

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ
16—18 июня 2016

**ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ. РОЛЬ В УЛУЧШЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО
КЛИМАТА**

16 июня 2016 г., 14:15—15:30
Конгресс-центр, Конференц-зал D4

Санкт-Петербург, Россия
2016

Модератор:

Джон Торнхилл, Редактор раздела «Инновации», The Financial Times

Выступающие:

Валерий Гергиев, Художественный руководитель-директор, Государственный академический Мариинский театр

Ольга Голодец, Заместитель Председателя Правительства Российской Федерации

Сергей Капков, Руководитель центра исследований экономики культуры и городского развития, экономический факультет, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Алексей Кудрин, Председатель совета фонда, Центр стратегических разработок; заместитель председателя, Экономический совет при Президенте Российской Федерации

Игорь Лотаков, Управляющий партнер, PwC Russia

Алиса Прудникова, Директор уральского филиала, Государственный центр современного искусства; комиссар, Уральская индустриальная биеннале

Эко Эшун, Креативный директор, Calvert 22 Foundation

J. Thornhill:

Good afternoon ladies and gentlemen. Can I ask you to take your seats? My name is John Thornhill from the Financial Times. It is a great pleasure to moderate today's session on the creative industries. We are going to focus today on the role of creative industries in stimulating the economy and in enriching our lives. As we have seen, the digital economy is playing an incredible role around the world. We also have seen they are lagging in Russia. How can we stimulate creative industry and human capital in Russia?

On the one hand, given Russia's past, as we all know it has been a highly centralised country, very much a command-and-control economy, and very heavily dependent on oil and gas. In moving toward a knowledge economy, a creative economy, there has to be more distributed power; there has to be more regional and local initiative. How is that going to happen?

No doubt there is an extraordinarily high potential for creative industries in Russia. Your country has a phenomenal history of scientific expertise and artistic achievement. I was in San Francisco earlier this year and you cannot throw an iPhone without hitting a Russian engineer. It is phenomenal how Russians are sparking the growth in Silicon Valley. But why are they not doing this in Russia itself? There are a number of incredibly impressive companies in Russia in this area; Kaspersky Lab, Yandex, Bookmate, to name just a few. What can we do to encourage more?

There are also extraordinary problems in this area in Russia. There is the distrust of small and medium-sized enterprises (SMEs), there is a problem with the rule of law in some areas that business people talk about, and there is a perhaps lack of venture capital as well. How can companies finance themselves?

To discuss all of these issues and plenty more, I am sure we have a superb panel today. Let me introduce you briefly to them: Mr. Alexey Kudrin, who is the former Minister of Finance, and who has now taken on a new role directing strategy and the economy. We have the Deputy Prime Minister of the Russian

Federation, Ms. Olga Golodets. We have Mr. Valery Gergiev, who you all know as the *maestro* at the Mariinsky. We have Mr. Igor Lotakov, Managing Partner at PwC, who have helped sponsor today's event. We have Ms. Alisa Prudnikova, who is from the Ural branch of the National Centre for Contemporary Arts, and who is also helping to run the Ural Industrial Biennial. We have Mr. Sergey Kapkov, who is the head of the Centre for Culture of Urban Development and Creative Industries Research at Lomonosov University in Moscow. And we have Mr. Ekow Eshun, who is Creative Director of the Calvert 22 Foundation in London, and who has also helped author this very interesting report on creative capital in Russia, which I think some of you have seen.

So let me start with Alexey Kudrin. You are responsible for developing a new strategy for economic growth in Russia. What role will the creative industries play in your thinking?

А. Кудрин:

Уважаемые коллеги, я очень рад, что сегодня у нас такая представительная секция. Хорошо, что, кроме тех, кто уже так или иначе работает в творческих индустриях, здесь присутствует Ольга Юрьевна. Я считаю, что если Правительство уделит внимание этой отрасли, то, судя по тому как она развивается, даже при минимальной поддержке она может выстрелить серьезными результатами.

Я буду говорить о более приземленных вещах. Здесь, в Петербурге, мы провели форум креативных индустрий — Calvert Forum и сравнили Петербург с ведущими культурными столицами мира. Мы убедились в том, что Петербург, хотя и считается культурной столицей России, существенно уступает ведущим городам мира в развитии креативных индустрий — галерей, медиа, дизайна, цифровизации, видеопрограмм, несмотря на то что здесь есть творческая среда и люди, которые могут все это создавать.

Вопрос коммерциализации, дизайна нового продукта — важнейшая часть современной экономики. Получается, что мы недоиспользуем свой же собственный потенциал. Поэтому, как мне кажется, перед нами стоит задача определить путь развития креативных индустрий. И я уверен, что только этот сегмент нашей экономики может приносить дополнительные деньги. Пусть это будут две-три десятых процента экономического роста ежегодно, но мы должны использовать этот потенциал.

Признаюсь, я был одним из инициаторов проведения нашей панельной сессии именно в таком составе. Я вижу в развитии креативных индустрий существенный новый импульс для всей экономики.

Приведу пример. В Силиконовой долине и в таких компаниях, как Microsoft и Apple, обязательно есть специалисты, которые занимаются дизайном, диалоговыми программами, которые облачают новые технологии в один гаджет, чтобы он стал комфортным для общения проводником целого ряда возможностей для человека. Это все продукция дизайна. Примерно 60% — это достижения не инженеров, а людей, которые умеют создавать новый дизайн в разных смыслах этого слова. Я имею в виду и технический дизайн, и технологический. Это неподнятая целина для российской экономики, у которой есть хорошие перспективы. Только в Евросоюзе количество продукции в этой области превышает 300 миллиардов евро в год. Я вижу большие возможности в этой сфере, и наша задача продумать, как мы можем постепенно поднимать этот потенциал разными путями.

