

УДК: 659.37

ИНДЕКСЫ КРЕАТИВНОГО КАПИТАЛА В СТРУКТУРЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ

Л. В. Володина

Восприятие территории в современном мире все больше зависит от рейтингов, и в первую очередь, нефинансовых, таких как: устойчивого развития, ESG, креативности, прозрачности и открытости власти и т.д. В статье рассмотрены влияние индексов креативности на формирование территориального имиджа. Анализируются понятия креатив, креативная индустрия, креативный капитал, индекс креативного капитала.

Ключевые слова: креатив, креативный капитал, индекс креативного капитала, устойчивое развитие, имидж территории.

Эффективным инструментом определения факторов конкурентоспособности территории (городов, стран, регионов) являются рейтинги — формализованные инструменты сопоставления ряда анализируемых объектов по определенным интегральным характеристикам (прежде всего индексам, а также индикаторам). Рейтинги создаются обычно имеющими общественное признание экспертными социальными институтами, регулярно публикуются и обновляются. Они позволяют субъектам принятия решения осуществлять выбор между различными охарактеризованными объектами в отношении тех или иных действий. Рейтинги территорий служат ориентирами для широкой общественности при принятии тех или иных решений. Применительно к территориям используются [1, 2, 10]:

- рейтинги национальных брендов;
- рейтинги деловой конкурентоспособности;
- рейтинги экономического развития регионов;
- инвестиционные рейтинги (расчет по регионам РФ, например, ведет, в частности, рейтинговое агентство РА «Эксперт»);
- рейтинги по производству различных видов продукции в различных регионах (расчеты ведут, как правило, отраслевые структуры, исследовательские агентства);
- электоральные рейтинги руководителей регионов;
- ESG – рейтинги;

• разнообразные рейтинги интернет-порталов и др.

Более подробно о влиянии рейтингов на имидж территории рассмотрено в информационно-справочном издании «Россия в зеркале международных рейтингов» [3]. Среди наиболее известных нефинансовых рейтингов территорий можно выделить следующие: рейтинг национальных брендов Anholt-GfK Nation Brands Index, предложенный С. Анхольтом; с 2014 года С.Анхольт выводит «Индекс хорошей страны» (Good Country Index), который составляется на основании 35 параметров, измеряющих вклад стран в семи категориях: наука и технологии, культура, мир и безопасность, мировой порядок, планета и климат, процветание и равенство, здравоохранение и благополучие, что позволяет оценить репутацию страны на международной арене в глобальном масштабе [4]; «Индекс креативного капитала», подготовленный фондом Calvert 22 и PwC в России [5]; «Индекс качества жизни в городах России» [6].

Важнейшей составляющей имиджа территории в последнее время является «креативный капитал». Примером эффективного использования креативных технологий как инструмента «мягкой силы» в брендинге городов могут служить результаты исследования «Индекс креативного капитала» (далее Индекс), осуществляемого фондом Calvert 22 и PwC в России с 2016 года [5]. Под креативным

капиталом создатели Индекса понимают особенности социальной и культурной инфраструктуры, возможности инновационно – креативного сектора и свойства институциональной среды, способствующие привлечению представителей креативных профессий и реализации их потенциала в экономическом разрезе в рамках отдельно взятого города. В основу базовой части рейтинга легла концепция трёх «Т» Ричарда Флориды: «Талант. Технологии. Толерантность». При составлении суммарных значений индекса учитывались как объективные статистические параметры, так и мнения креативных специалистов, которые оценивали качество экономической и социальной политики, комфортность среды, развитость инфраструктуры и сервисов, уровень толерантности.

Исследование креативного капитала проводится по 5 блокам:

1. Блок «Люди» определяет характеристики креативного сообщества и включает в себя как базовые социально-демографические показатели, так и индикаторы, отражающие характер общественного взаимодействия (открытость, толерантность и социальная активность).

2. Блок «Город» отражает текущие условия для развития креативной сферы и позволяет диагностировать состояние экономической, культурной, социальной, городской и научно-образовательной инфраструктуры.

3. Блок «Бизнес» базируется на общих показателях креативной экономики, оценке количества и качества креативных проектов и анализе инновационной инфраструктуры, необходимой для коммерциализации талантов креативного сообщества.

4. Блок «Власть» включает в себя показатели, отражающие степень заинтересованности местных властей в развитии креативных индустрий, а также уровень их открытости.

5. Блок «Бренд» иллюстрирует восприятие города во внешней среде и

основывается на экспертных опросах и медиа-анализе.

