

## Какие страны выбирают звезды креативных индустрий?

Креативные индустрии являются важнейшим драйвером роста: помимо прямого воздействия на экономику, генерируют значительные косвенные эффекты и способствуют развитию инноваций. Чтобы ответить на вопрос, какие страны более успешны в развитии креативного сектора, Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ впервые рассчитал рейтинг привлекательности стран мира для звезд креативных индустрий и проанализировал их творческие профили.

**Справочно:** Методология рейтинга привлекательности стран для звезд креативных индустрий (далее – Индекс) базируется на концепции экономики суперзвезд, согласно которой именно на них приходятся основные денежные потоки в креативном секторе. Так, исследования показывают, что 77% доходов музыкальной индустрии приходится лишь на 1% суперзвезд<sup>1</sup>. В выборку исследования вошли 102 страны, в которых выявлена хотя бы одна звезда креативных индустрий. Чтобы определить их численность в каждой стране была составлена база данных наиболее успешных творческих личностей, брендов и компаний, включающая 23 показателя по девяти креативным индустриям (мода; кино; игровая индустрия; реклама и пиар; архитектура; промышленный дизайн; искусство и культура; литература; звукозапись и исполнительские искусства). Индекс привлекательности страны для звезд креативных индустрий рассчитывался как среднее арифметическое индексов привлекательности страны для отдельных креативных индустрий.

### Россия входит в топ-20 стран по привлекательности для звезд креативных индустрий

Рейтинг стран-лидеров по привлекательности для звезд креативных индустрий в 2022 году возглавили США, Великобритания, Китай, Германия и Япония. Россия заняла 20-е место (рис.1).

**Рис. 1.** Топ-30 стран по привлекательности для звезд креативных индустрий в 2022 году

Ранг	Страна	Ранг	Страна	Ранг	Страна
1	США	11	Канада	21	Польша
2	Великобритания	12	Бразилия	22	Новая Зеландия
3	Китай	13	Швейцария	23	Мексика
4	Германия	14	Нидерланды	24	Бельгия
5	Япония	15	Швеция	25	Норвегия
6	Франция	16	Индия	26	Перу
7	Италия	17	Дания	27	ЮАР
8	Испания	18	Ирландия	28	Тайвань
9	Австралия	19	Турция	29	Австрия
10	Республика Корея	20	Россия	30	Финляндия

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

Лидеры креативных индустрий преимущественно концентрируются в крупных экономиках и странах с высокими доходами населения. Входящие в топ-30 наиболее привлекательных для звезд креативных индустрий 23 страны также входят в топ-30 по величине валового внутреннего продукта. При этом 22 из них относятся к странам с высоким уровнем дохода, семь – с уровнем дохода выше среднего (Россия, Китай, Бразилия, Турция, Мексика, Перу и ЮАР), одна – ниже среднего (Индия). На указанные группы приходится 81, 9.3 и 1.7% всех мировых звезд креативных индустрий соответственно.

Вклад в общемировой пул креативных звезд большинства стран – лидеров Индекса превосходит их вклад в мировой валовой продукт. Только у восьми стран (Китай, Япония, Республика Корея, Индия, Бразилия, Россия, Мексика и Тайвань) доля в мировой экономике превышает их долю в общем числе креативных звезд.

<sup>1</sup> MIDIA Consulting (2014). The Death of the Long Tail. URL: <https://musicindustryblog.wordpress.com/2014/03/04/the-death-of-the-long-tail>.

## Какие страны выбирают звезды креативных индустрий?

### Распределение звезд креативных индустрий по странам неравномерное

На топ-20 стран по привлекательности для звезд креативных индустрий приходится более 86% их общей численности, тогда как на следующие 20 стран – только 8.9%.

Лидирующие по значению Индекса США более чем вдвое (2.4) опережают Великобританию, занимающую вторую позицию; почти в четыре раза (3.8) – Японию, располагающуюся на пятой позиции; 10-е место – Южную Корею – в девять раз (8.97); 20-е место – Россию – в 20 раз (20.4); наконец, Финляндию, замыкающую первую тридцатку стран, – в 34 раза (34.0).

Можно выделить креативные индустрии, где неравномерность наиболее сильна. Так, в топ-20 странах сосредоточены 85% звезд кино, тогда как для архитектуры этот показатель составляет 76% (рис. 2).

**Рис. 2.** Доля звезд, сосредоточенных в топ-20 стран – лидеров Индекса привлекательности для звезд креативных индустрий в 2022 году, в разрезе отдельных креативных индустрий, %



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

### Креативный сектор характеризуется территориальной специализацией

Четырнадцать стран входят в топ-5 по привлекательности для звезд хотя бы одной креативной индустрии. Чаще всего в таких топах оказываются США и Великобритания, но также присутствуют в пятерках лидеров по отдельным креативным индустриям и страны континентальной Европы, азиатские и некоторые развивающиеся, такие как Турция и Перу (рис. 3).