В завершение скажу, что мы открыли медийный проект Calvert Journal о событиях в разных субъектах России. Мы нашли молодых ребят, новые творческие мастерские. У нас уже есть громадная база данных таких интересных проектов. Ежегодно этот сайт посещает миллион человек. И сейчас вместе с PricewaterhouseCoopers, которая здесь представлена, мы разрабатываем индекс креативного капитала региона — мы хотим его измерить. Оказывается, у нас очень слабая статистика, которая не

позволяла это сделать. Я приведу пример Мариинского театра. Когда они стали заниматься цифровизацией, продвижением своей продукции, просто электронными компонентами — продажей электронных билетов, информированием или доступом к видеопродукции, — потенциал расширился многократно. Здесь присутствует Валерий Гергиев, который, может быть, об этом расскажет. Google, например, провел цифровизацию ряда регионов и культурных мест, после чего у них увеличился поток туристов, потому что сегодня все работают через Google: находим какой-то интересный музей, каких нигде нет, и, оказавшись в этом городе, посещаем его. А возможно, специально приезжаем, если он уникальный. В этом смысле продвижение цифровых технологий сегодня меняет среду.

J. Thornhill:

If I could just ask a follow-up question. In order to give that new impulse to the economy that you are talking about, what is the responsibility of the federal government, what is the responsibility of local government, and what is the responsibility of entrepreneurs in the private sector themselves to take the initiative?

А. Кудрин:

Может быть, на первом этапе нужно просто внимание. Понимание того, что такая индустрия существует, и помощь в создании пространств, творческих мастерских, в проведении форумов и фестивалей. Обмен опытом: мы должны научить друг друга, как это работает, — этому способствуют и форумы, которые мы проводим в регионах. К нам приходят люди, которым мы рассказываем об этапах раскрутки бизнеса, коммерциализации в сфере творческих возможностей. Я даже не говорю о том, что сегодня нужно самим вкладывать большие деньги в эту отрасль. Конечно, должна быть какая-то инфраструктура. Для этого надо создавать площадки, помогать им

быть содержательными, интересными. На самом деле, творческие возможности сами все сделают. Им нужно не мешать и уделять немного внимания, тогда креативная индустрия создаст себя сама.

J. Thornhill:

Minister Golodets, if I can come to you now. What concrete steps is the government taking to support the creative industries, and what are your priorities going to be over the next few years?

О. Голодец:

Дорогие друзья, тема действительно звучит несколько необычно.

Скажу откровенно, у нас нет специальной программы по поддержке креативного бизнеса.

Я с удовольствием откликнулась на приглашение принять участие в этой дискуссии, потому что мне тоже кажется, что это многообещающий вызов.

Прежде всего, креативность — это наше абсолютное конкурентное преимущество. Исторически сложилось так, что, благодаря нашим предкам, мы по-настоящему сильны в некоторых областях. Это прежде всего культура — у нас большое количество музыкантов, композиторов, хореографов, артистов балета, художников, писателей. Все это формирует серьезную культурологическую среду на всей территории России. Мы видим, что талантливые люди есть даже в самых удаленных городах и поселках нашей страны. Превратить эту творческую энергию в материальный продукт — это амбициозная и интересная задача.

Для этого должны быть предприняты некоторые шаги. Первый шаг — развитие образования на всей территории России. Прежде всего, нужно серьезно работать над общим образованием — оно должно быть качественным. Мы привыкли к существованию майских указов, и многие относятся к ним как к отголоску чуть ли не профсоюзной борьбы, хотя это

главные условия для развития нашей экономики. Пока конкурентоспособные люди, носители культурных традиций, не будут преподавать в наших школах, пока сама школа не превратится в самый важный элемент построения общества, ожидать серьезного импульса для развития экономики не приходится. К сожалению, мы констатируем, что в сфере образования уровень заработной платы пока ниже, чем в среднем по экономике. Если учитель недофинансирован, если лучшие выпускники университетов не идут работать в школу, если профессия преподавателя не престижна, то никакого развития экономики и креативного потенциала у нас не будет.

Второй шаг — изменение самого качества образования. Мы много говорим о так называемом дополнительном образовании. Это как раз и есть шаг к креативности, шаг в развитии творческой личности. Наша задача — сделать так, чтобы в школу приходило и музыкальное, и художественное, и техническое, и естественнонаучное образование. Я очень люблю один пример, но мне сказали, что его нельзя повторять: я показывала iPad и говорила, что это симбиоз инженерной и дизайнерской мысли, поэтому каждый ребенок должен иметь возможность творить. Сегодня не может быть отдельно математических классов и отдельно биологических, например. Должно быть базовое образование, но непременно с доступом к развитию разных навыков и творческих способностей. Очень важно, чтобы наше образование развивалось в этом направлении, но для этого тоже нужны немалые ресурсы.

Мне кажется, что проблем с превращением нашего культурного, творческого бэкграунда в бизнес не будет. Если заработают экономические механизмы, если экономика перейдет к росту, креативные бизнесы появятся и будут процветать. Мы уже видим, что среди успешных компаний в Российской Федерации многие основаны именно на креативном бизнесе. Необходимо создавать нормальные условия для развития бизнеса:

обеспечивать доступ к финансовым ресурсам, изменять инвестиционный климат — это самый простой шаг, которого ожидают абсолютно все. И творческий бизнес немедленно на это откликнется.

J. Thornhill:

If I can follow up on that. You stressed the importance of education and social attitudes. Richard Florida, the American academic who has written a lot about the rise of the creative class, says that three T's are important for creativity. It is talent, technology and tolerance. I wonder if we could talk a bit about the last two of those, because there is the perception outside Russia that the country is becoming increasingly intolerant, that some Russian entrepreneurs like Pavel Durov have left the country, saying it is a very hostile environment.

