

3. Ковалев, М. М. Будущее белорусской энергетики на фоне глобальных трендов / М. М. Ковалев, А. С. Кузнецов. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 223 с.
4. Ховалова, Т. В. Эффекты внедрения интеллектуальных электроэнергетических сетей / Т. В. Ховалова, С. С. Жолнерчик // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2018. – № 2 (102). – С. 92–101.
5. SmartGrid. Умные Сети. Интеллектуальные сети электроснабжения [Электронный ресурс] / Сайт «TAdviser». – Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Smart_Grid_\(Умные_Сети\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Smart_Grid_(Умные_Сети)). – Дата доступа: 03.03.2020.
6. Гомонов, К. Г. Перспективы и экономическая эффективность внедрения интеллектуальных энергосетей в России и в мире / К. Г. Гомонов // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Экономика. – 2015. – № 2. – С. 25–35.
7. Кобец, Б. Б. Инновационное развитие электроэнергетики на базе концепции SmartGrid / Б. Б. Кобец, И. О. Волкова. – М. : ИАЦ Энергия, 2010. – 208 с.

УДК 101.1:316

И. Я. Мацевич-Духан

Институт философии НАН Беларуси, Минск, Беларусь, irina.matsevich@mail.ru

КАРТОГРАФИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Приводится компаративный анализ международных отчетов по креативной экономике, в том числе и в Республике Беларусь. Обозначены проблемы визуализации креативного сектора в транзитивных странах в связи с отсутствием четко сформулированной концепции креативной экономики в отдельных регионах мира. Демонстрируются перспективы интеграции концепций цифровой и креативной экономики.

Ключевые слова: креативная экономика, цифровая экономика, креативные индустрии, креативный класс, креативные товары, креативные услуги

I. Matsevich-Dukhan

Institute of Philosophy of the NAS of Belarus, Minsk, Belarus, irina.matsevich@mail.ru

MAPPING THE CREATIVE ECONOMY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The article conducts a comparative analysis of international reports on the creative economy, in which the data on the development of the creative economy in Belarus has been presented. The author reveals issues of the visualization of the creative sector in transitive countries due to the absence of precisely formulated conceptions of the creative economy in some regions of the world. The prospects of the integration between conceptions of digital and creative economy are demonstrated.

Keywords: creative economy, digital economy, creative industries, creative class, creative goods, creative services

Значение концепта креативной экономики эволюционирует вместе с развитием потенциала креативных активов, способствующих экономическому росту в глобализируемом мире

знаков и символов. Феномен креативной экономики чаще всего раскрывается через описание сектора *креативных индустрий*, интегрирующих в себе сферы культуры, науки, бизнеса и высокотехнологичного производства. В 2008 г. отчет ЮНКТАД «Креативная экономика» [1] продемонстрировал результаты первого международного исследования прикладного характера по данной теме, инициированного ООН и ориентированного на выработку локальных и глобальных стратегий управления новым сектором экономики в различных регионах мира в зависимости от имеющихся оценок экспертов и статистических показателей развития экономики той или иной страны.

Креативность и талант человека рассматриваются как главные источники и ресурсы обеспечения и поддержания роста современной экономики. Эта тема становится все более болезненной и актуальной в особенности для развивающихся и транзитивных стран, находящихся перед угрозой потери контроля над креативным капиталом и способностью конкурировать с его помощью на международных рынках креативной экономики. После мирового экономического кризиса 2008 г. креативная экономика продемонстрировала огромный потенциал и возможный ее вклад в обеспечение задач устойчивого развития.

В первых отчетах ООН по креативной экономике [1, 2] данные по большинству развивающихся и транзитивных стран приводятся с оговоркой, что их количество и качество не позволяют создать полную и объективную картину реального положения дел в сфере креативной экономики «второго» и «третьего мира». Состояние ряда экономик второго мира обозначено категорией «транзитивное». Согласно ЮНКТАД, в Европе к транзитивным относят экономики следующих стран: Албания, Хорватия, Сербия и Черногория (2003–2006), Беларусь, Македония (бывшая югославская Республика Македония, с 2019 г. Республика Северная Македония), Украина, Босния и Герцеговина, Молдова, Российская Федерация.