**Рис. 3.** Топ-5 стран по уровню привлекательности для звезд в разрезе отдельных креативных индустрий

	1	2	3	4	5
Мода	США	Италия	Велико-британия	Франция	Япония
Кино	США	Франция	Япония	Велико-британия	Германия
Игровая индустрия	США	Германия	Канада	Велико-британия	Китай
Реклама и PR-индустрия	США	Велико-британия	Перу	Турция	Китай
Архитектура	Велико-британия	США	Япония	Австралия	Китай
Промышленный дизайн	Китай	Германия	США	Япония	Италия
Искусство и культура	США	Велико-британия	Германия	Китай	Франция
Литература	США	Велико-британия	Япония	Франция	Россия
Звукозапись и исполнительские искусства	США	Южная Корея	Ирландия	Велико-британия	Канада

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

## Какие страны выбирают звезды креативных индустрий?

Отрыв США наиболее заметен в моде и культуре за счет развития самых современных течений в этих индустриях: urban wear (городская одежда) и contemporary art (современное искусство). Германия, считающаяся одним из наиболее индустриально развитых и технологичных центров, выигрывает у всех стран, кроме США, по привлекательности для звезд игровой индустрии и промышленного дизайна. Два других европейских государства – Франция и Италия – демонстрируют склонность к креативным индустриям, где более сильны исторические традиции, – моде и кинематографу. Азиатские страны также различны по своему креативному профилю. Китай лидирует в креативных индустриях, содержащих значительную технологическую (игровая индустрия, архитектура) и визуальную (дизайн, культура и искусство) составляющие. Южная Корея занимает второе место по привлекательности для музыкальных звезд благодаря популярности жанра К-поп. Глубокие исторические корни в литературе и давние традиции визуального нарратива отразились на креативном портрете Японии, замыкающей топ-3 стран по привлекательности для звезд литературы и кино, а заложенное в культуре особое внимание к декоративно-прикладному искусству проявляется в высоких позициях в моде и архитектуре. Развивающиеся страны с активно растущими потребительскими рынками (Перу, Турция) ярко проявляют себя в рекламе и пиаре.

### Города – ключевой фактор успеха креативного сектора страны

Более 80% стран, входящих в топ-30 по значению Индекса, имеют более двух креативных специализаций<sup>2</sup>. Определяющую роль в формировании таких специализаций играют города с высокой концентрацией звезд («города – креативные кластеры»). Так, каждая из столиц моды – Лондон, Нью-Йорк, Париж, Милан – аккумулируют от 8.4% до 13.2% общемирового числа модных звезд. На Лос-Анджелес приходится 16.6% звезд музыки, а на Нью-Йорк – 10% звезд искусства и культуры. Страны заметно различаются по числу городов, где выявлена хотя бы одна креативная звезда. Больше всего их в США (169) и странах Европы, прежде всего в Италии (146), Великобритании (92) и Германии (60).

### Креативный профиль России опирается на слово и переходит к делу

Занимая 20-е место по индексу креативной привлекательности, Россия аккумулирует 1.03% от общего числа звезд креативных индустрий, что в 1.7 раз ниже ее доли в мировом валовом продукте (1.75%) (рис. 4).

Рис. 4. Креативный профиль России (2022)



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

<sup>2</sup> В рамках настоящего исследования креативная индустрия рассматривается в качестве национальной специализации, если ее вклад в общее число мировых звезд креативной индустрии превышает долю страны в мировом валовом продукте.

## Какие страны выбирают звезды креативных индустрий?

Для России ключевыми креативными специализациями являются литература, реклама и пиар-индустрия. Искусство и культура, промышленный дизайн, архитектура, игровая индустрия пока не стали в полной мере ее креативными специализациями, но вклад страны в эти индустрии сопоставим с ее долей в общей численности всех креативных звезд.

### Комментирует Виктория Боос, ведущий эксперт Центра «Российская кластерная обсерватория» ИСИЭЗ НИУ ВШЭ:

Как показало исследование, значительную роль в привлекательности стран для креативных индустрий играют культурные традиции и наличие креативных городов и кластеров.

Так, важный вклад в привлекательность России для киноиндустрии вносит Республика Саха (Якутия): фильм «Нуучча» стал в 2021 г. победителем кинофестиваля в Карловых Варах. Другой регион Дальнего Востока – Амурская область – мог бы стать штаб-квартирой для известного авангардного бренда очков – FAKBYFAK (столица региона Благовещенск является родным городом одного из его основателей). Модные дизайнеры и архитектурные бюро Санкт-Петербурга делают успешные шаги к глобальной известности: например, бренд 404 NOT FOUND представлен на FARFETCH, а архитекторы из «СТУДИИ 44» в 2018 г. победили в одной из номинаций международного конкурса World Architecture Festival.



**Источники:** Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, проведенные в рамках деятельности [Научного центра мирового уровня](#) «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» (соглашение о предоставлении гранта Минобрнауки России № 075-15-2022-325), World Bank.

Источниками информации о звездах креативных индустрий выступили аналитические порталы, отраслевые рейтинги, премии, агрегаторы продукции креативных индустрий и экспертных мнений: Fashion United, FARFETCH, NET-A-PORTER, Luisa Via Roma, Mytheresa, IMDb, FIAPF, The Game Awards, Esports Earnings, Steam, Games.com, Effie Awards, Provoke, Cannes Lions, D&AD, The Pritzker Architecture Prize, World Architecture Festival Awards, A' Design Award, iF Design Award, Red Dot Design Award, премия Японской художественной ассоциации, Artprice, Power 100, QS, THE, Wikipedia, Billboard, Spotify.

■ Материал подготовили **В. О. Боос, Е. С. Куценко, К. С. Тюрчев**

В сборе данных принимали участие: В. Л. Абашкин, С. В. Артемов

---

*Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться [issek@hse.ru](mailto:issek@hse.ru)). Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ ([issek.hse.ru](http://issek.hse.ru)), а также на авторов материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.*

---

© НИУ ВШЭ, 2022