To what extent do you think that perception is right, and how can you address it?

О. Голодец:

Я бы поспорила. Мне кажется, что все три момента присущи и российскому бизнесу, и российской системе образования — и толерантность, и пассионарность, и стремление творить, делать бизнес и помогать людям. У нас есть все возможности для успешного развития образования.

J. Thornhill:

Now to Valery Gergiev. The Mariinsky is clearly one of the great glories of Russian culture. To what extent can it also act as a model for the development of the creative industry?

В. Гергиев:

Мариинскому театру 233 года. Как компания мы ведем отсчет своей истории от 1783 года, когда Екатерина Великая, могущественная русская императрица, которая модернизировала Россию и российское общество,

своим указом определила, что в Санкт-Петербурге будет придворный театр, и указала развивать пение и танцы. Двести тридцать три года Мариинский театр успешно работает, а он называется Мариинским с 1860 года, потому что именно тогда было построено уникальное, существующее поныне здание. Был приглашен итальянский архитектор, и театр был возведен за 11 месяцев. Наверное, тогда не было бюрократических преград. Правда, мы тоже построили концертный зал за 10 месяцев, потому что нам не мешали и потому что, когда мы собирали деньги здесь и за рубежом, российское общество, в том числе компании, откликнулось так стремительно, что, как помнит Алексей Леонидович, этот проект стал, пожалуй, самым скоростным из всех подобных в мире. Я подвожу к тому, что и Мариинский театр в 1860 году, и концертный зал Мариинского театра возникли стремительно. Мы не очень отличаемся от наших предшественников, хотя театр должны были построить быстро и хорошо, по высочайшему указу царя Александра Второго. В нашем же случае не было ни указов, ни приказов, и тогдашний министр культуры даже не знал, что у нас появился зал. Я не утрирую. Мы пригласили его на открытие, и он был очень удивлен: «А что и где?» На что он получил ответ: «В Санкт-Петербурге, около Мариинского театра, будет зал, приезжайте — познакомитесь».

Отвечу на Ваш вопрос следующим образом: мы никогда не считали культуру — а тем более искусство — движущейся прежде всего к коммерческому успеху. Это болезнь россиян. Например, в Лондоне руководимый мною симфонический оркестр закрывал Олимпиаду 2012 года. Этот замечательный оркестр, которым я руководил девять лет, аккомпанировал поп-звездам высочайшего ранга — старшему из них было далеко за семьдесят. А вот сочинскую Олимпиаду, тоже с моим участием, закрывали детским хором. Невозможно посчитать коммерческую выгоду от такого решения, но для страны это хорошо. Во-первых, выиграет репутация,

потому что лучшие граждане любой страны — это дети. Во-вторых, эти дети — а их была тысяча — никогда не забудут ощущения того, что они были частью чего-то величественного, что было создано в их стране. И даже если они когда-нибудь уедут в Сан-Франциско поднимать могущественную американскую индустрию, я не вижу в этом ничего страшного, ведь один из лучших пианистов нашего времени двадцатичетырехлетний Даниил Трифонов — я вручал ему гран-при конкурса Чайковского — много играет не только в России, но и в Америке. Это свойство таланта — двигаться по миру. И я сам грешен: выступаю не менее 100 раз в России и еще столько же — в других странах мира. Я не знаю, говорит ли это обо мне как о патриоте или, наоборот, как о человеке, который не очень дорожит российской публикой, но я нашел некую золотую середину. Развитие творческой энергии и приведение ее к полноценному успеху в масштабах национальной экономики России — это, к сожалению, две разные вещи. Но одно не придет без другого. Школьники, которые сегодня ходят в Петербурге в шестой, например, класс, через пять-десять лет могут принять для себя решение тоже выдвинуться в глобальное пространство. Но они обязательно найдут в себе нравственные силы, моральные опоры, чтобы помогать России в той или иной форме. Если этого не произойдет, значит, они росли в обстановке, которая изначально готовила их к отъезду отсюда, но это редко происходит. Многие музыканты уезжали, но самые великие странным образом оставались здесь. Шостакович остался, Прокофьев уехал и вернулся. Стравинский уехал, но в конце жизни говорил: «Я думаю по-русски, у меня слог русский». Он даже три раза менял вероисповедание, но до конца жизни оставался русским. В 1962 году он приехал сюда после пятидесятилетнего перерыва, и кто-то задал ему вопрос: «Игорь Федорович, а что вам нравится в Ленинграде больше всего?» Он ответил: «Санкт-Петербург». Это был великий русский человек, и он писал русскую музыку.

Теперь я воспользуюсь тем, что в зале находится мой многоуважаемый коллега и друг Михаил Борисович Пиотровский. Он мог бы гораздо интереснее меня рассказать о том, что переживал Эрмитаж последние 20—25 лет. Как руководитель Мариинского театра приведу интересную статистику, потому что ее любят и в России, и в Великобритании: в 90-е годы годовая продажа билетов в Мариинский театр составляла примерно 100 000 долларов, если считать в долларовом эквиваленте. Сегодня она доходит до двух миллиардов рублей. Я не могу пересчитать все эти двадцать лет на доллары, потому что курс бывал 22 рубля, а иногда превышал 70, но если бы он оставался в районе 23 рублей, то это означало бы, что наши продажи выросли от 100 000 до 100 миллионов долларов, то есть в тысячу раз. Это говорит о том, что в российской экономике есть трудности, но есть и определенные подвижки за такой короткий срок — за 20 лет.

