

СИНОПСИС ПО ТЕМЕ

Креативность



Креативность человеческого капитала создает дополнительные возможности экономического, инновационного, технологического развития стран в современных условиях.

На информационно-аналитическом портале roscongress.org по выбранной теме вы найдете:

Аналитические материалы

50 публикаций

Мероприятия в рамках форумов

246 сессий

Спикеры и эксперты

1 218 человек

Связанные темы

96 штук

Последние публикации в блоке «Аналитические материалы»



СТАТЬЯ

18.12.2024

Три события креативных индустрий

Социальная платформа Фонда Росконгресс – Фонд Инносоциум провела в 2024 году три масштабных мероприятия, объединенных темой БРИКС и креативных индустрий

БРИКС

Креативность

Предпринимательство

[Читать подробнее →](#)

СТАТЬЯ

18.11.2024

Креативный потенциал индустриальных партнерств как драйвер технологического развития экономики России

В заключении приведены предложения по развитию креативного потенциала индустриальных партнерств, а также предложения по совершенствованию подготовки кадров опережающего развития, обладающих необходимым креативным капиталом.

Интеллектуальная собственность

Креативность

Образование

[Читать подробнее →](#)

СТАТЬЯ

23.09.2024

Продвижение уникального креативного продукта: экономика впечатлений

Продвижение уникального креативного продукта является важным элементом системы маркетинга креативных услуг. Уникальность как свойство креативного продукта позволяет производителю достичь конкурентных преимуществ на рынке креативных услуг.

Искусство

Кино- и мультиндустрия

Креативность

[Читать подробнее →](#)

Последние публикации в блоке «Мероприятия в рамках форумов»

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ – 2022

Новые национальные бренды на основе культурно-исторических традиций

📅 16 июня 2022 ⌚ 09:00–10:15



Модератор

Наталья Лосева

Заместитель главного редактора, МИА «Россия сегодня»

Ключевые выводы

Русские национальные бренды, сложившиеся исторически, не нуждаются в представлении в мире

"Если говорить про национальные бренды и уже тем более национальные бренды на основе культурно-исторических традиций, то, безусловно, наверно одним из ярких брендов, который появился и до сих пор остается на слуху действительно во всем мире – это бренд "Русские сезоны", который в свое время создал Сергей Павлович Дягилев, и те имена, с которыми он работал в антрепризе, те имена исполнителей, те имена хореографов, с которыми они объехали практически весь мир, они до сих пор остаются иконой стиля. Это лучшие балетные танцоры, это лучшие постановщики, это лучшие современные на тот момент музыканты, а наследие, которое оставил после себя Сергей Павлович, наследие, которое осталось после всех премьер Русских сезонов <...> они повлияли действительно на развитие жизни европейцев, потому что тогда появилась мода на все русское. Сергей Павлович был новатором и он привозил те вещи, которые для Европы в тот момент были непонятны, но стали настолько интересны, что это повлияло как и на большую моду, если говорить даже про одну из самых знаменитых наших балерин Анну Павлову, начиная с того что до сих пор ее имя носит всеми любимый и известный десерт и заканчивая тем, что Анна Павлова действительно была по исполнительской технике впереди своего времени" — Лебедев Алексей, Директор, АНО «Русские сезоны».

"Сегодняшний бренд "Русские сезоны" – это, по сути, возрождение наследия Сергея Павловича. Бренд появился в 2017 году по поручению Президента и постановлению Правительства, и с 2017 года мы как наследники, не

побоясь этого слова Сергея Павловича и Русских сезонов, стараемся показать всему миру богатство и разнообразие нашей культуры, потому что безусловно и мы всегда об этом говорим даже в сегодняшнее время русская симфоническая музыка, русское балетное искусство не нуждаются ни в рекламе, не нуждаются в представлении. В любом городе мира если появляется афиша с русским балетом, с именами исполнителей из Большого театра или из Мариинского театра, то это всегда гарантирует аншлаг и интерес публики. И в этом плане культурно-исторические традиции, которые нам удалось сохранить, я имею в виду нашей школе исполнительского искусства, нашей школе театрального искусства, нашей школе музыкального искусства, они до сих пор привлекают иностранцев и очень многие люди действительно открывают для себя что-то новое в российской культуре, потому что помимо классических исполнительских вещей у нас богата региональная самобытность, региональная культура, и она по-своему интересна, и это тоже ... при должном уровне развития этого помогает в экономическом плане каждому региону" — Лебедев Алексей, Директор, АНО «Русские сезоны».

"Я думаю, что время всегда расставляет все на свои места. ... Мы же не можем прийти и сказать, что вот мы русские, любите нас и приходите на наши выступления" — Лебедев Алексей, Директор, АНО «Русские сезоны».

