

УДК 659.3

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К
ИЗУЧЕНИЮ ТЕНДЕНЦИЙ И
ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ***Буката Д. Ф., Сидорня А. А.*

Донской государственной технической
университет, Ростов-на-Дону, Российская
Федерация

jam.mamedova@yandex.ruAndrey.Sidornya@gmail.com

Проанализированы теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий. Проанализированы различные определения понятия «креативная индустрия», рассмотрена их классификация. В результате исследования было уточнено понятие «креативная индустрия», разработана авторская классификация креативных индустрий с целью адаптации к российским условиям, а также предложено перспективное направление развития креативных индустрий.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный город, диджитал-индустрия, медиарынок.

Введение. Целью настоящей работы является исследование теоретических подходов в области развития креативных индустрий, а также разработка рекомендаций для адаптации их к российским условиям.

Современный этап экономического развития характеризуется уникальной особенностью — креативность стала одной из важнейших основ экономического развития различных стран. Согласно докладу ООН, креативные индустрии стимулируют экономический рост, их доля в ВВП развитых стран составляет от 5 до 9 % [1]. Например, в Лондоне и Берлине доля креативных индустрий в ВВП города достигает 6 % и 8 % соответственно, а в Санкт-Петербурге этот показатель составляет 1 % [2].

В настоящий момент Россия несколько отстаёт в развитии данного сектора, в том числе и потому, что с сих пор нет чёткого определения понятия «креативная индустрия». Таким образом, изучение теории и практики зарубежных креативных индустрий чрезвычайно важно для современной России.

В данной работе авторы уточнили понятие и классификацию креативных индустрий и адаптировали их к российским условиям, а также разработали направления развития креативных индустрий в России.

Теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий. В настоящее время тема развития креативных индустрий очень актуальна как в академическом, так и в предпринимательском сообществе. Обсуждаются вопросы

UDC 659.3

**THEORETICAL APPROACHES TO
STUDYING OF TENDENCIES AND
PERSPECTIVES OF CREATIVE
INDUSTRIES DEVELOPMENT***Bukata D. F., Sidornya A. A.*

Don State Technical University, Rostov-on-Don,
Russian Federation

jam.mamedova@yandex.ruAndrey.Sidornya@gmail.com

The article is devoted to the analysis of theoretical approaches to the study of trends and perspectives of creative industries development. Various definitions of the concept "creative industry" are analyzed, their classification is considered. As a result of the research, the concept of "creative industry" was clarified, the author's classification of creative industries was developed in order to adapt to Russian conditions, and a promising direction for the development of creative industries was proposed.

Keywords: creative industries, creative city, digital industry, media market.

государственной поддержки проектов «креативного класса». При этом существуют разночтения относительно самого понятия «креативная индустрия», а также их классификации.

В англоязычных источниках не различаются понятия креативных, творческих и культурных индустрий, однако в России их разделяют: творчество — это идея, креатив — реализованная идея, приносящая прибыль, культура — реализация общечеловеческих и духовных ценностей. При этом понятие «креативная индустрия» тесно связано с понятием «экономика знаний», т. е. современным этапом экономического развития. Следовательно, креативность, творчество, культура, знание являются обязательными элементами предпринимательства. Для РФ, на взгляд авторов, применим широкий подход к пониманию креативных индустрий, который позволяет осуществить развитие данного фактора экономического роста. Авторы не отделяют творческую и культурную составляющую от креативной индустрии.

Творческие индустрии — это уникальный сектор экономики. Понятие креативных индустрий зародилось в Великобритании в 1998 году [3]. В это же время впервые закреплено официальное определение «творческие индустрии», которое до сих пор является наиболее известным и общепринятым: «Творческие индустрии — это та деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности».

В докладе ЮНКТАД за 2008 год «Креативная экономика» было предложено следующее определение: «Интерфейс между творчеством, культурой, экономикой и технологией, выраженный в способности создавать и распространять интеллектуальный капитал, с потенциалом для получения доходов, рабочих мест и экспортных поступлений, в то же время способствуя социальной интеграции, культурному разнообразию и развитию человека». Данное определение наиболее точно раскрывает понятие креативных индустрий, так как включает творческий, креативный, культурный и технологический аспекты.