Активный рост начался, когда мы основали попечительский совет Мариинского театра. Это чисто русское понятие об опеке — его трудно перевести. И мы с Алексеем Кудриным и с Германом Грефом, которые оба здесь присутствуют и ведут напряженную работу на Форуме, примерно 18 лет назад задались целью не только надеяться на поддержку государства, но и найти какой-то неожиданный и яркий сценарий, чтобы и российская, и западная экономика, и просто благотворители смогли поддержать наши самые интересные проекты. Это позволило нам превратить и фестиваль «Звезды белых ночей», который проходит сейчас, и Московский пасхальный фестиваль в два крайне успешных мероприятия. Я являюсь почетным президентом огромного Эдинбургского фестиваля — туда приезжает полмиллиона туристов, может быть, в основном из Лондона или из Глазго — я не спрашивал. У нас же это очень трудно посчитать — в Санкт-Петербурге нет такой статистики. Трудно прийти к губернатору и сказать: «Мы привезли 100 000 любителей оперы и балета из Италии, Японии, США,

стран Южной Америки, Испании, Германии». Список будет огромным. Недавно я пожимал руки финской делегации. К нам приезжали из Аргентины. Может быть, не 300 человек, но и 50 — это большая группа. Они проводят здесь, на фестивале, пять дней и уезжают.

Мне кажется, что Россия обязательно придет к тому, чтобы из одного процента общей экономической мощи, или даже меньше, довести эту сферу хотя бы до пяти. Алексей Леонидович подумает, что я фантазер, но я говорю не про завтрашний день. Может быть, это будет 2025 год. Если я правильно понимаю, у Алексея Кудрина этот год тоже в поле зрения. Поэтому у нас есть все возможности, чтобы коллективный талант и интеллект — а надо говорить о способных студентах и школьниках — стал работать на российскую экономику. Он и так это делает, но механизмы статистического учета в этой области намного слабее, чем в Великобритании. Не забудьте пример, который я привел три минуты назад. Если мировая поп-индустрия рванула вверх после гигантского закрытия лондонской Олимпиады, которое видели три миллиарда человек, то мы провели закрытие своей, целиком сделав ставку на безымянных, но невероятно чистых и талантливых творцов. Никто не объявлял их поименно, но их была тысяча, и они до сих пор ходят на мои концерты и в Новокузнецке, и в Кемерово, и во Владивостоке, и в Калининграде.

И последнее, что я хочу сказать, отвечая на вопрос и размышляя на тему нашей встречи. Мне кажется, что ни Чайковский и никто другой из тех, кто работал здесь 150 лет назад, не думали о том, что их музыка будет звучать за пределами России, — они просто создавали сокровищницу русской культурной традиции. Если я вам скажу, что «Щелкунчик» приносит сотни миллионов долларов организаторам в Великобритании, я не совру. Миллиарды долларов в Америке, около миллиарда долларов в Японии. Я там часто бываю. И ни один из тех, кто зарабатывает на исполнении музыки великого русского композитора, не платит ни копейки, чтобы, например,

воссоздать дом-музей Чайковского. Чайковский, Глинка, создатели великих произведений — там, правда, был великий француз Мариус Петипа, которого мы каким-то чудом заманили в Санкт-Петербург на 50 лет, — мы должны быть благодарны им. Мне кажется, что в конце концов мы обязательно придем к тому, что российская экономика будет показывать хорошую динамику не только благодаря ценам на нефть и газ.

J. Thornhill:

Thank you. Igor Lotakov, if I could come to you. Valery Gergiev has just emphasized the importance of Russia in the global context and being part of a global world culture. Can you talk a bit about Russia from an international perspective? How do you see other countries developing their creative industries. What can Russia learn from them, and what can Russia teach them?

И. Лотаков:

Большое спасибо.

Когда Валерий Абисалович рассказывает о Мариинском театре, я всегда вспоминаю о том, что у нас есть спорт высоких достижений. Мариинский театр — это искусство высоких достижений и яркое проявление индустрии, о которой мы сегодня собрались поговорить.

В ролике, который показывали перед нашей сессией, вы видели, что в ряде стран креативная индустрия уже сейчас составляет до 6% ВВП. Мы говорили о 9% экономического роста и 9% занятости. О чем это говорит? Сопоставьте это с трендами по реформированию глобальной экономической системы. Мы с вами начали с индустриальной экономики, в которой конкурентным преимуществом была в первую очередь дешевая рабочая сила, потом мы перешли к экономике квалифицированной рабочей силы. Мы живем в мире, в котором можно скопировать все — любой продукт, любой процесс. И в следующие 20 лет, как мы считаем, до

половины всех рабочих мест, где занято трудовое население, будет замещено тем или иным образом с помощью технологий. А это значит, что конкурентные преимущества любой экономики выходят из креативной индустрии. Посмотрите на бизнес-модели компаний и даже целых стран. Какое долгосрочное конкурентное преимущество они могут предложить? Видимо, только одно — это человеческий ресурс и его проявления: культура организации, которая поможет компаниям приспосабливаться к изменяющимся экономическим условиям. Кроме того, ярчайшим проявлением культуры любой компании и экономики является их креативная составляющая. И поэтому мы видим, что в ряде стран все больший процент ВВП переходит в креативную индустрию.

Моей старшей дочери шестнадцать лет, младшей — восемь. Со всеми этими мегатрендами начинаешь думать о том, к какой среде нужно готовить ребенка, и приходишь к выводу, что единственная надежная среда — это та, в которой высок коэффициент креативной составляющей. Это будущее любой экономики, компании и страны.

Переведу это в более практическую плоскость. Мы выяснили, что креативные индустрии очень важны. У нас есть хорошее наследие, население, которое знаменито своей креативной составляющей, а что дальше? В первую очередь развитие социально-культурной инфраструктуры регионов и городов. Это определение инвестиционных направлений, в которые нужно вкладывать время и деньги уже сейчас для того, чтобы растить новое поколение, которое будет работать в этих индустриях. У нас нет ни статистики, ни определения креативной индустрии. Первым шагом должно стать создание некоего механизма, который помог бы оценить культурно-социальную инфраструктуру городов, определить, где мы находимся, а потом решить, что делать дальше.