Дальнейшее развитие изучения роли креативных индустрий в формировании имиджа территории получило в совместных Calvert 22, ТеДо и ВЭБ РФ исследованиях «Индекса креативного потенциала в городах России». Основная цель создания данного Индекса – разработка нового инструмента на базе «Индекса Качества Жизни» ВЭБ РФ, а также запущенного в 2016 году «Индекса Креативного Капитала», составляемого в течение нескольких лет. Индекс, по мнению авторов, сделает возможной оценку фактического состояния креативных индустрий в российских городах, а также определение потенциала их роста в экономике. [6]

«Индекс качества жизни в городах России» ВЭБ РФ [6] – это информационно-аналитическая система, предназначенная для комплексной оценки социально-экономической ситуации в крупнейших городах России, основанная на использовании лучшего международного опыта. Индекс креативного потенциала создан для того, чтобы оценить фактическое состояние и перспективы развития креативных индустрий в городах России. Это, по мнению разработчиков, поможет городским и региональным властным структурам установить цели по развитию креативной экономики и адаптировать лучшие практики; бизнесу – определить перспективы своих деловых и социокультурных инициатив в городах; федеральной власти – сформировать общее видение развития креативных индустрий на национальном уровне. Главными задачами проекта являются развитие и повышение качества жизни в городах России. Разработанная система оценки позволяет определить особенности каждого города, участвующего в проекте. На базе полученных результатов предполагается формирование рекомендаций по возможным улучшениям качества жизни жителей в том или ином городе как в рамках отдельных направлений, так и в целом.

Информационно-аналитическая система состоит из нескольких компонентов:

- база данных, содержащая значения более чем 300 показателей для 218 городов России. С ее помощью можно анализировать и сравнивать города между собой, в том числе с зарубежными городами (по отдельным показателям);

- профили городов. Система позволяет изучить детальный портрет каждого города и сравнить значения по тем или иным показателям со средними по России или по кластеру сопоставимых городов.

Индекс качества жизни в городах определяется по 11 показателям:

- Жилищные условия.
- Доход и работа.
- Здоровье.
- Образование.
- Мобильность.
- Благоустройство.
- Природно-экологические условия.
- Безопасность.
- Общественная активность и права граждан.
- Проведение свободного времени.
- Удовлетворенность граждан.

По результатам исследования формируется отчет «Индекс качества жизни в городах России» [7].

Возросшее значение креативной экономики и ее влияние на формирование имиджа территории и, в конечном итоге, ее репутации, отмечено в «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» (далее Концепция), утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации 20 сентября 2021 г. № 2613-р. Концепция определяет цели, задачи, приоритеты, принципы, направления и механизмы государственной поддержки творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации. [8]

В Концепции используются следующие понятия [8]:

- «креативная экономика» – тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности. Ядром креативной экономики являются творческие (креативные) индустрии;

- «творческие (креативные) индустрии» – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества. К творческим (креативным) индустриям в Концепции относятся: индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия; индустрии, основанные на искусстве; современные медиа и производство цифрового контента; прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т.п.).

Развитие творческих (креативных) индустрий, отмечается в Концепции, влечет за собой мультипликативный экономический эффект, выражающийся, в том числе, в: расширении налогооблагаемой базы за счет выхода более качественной, клиент-ориентированной продукции и услуг с большей добавленной стоимостью на местные, региональные и международные рынки; создании новых рабочих мест как в локальных творческих (креативных) индустриях, так и в инвестиционных творческих (креативных) индустриях и росте вклада творческих (креативных) индустрий в экономику страны в целом; сокращении диспропорций социально-экономического развития, в том числе отставания уровня жизни населения сельских территорий от уровня жизни жителей городов, повышении уровня комфортности город-

ской среды, в том числе в крупных и крупнейших городских агломерациях, за счет использования потенциала творческих (креативных) индустрий; повышении туристической привлекательности территорий субъектов Российской Федерации, содействию узнаваемости отечественных брендов, созданию позитивного имиджа страны за рубежом, росте туристического и инвестиционного потенциала как Российской Федерации в целом, так и отдельных регионов. [8]

Концепция определяет необходимый и достаточный набор механизмов для государственной поддержки творческого (креативного) предпринимательства в целом, а также создания необходимых условий для формирования и устойчивого развития творческих (креативных) индустрий с учетом «умной» специализации территорий.