Культура отмены не может распространяться на произведения искусства

"Как можно отменить Чайковского, как можно отменить Вагнера, как можно отменить тех людей, которые все уже доказали, и тех людей, которые сформировали вкусы поколений, тех людей, на которых учатся, ну как можно при проведении любого международного музыкального, художественного, хореографического, театрального конкурса не использовать кого-то из русских авторов. Сейчас это невозможно, потому что мир настолько глобальный и мир настолько проникнут взаимокультурами, что в принципе отмена какой-то культуры, отмена культуры какой-то страны, на мой взгляд, она невозможна. Все равно, пройдет полгода, год, какое-то время, и все так же будут ходить на музыку Чайковского в исполнении русских симфонических оркестров, потому что лучше русских симфонических оркестров, а я в этом уверен, никто не может исполнить русскую музыку, и лучше русских хореографических коллективов никто не сможет исполнить русский балет" — Лебедев Алексей, Директор, АНО «Русские сезоны».

"Нужно ли продолжать строить национальные бренды или это будет искусственно? Мы должны этим заниматься сейчас. Это сейчас, знаете, такой период домашней работы нашей на сегодняшний день, когда мы занимаемся тем, чем может быть раньше не занимались <...> Исторический момент – это всегда какие-то новые вызовы для каждого из нас, и для театра в частности, конечно же. Мы уже говорили сегодня на нашей утренней секции не раз о новом европейском явлении, для нас новом, – культуре отмены. Это все перебесится, простите меня за мой сленг, и то, что мы сделаем за этот период времени, мы потом дальше сможем выводить уже на совершенно глобальные рынки" — Емельянов Сергей, Директор, ФГБУК «Национальный драматический театр России (Александринский театр)».

[Читать итоги дискуссии полностью](#) →

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ – 2023

Инвестиционный потенциал креативных индустрий в России

 15 июня 2023  11:00–12:15

Модератор

Сергей Минаев

Писатель, сценарист; продюсер, Журнал «Правила жизни»

Ключевые выводы

Сегодня авторы производят контент, ориентируясь сразу на несколько площадок

Раньше можно было делить [контент. — Ред.] на разные аудитории — аудитории в интернете и телевизионную. Сейчас каждый человек выбирает, где и что он хочет смотреть. <...> Никто не бежит уже специально к телевизору в определенное время. <...> Сегодня уже в интернете производится большое количество продукта, который по качеству не уступает телевизионному. <...> Это продукт, который может быть монетизирован и на телевидении в том числе — Тимур Вайнштейн, Генеральный продюсер, НТВ.

Нельзя уже делить контент, как я считаю, на диджитальный и телевизионный. Сейчас, когда у тебя есть качественный контент, качественно произведенный, то место ему можно найти и на телевидении, и на платформах — Максим Рыбаков, Заместитель генерального директора по производству, СТС Медиа.

При производстве контента... мы учитываем, что какому каналу подходит. Ты выпускаешь эксклюзив в диджитале, но примерно в голове держишь, где он еще мог бы быть — Вячеслав Дусмухаметов, Продюсер, медиаменеджер, создатель цифрового и ТВ контента.

Текст остается востребованной формой контента

Текст никуда не уйдет. <...> Текст все равно на первом месте, он приоритетный. <...> Я связываю это с тем, что люди просто привыкли переписываться. У них уже не разделяется переписка с другом и чтение телеграм-канала — Максим Иксанов, Генеральный директор, News Media.

В “Дзене” за последние пару лет в два раза выросло количество просмотров видео, но при этом не упали просмотры текстов. Сейчас эти два формата тесно связаны

друг с другом, и один тяжело работает без другого — Степан Ковальчук, Старший вице-президент по медиастратегии и развитию сервисов, VK.

Текст никогда не умирал, он очень нужен, очень востребован. Потому что, когда ты едешь в метро, ты не можешь ничего слушать, тебе никакие шутки не зайдут, там громко, поэтому ты можешь только читать. И Telegram очень хорошо работает, потому что люди действительно много читают — Артемий Лебедев, Основатель, Студия Артемия Лебедева.

[Читать итоги дискуссии полностью](#) →

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ – 2022

Креативные индустрии: как не потеряться в мире будущего?

📅 17 июня 2022 ⌚ 10:00–11:15



Модератор

Константин Сидорков

Директор музыкальных и событийных проектов, VK

Ключевые выводы

Попытки «отмены» российской культуры сделают ее еще более привлекательной во всем мире

Наши сегодняшние внешние обстоятельства создают потребность по-настоящему использовать все новейшие способы передачи информации. Если есть блокада, а мы блокаду проходили не один раз, значит, надо уметь говорить за кольцо блокады. Для этого у нас есть „облако“, и надо использовать это для того, чтобы показывать то, что у нас есть. Отмена — это такое дело, создаваемое больше шумом, чем делом, мы эти отмены проходили много раз. <...> Отмененное — это сладкий плод, он притягателен, поэтому все, что мы создаем, может стать вдвойне притягательным, если мы будем это показывать — Пиотровский Михаил, Генеральный директор, Государственный Эрмитаж.

То, что запретно, оно будет вызывать еще больший интерес, и русская культура в любом случае всегда была „на гребне волны“, всегда вызвала интерес в мировом сообществе, и все понимают, какую ценность она представляет. Поэтому я уверена, что все возможности и выходы найдутся, просто мы сейчас на каком-то новом этапе развития, и это притягивает креативные индустрии внутри страны — Мухомеджан Фатима, Директор, Благотворительный фонд «Искусство, наука и спорт».