J. Thornhill:

Thank you. Sergey Kapkov, if I could come to you. Could you tell us, from the Moscow perspective, how do you think you can best promote creative industries and develop human capital?

С. Капков:

Мне кажется, лучшим шагом не только для Москвы, но и для любого региона будет попытка подумать не только о будущих поколениях, но и о тех, которые уже вовлечены в творческие индустрии и которые что-то делают в самых разных сферах — от классической музыки до интеллектуальных разработок. Творческая индустрия — это глобальный рынок. Я считаю, что если мы хотим продвигать своих людей, своих производителей, то вначале необходима поддержка государства. Я согласен с Алексеем Леонидовичем: хотя бы заметить этих людей, сказать, что они есть, что они не менее ценные, чем нефтяники, силовики или работники социальной сферы. И поддержка должна оказываться из разных источников — от Министерства культуры до Министерства промышленности.

Я бы попробовал создать некий творческий и культурный бизнес-инкубатор в любом регионе. Это можно делать на базе классических институтов культуры, таких как Эрмитаж и Мариинский театр. Обязательна поддержка образовательных программ. Также стоит подумать над открытой дистанционной образовательной программой, которая должна привлекать не только русских преподавателей. Можно создать фонд поддержки творческих предпринимателей, то есть людей, которые умеют эти идеи продавать. Мы знаем, что Валерий Абисалович — великий дирижер, который умеет работать с любым оркестром, но нужны люди, которые смогут развивать этот бизнес и попытаются, как он правильно говорит, «поженить» его с Санкт-Петербургом, потому что одно следует за другим.

Чтобы не расстраивать Алексея Леонидовича, я не буду говорить о налоговых льготах, но гранты и кредиты были бы хорошим шагом с учетом того, что, как правило, для стартапов не нужны огромные деньги. Необходимо проводить национальные и международные конкурсы как поощрение, чтобы показать, что мы видим этих людей на государственном уровне. И можно создать отдельную исследовательскую и издательскую программу, чтобы показать, что в этих индустриях интересно работать, и в них будущее России, хотя на самом деле они принадлежат не только нашей стране, а всему миру. Мне кажется, это главная задача, если говорить о практических действиях.

J. Thornhill:

Great. Alisa Prudnikova, if I could come to you. Could you tell us, from the perspective of Ekaterinburg, how creative industries are developing there? And, perhaps, if you could also address the balance of what support you get from the local government, and to what extent you think this is the initiative of local people? One of the themes that is coming out from several of our speakers is the importance of education and the mindset of young people. Could you tell us about that as well from your perspective?

А. Прудникова:

Спасибо.

Я хочу начать с того, что большим достижением креативных индустрий стало культурное развитие регионов. До недавнего времени у нас существовали метрополии и недифференцированная провинция, которая отсутствовала на информационной карте, теперь же мы стали говорить о поисках собственной идентичности, о брендах. Настоящая децентрализация начинается не тогда, когда нужно сначала доказывать что-то Москве, получать ее одобрение, а когда есть прямой диалог с миром.

Мне кажется, что создание полицентричной системы — это путь для развития регионов. Для диалога с миром, который всем нам так нужен и о котором мы сейчас говорим, сфера культуры является самой благодатной. Но если этот диалог не выходит за ее пределы, то снова ничего не будет двигаться вперед. То есть настоящий рост происходит, когда взаимодействие с миром распространяется на другие сферы бизнеса и экономики, развиваются городская среда, инфраструктура и начинается конкуренция городов и регионов.

Проекты какого типа в сфере современной культуры могут решить эту задачу диалога, который начинается в культуре и распространяется на другие сферы? Мне кажется, что для них есть три критерия. Во-первых, это должно быть интересно миру: проекты должны говорить о глобальных трендах, а не продвигать местную экзотику в плохом смысле этого слова. Во-вторых, это должно быть интересно местному бизнесу, а в-третьих — соответствовать идентичности места. Для Урала первым громким событием в сфере современного искусства стала Уральская индустриальная биеннале современного искусства. Почему биеннале? Потому что этот формат позволяет автоматически интегрироваться в мировой контекст и требует соответствия определенным критериям подхода к профессиональному выбору кураторов, художников, которые принимают участие в мероприятии. Почему индустриальная? Это важно, потому что мы работаем с темой индустриальной идентичности и как с наследием, потому что Урал — индустриальный регион, и как с актуальной практикой.

Есть три сферы, которые мы постоянно развиваем и на которых делаем акцент: осмысление наследия индустриальной эпохи, джентрификация и новая жизнь пространств, в которых больше нет производства и в которые приходят те самые креативные люди, молодежь, которой интересно их осваивать. Благодаря биеннале были открыты уникальные памятники эпохи конструктивизма — мы привлекли внимание к тому, что Екатеринбург был

центром реализации авангардной программы градостроительства. Чиновники часто воспринимают их как архитектуру для бедных, которую не нужно поддерживать. А когда культурный проект дает возможность зайти внутрь такого здания, проникнуться идеей утопического строительства и посмотреть на собственное пространство совершенно другими глазами. Мне кажется, это крайне важно для любого горожанина.

Главное заключается в том, что специфика индустриальности дает возможность выстраивать партнерские отношения с бизнесом, который сможет решать интересные ему задачи в рамках собственного художественного проекта, искать новые подходы и таким образом полномасштабно включаться в биеннальное движение. Малый бизнес черпает идеи в биеннале и развивает их дальше как самостоятельные проекты. Обычная история: молодые дизайнеры придумывают для биеннале сувенирную продукцию, после чего администрация города или региона заказывает ее у той же команды для различных официальных мероприятий.