Примером учета влияния креативных индустрий на формирование имиджа города может служить «Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035» (далее Стратегия-2035). [9] Для достижения Генеральной цели определены три приоритета социально-экономической политики Санкт-Петербурга до 2035 года:

1. Приоритет «Город инноваций» (развитие в Санкт-Петербурге инновационно – технологической деятельности), характеризующийся постоянным развитием человеческого капитала, внедрением инноваций и передовых технологий во все сферы жизнедеятельности, повышением уровня интеграции всех элементов социально-экономической системы.

2. Приоритет «Комфортный город» (повышение уровня комфортности проживания в Санкт-Петербурге), направленный на развитие Санкт-Петербурга как гуманного и удобного для жизни города, отвечающего принципам современного «умного города» в части, касающейся пространственного развития и разнообразия городской среды, экологического благополучия, безопасности и мобильности.

3. Приоритет «Открытый город» (развитие эффективной системы внешних и внутренних коммуникаций Санкт-Петербурга), определяющий «открытую» позицию Санкт-Петербурга в геополитическом, социокультурном и торгово-экономическом аспектах, а также направленный на развитие Санкт-Петербурга как города, открытого людям и позитивным переменам, провозглашающего общепризнанные общественные ценности и активно участвующего в общественных событиях, интегрированного в международные процессы.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, следует отметить, что рейтинги, основанные на нефинансовых индексах, являются составляющей репутационного капитала и важным инструментом «мягкой силы» территории. Чем выше рейтинг, тем выше доверие и, как результат, репутация территории. Поэтому территориальные структуры, при разработке стратегии развития территории, должны учитывать и нефинансовые индексы рейтингов.

Список источников и литературы

1. Володина Л. В. Инвестиционная привлекательность территории как фактор геобрендинга // Российская школа связей с общественностью. 2020. № 18-19. С. 133-145.
2. Володина Л. В. Креативные технологии как инструмент брендинга городов // Вестник факультета социальных цифровых технологий. XXIV Международный Балтийский коммуникационный форум. 2-3 декабря 2022. Санкт-Петербург, 2022. С. 36-41
3. Россия в зеркале международных рейтингов/ информационно-справочное издание/ отв.ред. В. И. Суслов, научные редакторы О. В. Валиева, Н. А. Кравченко, ИЭООП СО РАН. – Новосибирск: Параллель, 2019. – 171 с.
4. Anholt Simon The Good Country Equation: How We Can Repair the World in One Generation - Berrett-Koehler Publishers, 2020. – 240 p.

5. Индекс креативного капитала [электронный ресурс] // – Индекс креативного капитала. – URL: https://creativecapitalindex.com/uploads/attachment/file/28/CCI_Otchet_01032017.pdf (дата обращения: 20.10.2024)

6. «Индекс качества жизни в городах России» [электронный ресурс] // ВЭБ РФ – URL: <https://citylifeindex.ru/subindex> (дата обращения: 20.10.2024)

7. «Индекс качества жизни в городах России» [электронный ресурс] // Результаты исследования 2023. ВЭБ РФ - – URL: https://citylifeindex.ru/static/files/research_2023.pdf (дата обращения: 20.10.2024)

8. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [электронный ресурс] // Сайт правительства РФ. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 20.10.2024)

9. Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 принята Законодательным собранием Санкт-Петербурга и утверждена Законом Санкт-Петербурга от 19.12.2018 № 771-164 (в редакции Закона Санкт-Петербурга от 21.12.2022 № 766-122). [электронный ресурс] // Сайт правительства РФ. – URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_econom/strategiya-ser-2035/ (дата обращения: 20.10.2024)

10. Тирских Т., Катасонова Ю. ESG-оценка российских городов как ключ к устойчивому и инклюзивному развитию [электронный ресурс] // рейтинговое агентство Expert. – URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg_cities_2024 (дата обращения: 20.10.2024)

Володина Лариса Владимировна – кандидат философских наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, (г. Санкт-Петербург, Россия), volidina_lv@sut.ru

CREATIVE CAPITAL INDICES IN THE IMAGE STRUCTURE TERRITORIES

L. V. Volodina

The perception of a territory in the modern world increasingly depends on ratings, primarily non-financial ones, such as sustainable development, ESG, creativity, transparency and openness of government, etc. The article examines the influence of creativity indices on the formation of a territorial image. The concepts of creativity, creative industry, creative capital, and creative capital index are analyzed.

Keywords: creative, creative capital, creative capital index, sustainable development, image of the territory.