В 2005 г. Республика Беларусь занимает лидирующие позиции (сразу после Российской Федерации) по общей стоимости экспортируемых *креативных товаров* [1]. В таблице по развитию экспорта *креативных услуг* в мире за период 1996–2005 гг. приводятся данные по Республике Беларусь за период 2000–2005 гг., которые демонстрируют падение общего объема стоимости экспортируемых услуг с 75 млн долл. США в 2000 г. до 37 млн долл. США в 2005 г. [1]. Среди показателей роста экспорта креативных товаров (в млн долл. США) за период 2003–2008 гг. среди транзитивных экономик Республика Беларусь постепенно теряет свои прежние позиции и оказывается в самом конце списка стран в данной категории среди тех, кто предоставил данные по развитию сектора (по Украине, Сербии и Черногории цифры не приводились) [2].

Отчет ЮНКТАД 2010 г. [2] демонстрирует тесную взаимосвязь развития культуры и экономики в креативном обществе. Креативный капитал превращается в ключевой инструмент экономического роста вокруг наиболее динамичного сектора креативных индустрий, обеспечивающего стабильную трудовую занятость, торговлю, инновации и социальное сплочение в наиболее развитых странах. Однако пока еще не все транзитивные страны способны извлечь достаточную выгоду для обеспечения стабильного и устойчивого развития регионов. Для них она остается скорее возможностью, нежели реальностью. От степени и скорости ее реализации во многом зависит их дальнейшее положение на международном рынке креативных товаров и услуг и качество жизни их граждан в новых экономических условиях.

Среди транзитивных экономик в 2010 г. ЮНКТАД выделяет достижения Российской Федерации в новом секторе [2]. Рассматривается политика формирования креативных индустрий в г. Москве на примере наиболее крупных креативных кластеров, таких как центр современной культуры «Гараж» и институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка». Особое внимание уделяется Большому театру как одному из наиболее известных культурных институтов России за рубежом. Сквозь призму его истории демонстрируются перспективы его обновления и развития как одного из значимых элементов российской креативной экономики, способствующих утверждению возможных лидирующих позиций российского культурного капитала на международном рынке креативных услуг.

В 2015 г. ЮНКТАД [3, 4] инициирует периодическое издание отчетов развития креативной экономики, включающих компаративный анализ профайлов большинства стран мира. В 2018 г. опубликован расширенный вариант отчета, обобщающий данные по креативной экономике 130 стран мира. Он демонстрирует глобальные тенденции в развитии креативной экономики в 2002–2015 гг., а также выводы компаративного анализа по результатам мировой торговли креативными товарами и услугами в 2005–2014 гг. Если в 2015 г. профайл Республики Беларусь не приводится [3], то в отчете 2018 г. демонстрируется достаточно целостная картина формирования сектора креативной экономики в Республике Беларусь за последнее десятилетие, обобщенная и систематизированная в рамках отдельного профайла [4].

В отчете ЮНКТАД 2018 г. речь идет о формировании уже не столько собственно креативной экономики, но скорее гибридного симбиоза *креативно-цифровой экономики*, проявляющегося в особенности в сфере больших данных, дополненной реальности, блокчейна, цифрового маркетинга, онлайн-рекламы и т. д. [4]. Отчет формулирует важный вопрос о том, в какой мере развивающиеся и транзитивные экономики способны обуздать или хотя бы частично совладать с новыми требованиями вхождения и конкурентирования на рынке креативных товаров и услуг в *цифровой экономике*.

Развитие *креативной экономики* в обозначенных условиях способствует диверсификации стратегий экономического роста и обеспечению общественной солидарности и благосостояния, не ограничиваясь регионами «первого мира». Исследователи полагают, что ее развитие будет способствовать в том числе и обеспечению фундаментальных прав и ценностей, сохранению человеческого достоинства, поддержанию равенства и безопасности совместного сосуществования государств в условиях все возрастающей цифровизации глобальной и национальной экономики.

ЮНКТАД выделяет семь категорий *креативных товаров*, по которым производится компаративный анализ объемов экспорта и импорта различных стран: художественные ремесла; аудио-визуальные товары; дизайнерские товары (предметы моды, дизайн интерьера и ювелирные изделия); новые медиа; исполнительские искусства; издательское дело; визуальные искусства [4]. В качестве основного критерия их выделения приводится следующее определение: любой «создаваемый, производимый или распространяемый осязаемый продукт с креативным содержанием, экономической и культурной ценностью и рыночной задачей» [4]. В Республике Беларусь 54 % экспорта креативных товаров попадает под категорию дизайнерских товаров, 45 % – под категорию визуальных искусств [4].

