

Челябинский гуманитарий. 2024. № 2 (67). С. 23–31.

ISSN 1999-5407 (print).

Chelyabinskij Gumanitarij. 2024; 2 (67), 23–31.

ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья

УДК 008

DOI 10.47475/1999-5407-2024-67-2-23-31

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРЕХОДА

Татьяна Олеговна Денисова

Челябинская государственная филармония, Челябинск, Россия, denisova_to@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблематика перехода сферы культуры на креативные модели функционирования. Опираясь на ключевые документы государственной культурной политики, регулирующие развитие сектора креативных индустрий, автор исследует эффективность реализации проектных инициатив в современной России.

В качестве материала анализа были использованы следующие документы государственной культурной политики РФ: «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», «План мероприятий по реализации в 2022–2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» и Перечень поручений Президента РФ по итогам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России».

Анализ документов проводился методом мониторинга открытых ресурсов интернет-пространства, публикаций СМИ, а также официальных сайтов проектов и организаций, обозначенных в качестве ответственных исполнителей. Осуществлялась диагностика эффективности развития следующих направлений: нормативно-правовое поле, сфера человеческого капитала и образовательная система поддержки креативных индустрий, развитие инфраструктуры культуры, экономическое стимулирование и финансовое обеспечение осуществляемых инициатив, распоряжение интеллектуальной собственностью и развитие цифровых сервисов.

Автором подробно исследованы следующие проблемные аспекты, характеризующие переход сферы культуры в режим функционирования креативного сектора и обозначенные в виде следующих позиций: 1) статусно-имиджевый дисбаланс восприятия государственных учреждений культуры; 2) эксплуатация витрины; 3) сопротивление среды; 4) установка на эксклюзивность; 5) неподготовленность к бизнес-коллаборациям.

Делается вывод о том, что развитие креативных индустрий, креативных компетенций и креативной экономики (как долгосрочного результата) способствует новой культуре адаптации – готовности к изменениям, гибкости, мобильности реагирования на вызовы; а также закреплению «атмосферы креативного стандарта» – требований и норм, способствующих творческой самореализации в сфере культуры.

Ключевые слова: креативные индустрии, культура, сфера культуры, культурная политика.

Для цитирования: Денисова Т. О. Креативные индустрии в сфере культуры: диагностика эффективности перехода // Челябинский гуманитарий. 2024. № 2 (67). С. 23–31. doi: 10.47475/1999-5407-2024-67-2-23-31

Original article

CREATIVE INDUSTRIES IN THE CULTURAL SPHERE: DIAGNOSTICS OF TRANSITION EFFICIENCY

Tatyana O. Denisova

Chelyabinsk State Philharmonic, Chelyabinsk, Russia, denisova_to@mail.ru

Abstract. The article deals with the problems of transition of the cultural sphere to creative models of functioning. Based on the key documents of the state cultural policy regulating the development of the creative industries sector, the author investigates the effectiveness of the implementation of project initiatives in modern Russia. The following documents of the state cultural policy of the Russian Federation were used as the material of the analysis: “The Concept of Development of Creative (Creative) Industries and

Mechanisms of State Support in Large and Major Urban Agglomerations up to 2030”, “Action Plan for the Implementation in 2022-2024 of the Concept of Development of Creative (Creative) Industries and Mechanisms of State Support in Large and Major Urban Agglomerations up to 2030” and the List of Instructions of the President of the Russian Federation following the visit to the exhibition “Development of Creative Economy in Russia”.

The documents were analyzed by monitoring the open resources of the Internet space, media publications, as well as official websites of the projects and organizations designated as responsible executors. Diagnostics of the effectiveness of the development of the following areas was carried out: legal and regulatory framework, human capital and educational system of support for creative industries, development of cultural infrastructure, economic incentives and financial support for the initiatives being implemented, management of intellectual property and development of digital services.