Объединение понятий «культура» и «индустрия» произошло в момент появления новых технических средств. Они позволили сделать массовыми произведения искусства: кинолента, фотография, звукозапись, репродукция и т. д. Индустрия не только сделала произведение доступным широкому кругу людей, но и обращала его в предмет массового потребления и коммерческой эксплуатации.

Понятие «культурная индустрия» ввели и сделали предметом широкого обсуждения Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер, представители франкфуртской школы социологии [4]. Они критиковали процесс популяризации культурной продукции и услуг в послевоенной Америке и Европе и считали, что удешевленная промышленная «распродажа всего и вся» подорвала к ней всякое уважение.

Том Флеминг отмечает, что с 1998 года существует множество попыток обогатить определение данного сектора экономики (например, включить в него сферу туризма). Некоторые ведомства используют термин «индустрия культуры», хотя этот термин относится к более конкретному диапазону отраслей и может рассматриваться как часть творческих отраслей. Культурные отрасли определяются ЮНЕСКО как «отрасли, которые объединяют создание, производство и коммерциализацию содержания, которые являются неосвязаемыми и культурными по своей природе; эти материалы, как правило, защищены авторским правом, и они могут принимать форму товара или услуги».

Креативная экономика основана на использовании людьми своего творческого воображения, чтобы повысить ценность идеи. Джон Хоукинс в 2001 году разработал концепцию для описания экономических систем, в которых ценность основана на новых образных качествах,

а не на традиционных ресурсах земли, труда и капитала. По сравнению с творческими отраслями, которые ограничены конкретными секторами, этот термин используется для описания творчества во всей экономике. Некоторые наблюдатели считают, что креативность является определяющей характеристикой развитых стран XXI века.

Итак, согласно *Connect Americas*, приведем определения, сформулированные рядом учреждений и организаций:

1. Организация образования и культуры Организации Объединенных Наций (ЮНЕСКО): «Культурная и творческая индустрии — это те, которые сочетают создание, производство и коммерциализацию творческого содержания, которые являются неосязаемыми и культурными. Эти материалы обычно защищены авторским правом и могут принимать форму товара или услуги. Помимо всего художественного и культурного производства, они включают архитектуру и рекламу».

2. Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД): «Творческие отрасли занимают центральное место в творческой экономике и определяются как циклы производства товаров и услуг, которые используют творческий потенциал и интеллектуальный капитал в качестве основного вклада. Они классифицируются по их роли как наследия, искусства, средств массовой информации и функциональных творений».

3. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС): «Отрасли, основанные на авторском праве, — это те, которые посвящены, взаимозависимы или связаны с созданием, производством, представлением, выставкой, связью, распространением или розничной торговлей материалов, защищенных авторскими правами».

4. Департамент культуры, средств массовой информации и спорта Соединенного Королевства (*DCMS*): «Творческие отрасли — это те виды деятельности, которые основаны на творчестве, индивидуальном таланте и навыках и которые могут создавать рабочие места и богатство посредством создания и эксплуатации интеллектуальной собственности».

5. Экономическая комиссия для Латинской Америки и Карибского бассейна (ЭКЛАК): «Индустрия контента: публикация, кино, телевидение, радио, фонография, мобильное содержимое, независимая аудиовизуальная продукция, веб-контент, электронные игры и контент, созданный для цифровой конвергенции (кросс-медиа)».

Вышеперечисленные определения объединяют понятия авторского права, творчества и коммерции — главные особенности креативных индустрий. Специфика креативных индустрий проявляется в особенностях финансирования креативных проектов. Креативные индустрии породили новые способы производства — краудсорсинг (основан на вовлечении потребителей в производство продукта) и краудфандинг (привлечение потребительского финансирования на специальных краудфандинговых платформах) [5].