Итак, у нас есть три критерия. Мировой контекст: биеннале получилась очень мощной, потому что Екатеринбург стал платформой для работы Всемирной биеннальной ассоциации, в которую входит больше 300 биеннале по всему миру. Работа с бизнесом — Уралтрансмашем и международными компаниями. И наконец, биеннале, несомненно, оказывает серьезное влияние на формирование бренда Урала.

Мне действительно приятно об этом рассказывать, но я бы хотела обратить внимание на практический аспект. Все-таки пример биеннале является исключительным, и в силу региональных особенностей она была инициирована, условно говоря, снизу, но я представляю крупнейший федеральный институт — это Государственный центр современного искусства, федеральное государственное бюджетное учреждение культуры, имеющее филиалы в восьми городах страны, которое пришло с

федеральной повесткой к местным чиновникам — они одобрили ее и влились в процесс. И теперь регион и город — это наши самые замечательные партнеры.

С. Капков:

Разве вы не объединились с РОСИЗО?

А. Прудникова:

Мы ГЦСИ РОСИЗО. То есть мы остаемся ГЦСИ, хоть и в рамках РОСИЗО.

Этот пример говорит нам о том, что не во всех регионах сложилась такая ситуация, и чаще всего представители креативных сообществ не доходят до нужных кабинетов. Мне кажется, что должна существовать федеральная инициатива, которая будет посылать в регионы сигнал о желательности такого рода проектов. Хорошо, если это станет практическим результатом теоретического обсуждения.

И последнее: в биеннале, конечно, важно не только то, что она индустриальная, но и то, что она посвящена современному искусству. Этой области часто сложнее всего, ведь она по определению направлена в настоящее, но одновременно возникает диалог, в котором можно обсуждать будущее развитие. Спасибо.

J. Thornhill:

Thank you, Alisa. Now, Ekow Eshun, you helped prepare this report on creative industries in Russia. What did you discover?

E. Eshun:

As you were saying, John, I am the Creative Director at the Calvert 22 Foundation. What we have done in this report, which I think a number of people in the audience have seen, is to take a first look at some of the things we have

been discussing on this panel, which is how to go from a theory of talking about creative industries to looking at its practical application.

What we have done here is that, in partnership with PwC, we took a first look at nine different cities across Russia, from Voronezh and Ekaterinburg to Krasnodar and Kazan, and various other places. We have actually looked at what is going on, at the real creative work that is going on, so that we can move from a theoretical discussion on what the creative industries are, to actually looking at what young people in particular are actually doing and creating in all of those cities. What we see is a really exciting environment that is coming into bloom. We see all sorts of different industries, such as animation industries in Ekaterinburg and the Ural Industrial Biennial, through to all sorts of different things. What we wanted to do was start to stitch those together, and start to put faces together and actually start to identify a number of different things that are going on.

This report is an interim report. What we are doing at Calvert is creating what I think is a first of its kind: an index of creative use of capital. This is an index that takes an in-depth look using quantitative figures at what is happening creatively in a number of cities across Russia. It also tries to measure that across a number of different areas, and not just in terms of economic output, but also in terms of the conditions within cities. We ask questions about the level of openness within cities, we ask questions about levels of education, but also about levels of tolerance and openness to different ideas around ethnicity or gender, for example, because we are interested in an environment that can spark new ideas and new initiatives and new promise. We are interested finally in how we can share that with you here within Russia, but also internationally. In producing this report we are simultaneously producing a Creative Index. We are also sharing that internationally on our Calvert 22 Foundation website, and in the Calvert journal, which has an international audience, as Mr. Kudrin was saying, of over a million unique users every year.

One aspect of this report that is currently online in the Calvert journal is the aspect of being able to share this information. Sharing the stories of individual creative endeavour internationally is very important. It speaks to a point that Alisa made a moment ago, which is that these things do not work in isolation; that when we talk about culture, when we talk about creativity, we cannot just think about these things as local endeavours. They make sense locally, they make sense nationally, but their real promise comes from when they start to be able to speak about how a country is developing internationally.

You know we talk about Mariinsky as one of the great cultural institutions of Russia. There will be others, and some of those others are already starting off right now. Not necessarily institutions, but certainly enterprises, certainly business that allow Russia to speak to the world in different ways. This is one of the things that motivates us, this idea that we can walk outside this building and start to track, start to measure a number of things that are already taking place all around us. So that is what we wanted to do with this report, and that is what we will do with the four indexes that we will deliver later this year. That is what we want to share with the world.

J. Thornhill:

Thank you very much. Once again I will ask for questions from the floor in just a minute, but before I do so, I would like to put one more question to Valery Gergiev. One of the themes that you discussed and others have picked up on here, is the importance of partnerships between government, business, cultural institutions and educational institutions. Could you talk a bit more about that and how you think Russia can develop partnerships and develop this kind of ecosystem to fully develop the talents Russia has?

В. Гергиев:

Это очень важный вопрос. На него трудно ответить коротко, но я попытаюсь это сделать.

