El Plan Nacional de Desarrollo 2013–2018. Mexico, Gobierno de la Republica, 2013.
11. *Flew T.* The Creative Industries: Culture and Policy. London: Sage, 2012.
12. *Gibson C.* Cultures at Work: Why “Culture” Matters in Research on the “Cultural” Industries // Social and Cultural Geography. 2003. No 4 (2). P. 201–215.
13. Global Innovation Index 2017. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/> (accessed: 19.10.2017).

14. *Hartley J., Wen W., Siling Li H.* Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries. London: Sage, 2015.
15. Industrias creativas & obra protegida / IMCO, 2015. URL: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/08/2015-Propiedad_intelectual-Libro_completo.pdf (accessed: 19.10.2017).
16. Innovation Capacity Index Rankings 2010–2011 // The Innovation for Development Report [Site]. URL: http://www.innovationfordevelopmentreport.org/papers/ICIRankings2010_11.pdf (accessed: 19.10.2017).
17. International Fund for Cultural Diversity. Investing in Creativity. Transforming Societies / UNESCO, 2012. URL: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/ENG-Full%20Booklet_0.pdf (accessed: 19.10.2017).
18. *Jiménez L.* Mexico City: Cultural Policies, Governance and Civil Society // Cultures and Globalization: Cities, Cultural Policy and Governance (The Cultures and Globalization Series) / Eds.: H.K. Anheier, Y.R. Isar. London: Sage, 2012.
19. *Klamer A.* Doing the Right Thing: A Value Based Economy. Hilversum: SEC, 2016.
20. *Lobato R.* Creative Industries and Informal Economies: Lessons from Nollywood // International Journal of Cultural Studies. 2010. No 13 (4). P. 337–354.
21. Mexican Electronic Industry succeeds in the World Markets // Trade Links. Lazos Comerciales. 2011. No 10. URL: http://www.siavi.economia.gob.mx/sic_php/pages/bruselas/trade_links/ing/octing2011.pdf (accessed: 19.10.2017).
22. *Nivón E.* El malestar en la cultura. Conflictos en la política cultura mexicana reciente // Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura. 2004. Núm. 7. URL: http://www.oei.es/historico/pensar_iberamerica/numero7.htm (accessed: 19.10.2017).
23. *Palma L.A., Aguado L.F.* Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía // Revista de Economía Institucional. 2010. Vol. 12. Núm. 22. P. 129–165. URL: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/386> (accessed: 19.10.2017).
24. Participative Web: User-Created Content. Working Party on the Information Economy / OECD, 2007. URL: <http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf> (accessed: 19.10.2017).
25. *Pieterse E., Gurney K.* Johannesburg: Investing in Cultural Economies or Publics? // Cultures and Globalization: Cities, Cultural Policy and Governance (The Cultures and Globalization Series) / Eds.: H.K. Anheier, Y.R. Isar. London: Sage, 2012.
26. PROGRAMA Especial de Cultura y Arte 2014–2018. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. URL: www.conaculta.gob.mx (accessed: 19.10.2017).
27. *Santagata W.* The Culture Factory. Creativity and the Production of Culture. Berlin: Springer, 2010.

28. Sistema de Cuentas Nacionales de México: cuenta satélite de la cultura de México 2013. México: INEGI, 2015.
29. Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking the Cultural Economy / Eds.: T. Edensor, D. Leslie, S. Millington, N. Rantisi. London; New York: Routledge, 2009.
30. The Innovation Imperative in Manufacturing // BCG Perspectives [Site]. URL: https://www.bcgperspectives.com/content/articles/innovation_manufacturing_innovation_imperative_in_manufacturing/?chapter=3 (accessed: 19.10.2017).
31. UN System Task Team on the Post-2015 UN Development Agenda. Culture: A Driver and Enabler of Sustainable Development / UNESCO. May 2012. URL: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/post2015/pdf/Think_Piece_Culture.pdf (accessed: 19.10.2017).

Moreva E.L.

The Modern Cultural Policy and the Cultural Production as a Factor of National Innovation Development

Eugenia L. Moreva — Ph.D., Associate Professor, Financial University under the Government of Russian Federation, Moscow, Russian Federation.

E-mail: ELMoreva@fa.ru

Annotation

The article contains the analysis of the reasons of discrepancies between the contemporary cultural policy in Mexico, based on the modern conceptions of culture as a fundamental for the innovative economic development, and the state of cultural production with its limited opportunities to become a driver for innovations.

Keywords

Cultural policy, cultural production, value-based approach, innovations, Mexican economy, cultural industries.