Экспорт белорусских креативных товаров демонстрировал постепенный рост с 271,40 млн долл. США в 2005 г. до 603,71 млн долл. США в 2014 г. Среди ключевых экспортируемых

товаров выделяются дизайнерские товары, продукты издательского дела и художественных ремесел. Национальная текстильная индустрия заявила о себе в обозначенный промежуток времени среди ряда международных молодых и успешных модных лейблов и брендов. Белорусская модная индустрия обозначена в качестве ключевого сектора развития креативной экономики Республики Беларусь [4]. Этому способствует, согласно отчету, склонность белорусов тратить существенную часть своего дохода (из них 11,6 % – на одежду) на предметы моды (вторая статья расходов после продуктов питания).

Импорт креативных товаров в Республике Беларусь продолжал расти с 155,24 млн долл. США в 2005 г. до 587,4 млн долл. США в 2014 г. Если экспорт дизайнерских товаров увеличился более чем в 2 раза в период 2005–2014 гг., то импорт увеличился приблизительно в 7 раз в обозначенный промежуток времени. Наибольшую долю в импорте 2014 г. составляют дизайнерские товары (371 млн долл. США), продукты деятельности художественных ремесел (85 млн долл. США) и издательского дела (82 млн долл. США). Данные по экспорту в области исполнительских и визуальных искусств не приводятся, хотя отмечается рост импорта в этих областях в тот же промежуток времени. В сфере художественных ремесел рост экспорта превосходит рост импорта. В сфере новых медиа отсутствует рост экспорта, но демонстрируется рост импорта.

Наибольшее количество белорусских креативных товаров в 2005 г. было экспортировано в Европу (93 %), на втором месте – Азия (5 %). В 2014 г. наибольшее количество белорусских креативных товаров экспортировано также в Европу (87 %). Объем экспорта в Азию увеличился к 2014 г. более чем в 2 раза. Среди основных партнеров Республики Беларусь в экспорте креативных товаров в 2005 г. приводятся Российская Федерация, Германия, Франция, Казахстан, Украина, Чехия, Дания, Австрия, Литва, США; в 2014 г. – Российская Федерация, Казахстан, Германия, Китай, Украина, Польша, Франция, Азербайджан, Литва, Сербия. Среди транзитивных экономик 2015 г. Беларусь занимает третью позицию после Российской Федерации и Украины по объему и стоимости экспортируемых креативных товаров.

Что касается сферы *креативных услуг*, она почти не поддается строгой классификации и визуализации, за исключением 38 развитых стран за период 2011–2015 гг. [4], где регулярно проводится сбор и сведение соответствующих статистических данных. Большинство стран мира включают их в более широкие категории услуг. Во многом по причине слияния с другими областями сфера креативных услуг по мере экспансии электронной коммерции призвана стать самой большой областью роста мировой и национальной экономики в ближайшее десятилетие. Темпы ее развития и распространения ускоряются благодаря формированию цифровой и совместной экономики (*sharing economy*). Средний годовой рост торговли в сфере креативных услуг в мире за период 2011–2015 гг. составил 4,3 %. Доля креативных услуг в секторе торговли услугами в 2011 г. составила 17,3 %, в 2015 г. – 18,9 %. Несмотря на глобальное замедление экономического роста в обозначенный период, сохранилась позитивная тенденция роста всех услуг в этот период, хотя и незначительное (1,6 %). Экспорт креативных услуг из Беларуси составил в 2014 г. 998,9 млн долл. США, из них 8,3 млн долл. США – экспорт в области аудиовизуальных услуг, 10,9 млн долл. США – в сфере информационных услуг [4, р. 75]. Этот отчет впервые предоставил данные по развитию креативных услуг в различных странах, а также об их влиянии на глобальную экономику в целом.