The author has studied in detail the following problematic aspects characterizing the transition of the cultural sphere into the mode of functioning of the creative sector and identified in the form of the following positions: 1) status-image imbalance in the perception of public cultural institutions; 2) exploitation of the shop window; 3) resistance of the environment; 4) attitude to exclusivity; 5) unpreparedness for business-collaborations.

It is concluded that the development of creative industries, creative competencies and creative economy (as a long-term result) contributes to a new culture of adaptation - readiness to change, flexibility, mobility of response to challenges; as well as the consolidation of the “atmosphere of creative standard” - requirements and norms that promote creative self-realization in the cultural sphere.

Key words: creative industries, culture, cultural sphere, cultural policy.

For citation: Denisova T. O. (2024). Creative industries in the cultural sphere: diagnostics of transition efficiency // *Chelyabinskij Gumanitarij*, 2 (67), 23–31. doi: 10.47475/1999-5407-2024-67-2-23-31

Введение

Словосочетание «креативные индустрии» в последнее десятилетие вошло в активный арсенал использования в дискурсе научных исследований (Лазарева 2017) и бизнес-секторе, провозглашается в качестве ориентира преобразований сферы культуры в риторике субъектов государственной культурной политики.

Несмотря на то, что сам принцип действия креативных индустрий во многом направлен на переформатирование поля культуры и процесса подготовки творческого продукта (установка на прочную связь культуры и бизнес-идеологии), нельзя утверждать, что в деятельности государственных учреждений культуры данный принцип воспроизводится как устойчивая парадигма. Возможно, это связано с тем, что само по себе включение понятий «креативные индустрии» и «креативная экономика» в широкое дискуссионное поле позволило обозначить приоритетные векторы развития, но принципиально не изменило суть деятельности большинства культурных институций (так, традиционно работающие учреждения культуры нередко демонстрируют режим формального отклика или же декларативного следования актуальным трендам и приоритетам).

Однако было бы и не вполне верным говорить о полном отсутствии изменений: отдельные учреждения культуры и наиболее продвинутые социокультурные акторы переориентировались на новые принципы работы, стали активно входить в форматы коллабораций, инициировать проектные идеи и реализовывать их при системной поддержке государства (Масальцева 2023; Суминова 2022).

В нашей стране флагманами новой «идеологии креативности» выступили Высшая школа экономики и Институт креативных индустрий. Ими были даны определения базовых понятий, предложены критерии классификации различных секторов, проведен анализ экономической эффективности развития сфер на примере расчета, так называемого, индекса креативности (Абанкина и др. 2021).

В контексте государственной культурной политики России был разработан основополагающий документ, нацеленный на модернизацию сферы культуры – «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» (<http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf>).

Согласно представленным в Концепции формулировкам, творческие (креативные) индустрии – это сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества.

Творческие (креативные) индустрии сгруппированы в данном документе в следующие направления:

- 1) индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность);
- 2) индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и т. д.);
- 3) современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и др.);

4) прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т. п.). Наличие данной Концепции предполагало определение стратегии конкретных действий и шагов, способствующих активному внедрению креативных индустрий в реалии современной социокультурной жизни.

В данной статье мы представим первичную диагностику реализации заявленных в Концепции приоритетов и оценку эффективности мер, направленных на введение в жизнь предложенных направлений перехода сферы культуры на «рельсы» креативной экономики и проектно-творческого преобразования.

Материал и методы

В качестве материала анализа были взяты основополагающие документы, регулирующие государственную культурную политику РФ под «знаком» развития и функционирования культурных индустрий:

1) Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2021 г.;

2) План мероприятий по реализации в 2022-2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утвержден распоряжением правительства от 17.08.2022 г.);

3) Перечень поручений Президента РФ по итогам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России» от 30.05.2023 года.

Анализ документов проводился методом мониторинга открытых ресурсов интернет-пространства, публикаций СМИ, а также официальных сайтов проектов и организаций, обозначенных в качестве ответственных исполнителей в Планах реализации Концепции.