Существуют развёрнутые и обобщённые классификации креативных индустрий, рассмотрим наиболее известные из них.

М. Гнедовский [6] рассматривает 13 подсекторов, которые выделил департамент культуры, медиа и спорта Великобритании:

- 1) реклама;
- 2) архитектура;
- 3) художественный и антикварный рынок;
- 4) ремесла;
- 5) дизайн;
- 6) мода;
- 7) производство кино- и видеопроизведения;

8) программирование, в том числе создание развлекательных интерактивных программ и компьютерных игр;

9) музыка;

10) исполнительские искусства;

11) издательское дело;

12) теле- и радиовещание;

13) интернет-вещание.

Следовательно, под классификацию творческой индустрии попадают семь областей деятельности:

1) аудио-визуальное (фильм, ТВ, радио, музыка, новые медиа);

2) книги и пресса;

3) наследие (музеи, библиотеки, архивы и историческая среда);

4) перформанс (театр, искусство и танец);

5) спорт;

6) туризм;

7) визуальное искусство (галереи, архитектура, дизайн и ремесла).

Джеффри Браун выделяет 4 ключевых элемента интеллектуальной концепции творческих индустрий [7]:

1) они основываются на творческих, художественных способностях индивидов;

2) творческие, художественные способности индивида действуют в союзе с управленцами и технологами;

3) управленцы и технологи создают рыночные продукты;

4) экономическая ценность рыночных продуктов заключена в их культурных (или интеллектуальных) свойствах.

Адаптируя вышеприведенные классификации к российским реалиям, можно выделить расширенную концепцию, включающую наряду с творческими и предпринимательскими также технологические проекты. Авторская концепция классификации исходит из вида креативного предпринимательства и ориентируется на ситуацию стартового развития креативных индустрий в РФ: социальное предпринимательство, экологическое предпринимательство, творческое предпринимательство, культурное предпринимательство, интернет-предпринимательство, диджитал-предпринимательство, медиа-предпринимательство, арт-предпринимательство.

Анализ практик развития креативных индустрий. Большая часть работ и практик, связанных с сектором креативных индустрий, созданы в западных странах. Для разработки направления развития креативных индустрий в России проанализируем наиболее известные практики в данной области.

Во многих странах креативные индустрии становятся важнейшим сектором экономики, а также являются важным имиджевым механизмом, который имеет символическое значение для государств и регионов. Например, улучшение имиджа страны на международном уровне, влечет за собой оживление туристической отрасли и, как следствие, дополнительные денежные средства. Креативные индустрии во многом определяют потенциал развития страны и общества, перечислим лишь несколько положительных эффектов их функционирования:

1) создается креативная городская среда;

2) вкладываются финансовые ресурсы в креативные проекты, а также инновации для сферы культуры в целом;

3) появляется востребованность творческого потенциала через создание новых рабочих

мест;

- 4) разрабатываются и продвигаются интеллектуальные продукты;
- 5) поддерживается экономическая, культурная и политическая коммуникация — «обратная связь между производством и потреблением, технологией и содержимым, общественным удовлетворением и мобильностью»;
- 6) преодолевается экономический кризис, наблюдается рост конкурентоспособности;
- 7) решается ряд социальных задач, а именно развитие местных сообществ и их интеграция, диалог сообществ.

Джозеф О'Коннор отмечает, что «культурное потребление связано с образованием, стилем жизни, досугом, идентичностью, соответственно и потребляется новый культурный товар, а культурное производство имеет новое отношение к работе, карьере, исследованию, амбициям, счастью, успеху, при этом культурное производство формирует новые привычки у населения» [8].

Во многих странах приняты программы креативных индустрий, например, в Норвегии принята программа *Innovation Norway* — программа финансирования творческой экономики, министерство торговли и промышленности Финляндии опубликовало стратегию разработки для предпринимательства в секторе креативных индустрий, в Дании уделяется большое внимание творческому образованию.