Мне кажется, что мы говорим о будущем, опираясь на свой личный опыт, который, как ни крути, находится в прошлом. Я как раз и был тем человеком, который в тяжелый период, в 1988 году, возглавил один из самых ярких символов мировой культуры и российской культурной истории. Мне было 34 года, и я должен был крепко думать о том, что произойдет с коллективом театра, который меня выбрал. Я не был назначен, более того, коллективу не рекомендовали выбирать меня. У меня не было опыта, я не был известен как руководитель какой-либо организации, и казалось абсурдом сразу без опыта возглавить Кировский театр. Но коллектив проявил характер, и мы стали создавать возможности, которые страна в лице правительства и города не могла нам предоставить. Сама страна, как известно, распалась через три года. По иронии судьбы августовский путч, который должен был сместить Горбачева, застал меня на пути в Эдинбург. Я уже отработал в Бирмингеме, когда мне позвонил мой друг из Америки и посоветовал вылетать первым же самолетом в Штаты. Я полностью проснулся от такого предложения — было четыре часа утра. Я был с коллективом — нас было человек двести — в гостях у друзей. В Эдинбурге нам предложили остаться до полного разрешения этой острейшей, неожиданной для всего мира ситуации. Вы прекрасно помните, как весь мир смотрел на Кремль два-три дня. Тем не менее все мы улетели домой, хотя были в гостях у друзей. У нас были семьи, мамы, дети, работа, и все, начиная с меня, знали, что наша страна не сможет полностью повернуть ход истории и вернуться в 37-й год. Мы были достаточно опытными артистами, хотя тогда мне было 37 лет.

Почему я об этом вспомнил? Потому что именно партнерство с Метрополитен-опера, с театром Ла Скала, с оперой Сан-Франциско, с

Ковент-Гарден помогли тогда коллективу Мариинского театра найти опору. Затем мы выстроили замечательные отношения с крупнейшей звукозаписывающей компанией в мире, Universal — тогда она называлась PolyGram и была частью громадной компании Philips Electronics. Я почему-то быстро схожусь с людьми. Я вообще не знал президента PolyGram, но дружил с президентом Philips Electronics. И такое происходит со мной постоянно. И это дало Мариинскому театру только в контрактах на записи великих русских опер и балетов примерно в 20 раз больше финансовой поддержки, чем выделялось из бюджета страны. Зато российское государство взяло реванш и построило нам гигантский новый театр без единой копейки западных денег или даже денег благотворителей. Сидящие здесь Алексей Кудрин и Ольга Голодец прекрасно помнят, каким сложным был этот процесс, но мы получили едва ли не лучший театр в мире. Там использовались самые разные технологии — и японские, и американские, и немецкие, и даже чешские, а также очень много российских. Работают специалисты, в том числе в сфере хай-тек, айтишники, и все они очень сильные.

Недавно мы провели конкурс имени Чайковского. Я являюсь его сопредседателем вместе с Ольгой Голодец. Сто восемьдесят стран смотрели этот конкурс в интернете — это немногим меньше, чем число стран — членов ООН. Как нам это удалось? Во-первых, это партнерство с лучшими представителями так называемого Запада. Я всегда говорю, что есть не только Восток и Запад, но и Север и Юг. И сегодня, когда происходят напряженные политические события и даже страшные вещи, связанные с мировым терроризмом, сталкиваются скорее Север и Юг, а не Запад и Восток. Но мы еще придем к осознанию этого.

Закончу ответ на Ваш вопрос. Без партнерства с лучшими западными специалистами нам осталось бы только рассказывать, какими у нас были певцы 25 лет назад. Или мы записали бы их, может быть, даже в сложных

условиях — наше телевидение всегда было богато на культурные программы. Когда-то первый канал советского телевидения постоянно показывал концерты Мравинского, Рихтера, Гилельса, Ростроповича, Ойстраха. Процентом десять эфира отдавалось классической музыке. Я сейчас не шучу. В Америке это сделать нереально — там даже одной сотой процента не дают музыке: «Вы любите классическую музыку? Пожалуйста, ищите». А у нас была такая государственная политика, и у нас были гиганты мировой музыки. И не только пианисты, скрипачи или композиторы, но и Галина Уланова, и Майя Плисецкая.

Вы задали очень сложный, но интересный вопрос. Российская экономика будет развивать партнерство, но и мировая экономика тоже его развивает здесь, в Петербурге, несмотря на то, что мы живем под санкциями. Самые умные понимают, что через год или два события будут зависеть уже не от тех, кто сегодня занимает места в мировой политике. Придут новые политики, а богатства российской экономики, в том числе интеллектуальные, останутся с Россией. Я приветствую партнерство и думаю, что ни одно государство не может идти в будущее с успехом и уверенностью, если оно закрылось ото всех. Это нереально.

J. Thornhill:

Thank you. Other questions from the floor?

Из зала:

Ирина Россиус. У меня вопрос к Валерию Абисаловичу.

Я бы хотела выразить свои эмоции. Вчера я была на спектакле, которым Вы дирижировали. Сергей Капков сказал, что нужны менеджеры, которые умело продают российскую культуру. У Вас есть такие уникальные способности: Вы не просто талантливый дирижер, Вы еще и профессиональный руководитель и очень хорошо продаете русскую

культуру. Готовы ли Вы преподавать и рассказывать о том, как это нужно делать, чтобы российская культура была более востребована в нашем мире? Есть ли у Вас время для этого? Вы рассказываете, что у Вас частые гастролы и творческий процесс занимает много времени.

В. Гергиев:

Я преподаю каждый день, потому что профессия дирижера — это прежде всего профессия педагога. Здесь недавно выступали Анна Нетребко и Владимир Галузин, сегодня для гостей Форума споет Ильдар Абдразаков, а послезавтра — Ольга Бородина. В какой-то степени это мои воспитанники, потому что моя работа в Мариинском театре — каждый день приходиться и начинать репетицию. Я должен говорить что-то по поводу темпов, артикуляции, произношения, мелодической красоты той или другой арии, лепить вместе с обладателем голоса или с обладателем инструмента то, что должно порадовать слушателей. Мне кажется, что мы все помним своих педагогов и понимаем: надо отдавать то, что тебе так щедро дарили в детстве. Педагогом по профессии я себя не вижу, а по духу моей работы в Мариинском театре я этим занимаюсь каждый день.