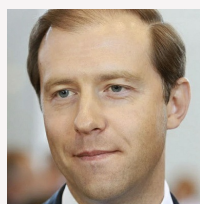
Отечественные креативные индустрии оказались в «льготных» условиях благодаря санкциям

Мы сейчас видим во всех креативных индустриях огромное открывающееся поле для возможностей. У нас есть по классификации 14 креативных индустрий, мы каждую можем взять и увидеть, что там есть новое поле для возможностей. <...> Если год назад мы говорили, что надо поддерживать своих национальных чемпионов в сфере интернет-технологий, потому что они конкурируют с „Инстаграмом“, „Фейсбуком“ [запрещены в РФ; принадлежат корпорации Meta, которая признана в РФ экстремистской. — Ред.], „ТикТоком“, то сейчас в силу обстоятельств „ВК“ [социальная сеть ВКонтакте. — Ред.] оказался в льготном положении на нашем национальном рынке. <...> Если мы возьмем кино и производство веб-сериалов, — та же самая ситуация — Новиков Сергей, Начальник Управления Президента Российской Федерации по общественным проектам.

Мы еще в прошлом году выбрали стратегию на резкое увеличение производства собственного контента, и в прошлом году произвели более 5 тыс. часов собственного контента, который мы можем показывать во всех средах — цифровой, телевизионной и т. д. И с этой точки зрения понятно, что появляется огромное количество новых возможностей. Для творческих людей сейчас главное понять, где эти возможности находятся — Баланова Светлана, Генеральный директор, АО «Национальная медиа группа».

[Читать итоги дискуссии полностью](#) →

Спикеры и эксперты

**Денис Мантуров**

Первый Заместитель Председателя Правительства Российской Федерации

45 цитат

33 мероприятия

10 аналитических материалов

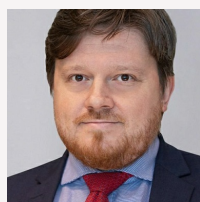
**Владимир Падалко**

Вице-президент, Торгово-промышленная палата Российской Федерации

17 цитат

18 мероприятий

1 аналитический материал

**Дмитрий Вахруков**

Заместитель Министра экономического развития Российской Федерации

40 цитат

28 мероприятий

3 аналитических материала

**Максим Киселев**

Генеральный директор, АНО «Развитие человеческого капитала»; профессор, Сколковский институт науки и технологий (Сколтех)

3 мероприятия

**Ольга Захарова**

Директор дивизиона «Городская экономика», Агентство стратегических инициатив

3 цитаты

17 мероприятий

**Андрей Платонов**

Заместитель руководителя, Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь)

4 цитаты

10 мероприятий

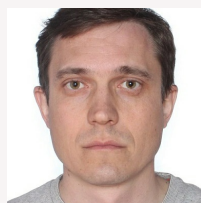
**Дирк Алборн**

Главный исполнительный директор, Hyperloop Transportation Technologies

9 цитат

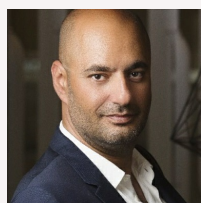
12 мероприятий

1 аналитический материал

**Алексей Цыкарев**

Председатель, Центр поддержки коренных народов и общественной дипломатии «Молодая Карелия»; программный директор, Всероссийская конкурсная образовательная программа «Коренные малочисленные народы. Школа общественной дипломатии»

7 мероприятий

**Шван Альхашими**

Управляющий директор, Archiplexus

1 мероприятие

[Смотреть полный список Спикеров и экспертов →](#)

Список тем, связанных с выбранной темой, и количество материалов по ним

Темы	Аналитические материалы	Сессии в рамках форумов	Спикеры и эксперты
Предпринимательство	<u>11</u>	<u>62</u>	<u>355</u>
Культура	<u>6</u>	<u>44</u>	<u>288</u>
Образование	<u>7</u>	<u>30</u>	<u>150</u>
FriendsforLeadership	<u>3</u>	<u>30</u>	<u>159</u>
Инновационная инфраструктура	<u>4</u>	<u>24</u>	<u>111</u>
Цифровизация	<u>7</u>	<u>17</u>	<u>100</u>
Регионы России	<u>9</u>	<u>13</u>	<u>97</u>
Рынок труда	<u>4</u>	<u>17</u>	<u>103</u>
МСП	<u>2</u>	<u>17</u>	<u>124</u>
Медиа	<u>2</u>	<u>16</u>	<u>138</u>
Искусство	<u>1</u>	<u>16</u>	<u>126</u>
Глобализация/регионализация		<u>14</u>	<u>133</u>
Кино- и мультииндустрия	<u>2</u>	<u>12</u>	<u>93</u>
Экономический прогресс	<u>3</u>	<u>11</u>	<u>65</u>
Туризм	<u>7</u>	<u>5</u>	<u>41</u>

[Смотреть полный список Связанных тем](#) →