В Великобритании сектор креативных индустрий является самым большим в мире, и, по мнению ЮНЕСКО, в абсолютном выражении является самым успешным экспортером культурных товаров и услуг в мире, опережая даже США. В 2015 году креативные индустрии экспортировали 21,2 млрд фунтов стерлингов, увеличившись на 7,2 % в период между 2014 и 2015 годами. Общий объем экспорта услуг в отраслях Великобритании за тот же период составил 3,1 %. По данным Т. Флеминга, творческие индустрии составляют 7,3 % экономики *UK*, в секторе занято более 1 миллиона человек. Самый быстрый рост среди подсекторов творческой экономики наблюдается на радио и телевидении (1,8 % в 2004 году, общий рост — 4,5 %).

По данным ЮНЕСКО торговля культурными товарами возросла с 39,3 млрд долларов в 1994 году до 59,2 млрд долларов в 2002 году. По экспорту культурных товаров Европейский Союз находится на первом месте — 51,8 % мирового экспорта (определено ЮНЕСКО). С 2003 года второе место в мировом экспорте занимает Азия (20,6 %). Культурные и творческие отрасли Австралии приносят доход 2,25 млрд долларов, т. е. 3 % мирового ВВП и 29,5 млн рабочих мест по всему миру.

Творческие индустрии — единственный сектор, который был идентифицирован как приоритетная область всеми странами. За последние годы создан ряд учреждений, поддерживающих творческий сектор, например, *Vision + Media*, *CIDA* (агентство по вопросам развития творческих индустрий), *Inspirial*, *CrISP* (проект поддержки творческих индустрий), *CIDA* (агентство по развитию культурных индустрий) в Лондоне, *Creative Kernow*. Первый из них был создан в конце 1990-х годов — *Merseyside ACME* (искусство, культура и медиа).

Дэвид Пэрриш, британский эксперт в области творческих индустрий, акцентирует внимание на том, что всё больше и больше креативные индустрии неразрывны с цифровыми отраслями, так как цифровое содержимое и онлайн-сервисы важны в творческом секторе экономики [9]. Технологии открывают новые возможности для создания произведений искусства, новые рынки сбыта, а также новые средства продвижения произведения.

В России работа по исследованию креативных индустрий и формированию программ их поддержки стартовала с началом нового тысячелетия. Появились научные статьи о креативных индустриях, креативные кластеры в Москве и регионах стали предметом изучения, разрабатываются образовательные программы по креативным индустриям. России, чтобы

добиться успеха, необходимо обеспечить государственную поддержку креативных индустрий не только в столице, но и в регионах, понять особенность каждого города, обеспечить стимулирование креативного сектора. Российские города должны приобрести прочный статус городов мирового класса, чтобы привлекать квалифицированных профессионалов из других стран, а также удержать местных талантливых специалистов. Многие американские (и не только) города прошли через такую трансформацию [10].

По версии британского издания «*The Calvert Journal*» в список самых креативных городов России входят: Казань, Краснодар, Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Санкт-Петербург, Тюмень, Воронеж, Екатеринбург. Попасть в данный список эти города смогли из-за высокого уровня развития современного искусства, проведения международных мероприятий, большого числа площадок для развития креативных индустрий. В Санкт-Петербурге существует большое количество экспериментальных творческих учреждений и перспективных IT-компаний, которые делают процветающим креативный сектор. На официальном сайте ЮНЕСКО, однако, единственным креативным городом России обозначен Ульяновск (как творческий город литературы).

Для развития креативного сектора в стране необходимо участие государства, например, европейская комиссия по поддержке творческих индустрий осуществляет следующие виды поддержки [11]:

1. поощрение инноваций в сфере образования;
2. поддержка мобильности художников;
3. координация с государствами, реформация нормативной базы;
4. содействие доступу на рынки, инвестиции в креативные индустрии.

Для появления инноваций в городе необходимо создать среду, где можно было бы реализовывать идеи. Благоприятной площадкой для этого являются коворкинги. Объединение под одной крышей различных специалистов, имеющих возможность обмена опытом и идеями, способствует успешной реализации проектов [12].