References

1. *Volodina L. V.* Investicionnaya privlekatel'nost' territorii kak faktor geobrendinga [Investment attractiveness of the territory as a factor of geo-branding] // Rossijskaya shkola svyazej s obshchestvennost'yu. [Russian School of Public Relations]. 2020. No. 18-19. pp. 133-145.

2. *Volodina L. V.* Kreativnyye tekhnologii kak instrument brandinga gorodov [Creative technologies as a tool for branding cities] // Vestnik fakul'teta social'nyh cifrovyyh tekhnologij. XHIV Mezhdunarodnyj Baltijskij kommunikacionnyj forum [Bulletin of the Faculty of Social Digital Technologies. XV International Baltic Communication Forum]. December 2-3, 2022. St. Petersburg, 2022. pp. 36-41

3. Rossiya v zerkale mezhdunarodnyh rejtingov [Russia in the mirror of international ratings] / informacionno-spravochnoe izdanie [information and reference edition] / edited by V. I. Suslov, scientific editors O. V. Valieva, N. A. Kravchenko, IEPP SB RAS. – Novosibirsk: Parallel, 2019. – 171 p.

4. Anholt Simon The Good Country Equation: How We Can Repair the World in One Generation - Berrett-Koehler Publishers, 2020. 240 p.

5. Indeks kreativnogo kapitala [Creative Capital Index] [electronic resource] // – Indeks kreativnogo kapitala [Creative Capital Index]. – URL: https://creativecapitalindex.com/uploads/attachment/file/28/CCI_Otchet_01032017.pdf (last request: 20.10.2024)

6. «Indeks kachestva zhizni v gorodah Rossii» ["Quality of life index in Russian cities"] [electronic resource] // VEB RF – URL: <https://citylifeindex.ru/subindex> (last request: 20.10.2024)

7. «Indeks kachestva zhizni v gorodah Rossii» ["Quality of life index in Russian cities"] [electronic resource] // Rezul'taty issledovaniya 2023. [The results of the 2023 study]. VEB RF - – URL: https://citylifeindex.ru/static/files/research_2023.pdf (last request: 20.10.2024)

8. Konceptsiya razvitiya tvorcheskikh (kreativnyh) industriy i mekhanizmov osushchestvleniya ih gosudarstvennoj podderzhki v krupnyh i krupnejshih gorodskih aglomeracijah do 2030 goda [The concept of the development of creative (creative) industries and mechanisms for the implementation of their state support in large and major urban agglomerations until 2030] [electronic resource] // Sajt pravitel'stva RF [Website of the Government of the Russian Federation]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (last request: 20.10.2024)

9. Strategiya social'no-ekonomicheskogo razvitiya Sankt-Peterburga na period do 2035 prinyata Zakonodatel'nyim sobranie Sankt-Peterburga i utverzhdena Zakonom Sankt-Peterburga ot 19.12.2018 № 771-164 (v redakcii Zakona Sankt-Peterburga ot 21.12.2022 № 766-122) [The Strategy of socio-economic development of St. Petersburg for the period up to 2035 was adopted by the Legislative Assembly of St. Petersburg and approved by the Law of St. Petersburg dated December 19, 2018 No. 771-164 (as amended by the Law of St. Petersburg dated December 21, 2022 No. 766-122)]. [electronic resource] // Sajt pravitel'stva RF [Website of the Government of the Russian Federation]. – URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_econom/strategiya-ser-2035/ (last request: 20.10.2024)

10. *Tirskikh T., Katasonova Y.* ESG-ocenka rossijskikh gorodov kak klyuch k ustojchivomu i inklyuzivnomu razvitiyu [ESG-assessment of Russian cities as a key to sustainable and inclusive development] [electronic resource] // rejtingovoe agentstvo Expert [rating agency Expert]. – URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg_cities_2024 (last request: 20.10.2024)

Volodina Larisa Vladimirovna – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, The Bonch-Bruевич Saint Petersburg State University of Telecommunications, (St. Petersburg, Russia), validina_lv@sut.ru

Статья поступила в редакцию: 31.10.2024; принята к публикации: 20.12.2024.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Володина Л. В. Индексы креативного капитала в структуре имиджа территории // Социогуманитарные коммуникации. – 2024. – № 4(10). – С. 106-111.

FOR CITATION:

Volodina L. V. Indeksy kreativnogo kapitala v strukture imidzha territorii [Indices of creative capital in the structure of the territory's image] // Sociogumanitarnye kommunikacii [Social and humanitarian communications]. 2024. № 4(10). P. 106-111.