Согласно отчету ЮНКТАД 2019 г. [5], концепт «цифровая экономика», зародившийся в середине 1990-х гг., постепенно замещает концепт «информационная экономика» в процессе перехода бизнеса к использованию цифровых технологий, услуг, продуктов, техник и навыков. Формирование цифровой экономики означает не столько возникновение «новой экономики», сколько *цифровизацию* прежней. Однако такие процессы приводят к существенным метаморфозам в природе экономической деятельности, к переосмыслению способов ее (само-) организации и контроля со стороны государства и гражданского общества. Во всех этих процессах формирование *креативной экономики* в недрах *цифровой* едва ли возможно игнорировать. По этой причине ЮНКТАД привлекает внимание к необходимости интегрирования двух концепций и рассмотрения их в тесной взаимосвязи в «цифровом мире с креативным содержанием» [4]. *Цифровая среда креативной экономики* стимулирует дальнейшую экспансию креативных индустрий во всех направлениях социальной жизни.

В государственных программах Республики Беларусь пока еще не используется концепция креативной экономики. Однако следует отметить, что некоторые из ее центральных категорий присутствуют в ряде стратегических политических документов страны. Например, в Концепции Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. использовалось понятие *креативного класса*, обозначившего «исследователей, разработчиков, рационализаторов и изобретателей, предпринимателей-инноваторов – всех тех, кто составляет «креативный класс» современного белорусского общества, в качестве ключевых субъектов инновационного и социально-экономического развития страны» [6]. Следует отметить, что трактовка данной категории в государственных политических программах охватывает пока еще ограниченное поле преимущественно субъектов науки, сектора ИКТ и высокотехнологичного производства. Редуцирование области его применения к сфере интенсивной информатизации и цифровизации демонстрирует нивелирование роли сектора *культуры* в *креативно-цифровой экономике*.

Развитие креативного класса в Беларуси призвано обеспечить взаимодействие науки с реальным сектором экономики и формирование высокотехнологичных секторов. В качестве основных площадок инновационного развития обозначены в государственных программах Республики Беларусь Парк высоких технологий, Китайско-Белорусский индустриальный парк, научно-технологические парки и центры трансфера технологий. Формированию такого класса в стране способствует развитие белорусской инновационно-предпринимательской культуры и эффективного научно-исследовательского сектора [6, 7].

Хотя в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь [7], а также в Государственной программе развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 гг. [8] ключевые категории концепции креативной экономики не используются, ряд актуальных задач современной экономической политики государства оказываются созвучными ее центральным положениям. В особенности можно выделить задачи по совершенствованию условий творческой работы под воздействием информационно-коммуникационных технологий и цифровизации всех сфер жизни общества; формированию национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры эффективного взаимодействия представителей сфер науки, искусства, бизнеса и промышленности в условиях их все возрастающей информатизации и цифровизации; развитию информационного

общества, в центре которого оказывается *творческая личность* с ее гражданскими и политическими правами и обязанностями.

Список использованных источников

1. UNCTAD. Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy Towards Informed Policy-Making [Electronic resource]. – Mode of access: https://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf. – Date of access: 20.02.2020.
2. UNCTAD. Creative Economy Report 2010 [Electronic resource]. – Mode of access: https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf. – Date of access: 20.02.2020.
3. UNCTAD. Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015 [Electronic resource]. – Mode of access: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf. – Date of access: 20.02.2020.
4. UNCTAD. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries 2002–2015. Country Profiles 2005–2014, 2018 [Electronic resource]. – Mode of access: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf. – Date of access: 20.02.2020.
5. UNCTAD. Digital Economy Report 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf. – Date of access: 20.02.2020.
6. Концепция Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] / Сайт Гос. комитета по науке и технологиям Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/deyatelnost/innovatsionnaya-politika/gpir/>. – Дата доступа: 10.02.2020.
7. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] / Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=P31700031>. – Дата доступа: 10.02.2020.
8. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] / Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600235>. – Дата доступа: 10.02.2020.

УДК 378

Е. В. Мацкевич

Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь, e.matskevich@hotmail.com

ПРОБЛЕМЫ ВЫЕЗДНОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ В БЕЛАРУСИ И ВОЗМОЖНОСТИ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ ЦИФРОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

Рассматриваются возникшие в ходе реализации Дорожной карты Болонского соглашения трудности с обеспечением учреждениями высшего образования необходимых объемов академической мобильности в Республике Беларусь, которые вызывают потребность в поиске и адаптации принципиально новых для Беларуси, но широко применяемых в глобальном образовательном пространстве методов реализации международного студенческого обмена с использованием возможностей цифровых технологий.

Ключевые слова: академическая мобильность, интернационализация дома, виртуальный обмен, партнерство, онлайн-обучение, межкультурная компетентность, глобальные навыки