Заключение. Креативные индустрии — это важный фактор устойчивого развития национальной и мировой экономики. К российским реалиям, на взгляд авторов, подходит наиболее широкое определение креативных индустрий, которое не предусматривает различий между творческими, культурными, цифровыми индустриями, а также включает технологическое предпринимательство.

Предлагается авторская концепция классификации креативных индустрий по признаку вида креативного предпринимательства:

1. социальное предпринимательство;
2. экологическое предпринимательство;
3. творческое предпринимательство;
4. культурное предпринимательство;
5. интернет-предпринимательство;
6. диджитал-предпринимательство;
7. медиа-предпринимательство;
8. арт-предпринимательство.

В течение последних лет потребность в осмыслении, адаптации и определении возможностей и перспектив креативных индустрий в России значительно возросла. Она связана с необходимостью формирования новой «инновационной» модели экономики в нашей стране, с проблемами в области развития культуры, а также в функционировании культурных институтов,

учреждений, организаций, творческих субъектов. Для развития креативного сектора в городах России необходима государственная поддержка региональных и местных властей, общественных организаций и бизнеса.

Для появления инноваций в городе необходимо создать среду, где можно было бы реализовывать креативные идеи. Благоприятной площадкой для этого являются коворкинги. Рекомендуется развернуть широкую сеть коворкингов для креативных индустрий и сконцентрировать в них комплексную поддержку (методическую, образовательную, юридическую, финансовую) различных творческих проектов.

Библиографический список

1. Креативные индустрии стимулируют экономический рост и развитие [Электронный ресурс] / ЮНЕСКО-Пресс. — Режим доступа : <http://www.unesco.org/new/ru/media-services/in-focus-articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/> (дата обращения : 02.02.18).
2. Креативные индустрии : экспортный потенциал и внешнеполитический имидж [Электронный ресурс] / Рамблер. — Режим доступа : <https://news.rambler.ru/economics/37004947-kreativnye-industrii-eksportnyu-potentsial-i-vneshnepoliticheskiy-imidzh-strany/?updated> (дата обращения : 02.02.18).
3. Зеленцова, Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре : анализ зарубежного опыта : дис. ... канд. культурологии / Е. В. Зеленцова. — Москва, 2008. — 153 с.
4. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. — Санкт-Петербург : Ювента, 1997. — 312 с.
5. Сидорня, А. А. Краудфандинг как эффективный инструмент развития молодежных медиастартапов / А. А. Сидорня, М. В. Романенко // Молодой исследователь Дона. — 2017. — № 4 (7). — С. 202–208.
6. Творческие индустрии: политический вызов для России [Электронный ресурс] / Отечественные записки. — Режим доступа : <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii> (дата обращения : 02.02.18).
7. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории [Электронный ресурс] / Институт культурной политики. — Режим доступа : www.cpolicy.ru (дата обращения : 02.02.18).
8. О'Коннор, Дж. Культурная политика как влияние: экспорт идеи «творческих индустрий» в Санкт-Петербурге / Дж. О'Коннор // Творческие индустрии в России. — 2004. — № 3. — С. 12–34.
9. Helping creative entrepreneurs world-wide become even more successful [Электронный ресурс] / David Parrish.com. — Режим доступа : <http://www.davidparrish.com/creative-industries/> (дата обращения : 02.02.18).
10. Флорида, Р. Креативный класс : люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. — Москва : Классика-XXI, 2007. — 421 с.
11. Supporting cultural and creative industries [Электронный ресурс] / Culture. — Режим доступа : https://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries_en (дата обращения : 02.02.18).
12. The UK's top 50 co-working spaces for creative freelancers and entrepreneurs [Электронный ресурс] / Creative Boom. — Режим доступа : <http://www.creativeboom.com/tips/the-uks-top-50-co-working-spaces-for-creative-freelancers-and-entrepreneurs/> (дата обращения : 02.02.18).