Единственное, что я хочу выделить, тем самым переведя разговор на будущее Мариинского театра: мы не продаем дорогих билетов детям. Это самые дешевые, но и самые важные билеты. Дети приходят в среду, четверг, пятницу, субботу, воскресенье утром, днем и даже иногда вечером. Особенно интересная работа ведется в камерных залах нового Мариинского театра. Там создают спектакли. Эта креативная индустрия очень затратна, и мы ничего не получаем обратно, но главная наша публика — дети и студенты — никогда не перестают ходить к нам. То, что заложено сейчас, будет продолжаться 50—70 лет и станет огромной экономической отдачей. Вот основная логика и педагогика всей нашей организации, в

которой работает около 4 000 человек. Для нас это едва ли не самый важный аспект.

Из зала:

Я видел брошюры, где рассказывается о новом совместном проекте PwC в России и фонда Calvert 22 по созданию индекса креативного капитала. Можно попросить Игоря Лотакова, как управляющего партнера PwC, рассказать об этом проекте более подробно? О чем идет речь?

И. Лотаков:

Мне кажется, индекс и практическое применение того, о чем мы говорим, было освещено предыдущим оратором. Брошюры, созданные Calvert 22, — первый шаг к расчету креативного индекса в нашей стране с использованием всего мирового опыта по созданию таких индексов.

Еще хочу добавить, что столь же важно сформировать среду этого индекса, которая облегчила бы работу иностранных компаний и иностранных представителей креативных индустрий в России, что, безусловно, ускорило бы темпы развития креативных индустрий в России. Спасибо.

J. Thornhill:

We have one final question.

Из зала:

Добрый день. Сергей Быков, Архангельск.

Ольга Юрьевна, мой вопрос касается выполнения майских указов. Мы понимаем, что все великие творческие личности когда-то идут в первый класс общеобразовательной школы, в первый класс музыкальной школы, детских и юношеских центров, и культурный базис в нас закладывают учителя. Но майские указы ориентируются на средний уровень заработной

платы педагогов, да и сотрудников системы здравоохранения, и не предполагается, что это заработная плата на одну ставку, на один оклад. Чтобы достичь этого уровня заработной платы, многие люди вынуждены брать на себя увеличенный объем работы. Была ли задача создать такие условия, чтобы учителя могли зарабатывать достаточно для хорошего уровня жизни, работая при этом на одну ставку? Спасибо.

О. Голодец:

Большое спасибо.

Конечно, майские указы содержат некоторые показатели, и очень важно, чтобы за этими цифрами мы понимали реальные цели повышения уровня оплаты труда педагогов и, соответственно, качества труда, потому что все равно уровень оплаты труда определяет качество педагогического потенциала и тех людей, которые приходят в эту сферу. Я с этого начала. Мы обсуждаем вопрос и загруженности, и перегруженности педагогов. Были сделаны шаги по реальному увеличению заработной платы. В 2012, 2013 и 2014 годах мы видели эти изменения: они действительно отразились на качественном составе педагогических коллективов, прежде всего в общем образовании. У нас изменился средний возраст педагогов, уровень образования, появилось больше людей, приходящих к нам сразу после университета. К сожалению, 2015 год очень серьезно подвинул нас к прежней точке, потому что реальная заработная плата упала, и это отразилось в первую очередь на работниках бюджетной сферы. Вопрос стоит на повестке дня, мы его понимаем и надеемся, что выполним распоряжение Президента, который сказал, что майские указы должны быть соблюдены и по цифре, и по духу.

J. Thornhill:

Alexey Kudrin, I would like to give you the last word in this debate: What have you made of the discussion? I was very struck by what Valery Gergiev was saying about the importance of selling tickets to children to inspire your future artists and to build a future audience. What is the government equivalent of that? How do you create the creative industries of the future?

А. Кудрин:

У меня мало времени, и я хочу прежде всего ответить на этот вопрос. Еще раз поблагодарю Ольгу Юрьевну, потому что я вижу в сегодняшнем обсуждении серьезный знак: мы обращаем внимание на эту отрасль и сможем даже выставить определенные индикаторы ее развития. В свою очередь они подтянут желание творческих людей и административных органов в регионах полностью использовать потенциал этой сферы, что не только даст регионам доходы, но и преобразит среду. Он дает импульс новым сферам и влияет на все индустрии — от промышленности до финансов. Я думаю, что мы не раскрыли еще этот потенциал и только делаем первые шаги.

Согласен с Ольгой Юрьевной в том, что креативный потенциал закладывается в школе, а не потом, когда мы вышли из университета и думаем, чем заняться. Что нужно получить от Правительства дополнительно, кроме того, что назвал Сергей Капков? Полагаю, налоговые льготы не помешают. У малых предприятий уже есть частичные льготы, и надо подумать, что еще можно сделать для продвижения этих вещей.

Критически важна для креативной индустрии защита прав интеллектуальной собственности. Здесь мы тоже многого достигли. Мы вывели эту область на определенный уровень, когда вступали в ВТО, но, конечно, этого не достаточно. Нам нужно защищать права, продвигать и уметь их оформлять.

В завершение я хотел бы сказать, что после нашего обсуждения мы, наверное, сможем поднять долю креативных индустрий в ВВП экономики еще на некоторую величину, может быть, на 1—2%. Самое главное — создать необходимую среду, в которой будет интересно жить, которая повышает качество жизни, создает у молодежи новое ощущение, что мы живем в современном мире. Чтобы даже в небольших российских городах, которые мы раньше называли периферией или провинцией, люди ощущали себя причастными к глобальным трендам. Спасибо.

J. Thornhill:

We must end it there, but thank you very much to all our panellists. I think some very interesting themes emerged from that. The importance, as the Deputy Prime Minister was saying, of rethinking education, of inspiring the young, of working with partnerships as well, and defending intellectual property rights is clearly very important. Thank you very much for coming.