На первом этапе в указанном массиве осуществлялась сплошная выборка публикаций с упоминаем словосочетания «креативные индустрии», затем проводилась их сортировка в зависимости от употребляемого контекста, далее – содержательная интерпретация обозначенных шагов и действий различного рода институциональных структур и субъектов. Исследовательской задачей было оценить результативность действий органов, структур и институций в рамках внедряемых государством приоритетов перехода к системе креативной экономики, общей «индустриализации духовного производства» (термин Л. Н. Когана). Другими словами – требовалось уточнить, какие пункты, обозначенные в качестве приоритетных направлений преобразования сферы культуры, находятся в фазе активного внедрения, апробации или не реализованы вообще.

Результаты исследования

Анализ осуществлялся поэтапно, согласно пунктам плана и затрагивал различные направления внедрения креативных индустрий: нормативно-правовые, сферу человеческого капитала и образовательной системы поддержки креативных индустрий, развитие инфраструктуры культуры, экономическое стимулирование и финансовое обеспечение осуществляемых инициатив, распоряжение интеллектуальной собственностью и развитие цифровых сервисов.

Нормативно-правовые вопросы, которые планировалось урегулировать к концу 2023 года, на текущем этапе, исходя из найденных в публичном доступе данных, реализованы частично. Значимым шагом может выступать принятие в первом чтении (28.11.2023 года) законопроекта о креативных индустриях, который фактически закрепляет данный концепт в законодательстве России и дает определение креативным индустриям как сектору экономики. Также в нем уточнены основные понятия, используемые в сфере креативных индустрий, определены полномочия органов государственной власти, виды креативных индустрий, критерии установления субъектов креативных индустрий, особенности и условия предоставления мер государственной поддержки (финансовой, имущественной, образовательной и консультационной, информационной).

Кроме того, изначально в Концепции заявлялось о необходимости создания классификатора видов экономической деятельности для творческих (креативных) индустрий. Соответствие реализации данного приоритета подтверждается Приказом Минкультуры РФ (от 20 октября 2023 года № 2931), где была предложена собирательная классификационная группировка видов экономической деятельности в области творческих креативных индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности. Как обозначено в документе, в классификатор вошли те секторы экономики, в которых «значительная часть прибыли или добавленной стоимости формируется за счет творческой, креативной деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность» (Собирательная классификационная группировка видов экономической деятельности в области деятельности творческих (креативных) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности. Утверждена Приказом Минкультуры РФ от 20 октября 2023 года № 2931// <https://base.garant.ru/408100009>).

Второй раздел Плана реализации Концепции определял приоритет развития человеческого капитала и образовательной системы подготовки кадров, нацеленных на внедрение креативных инициатив.

Как показал анализ ресурсов, данное направление может быть отнесено к числу наиболее активно развивающихся. Были осуществлены реальные шаги по созданию и развитию системы повышения квалификации кадров, форм грантовой поддержки гражданских инициатив и образовательных проектов по развитию креативных навыков и знаний (открытие школ креативных индустрий, колледжей, университета и прочих образовательных площадок), по проведению форумных, конкурсных, выставочных мероприятий в целях продвижения положительного результативного опыта и популяризации отрасли креативных индустрий в столице и регионах России.

Подготовка кадрового резерва основывалась на обновлении государственных стандартов обучения в среднем и высшем сегменте профессионального образования, открытии центров поддержки и консультативно-методической помощи предпринимателям среднего и малого бизнеса в креативных индустриях; создании электронной библиотеки, каталога креативных индустрий – ресурсов, реализующих функции накопления и трансляции успешного опыта в различных направлениях социокультурной сферы.

Еще одно направление, обозначенное как развитие инфраструктуры – связано с созданием креативных пространств в городских и сельских поселениях, способных выступать «точками притяжения» творческой активности инициативных акторов и широкого круга граждан.

Речь здесь идет об открытии арт-резиденций, центров прототипирования, творческих лабораторий, которые бы выполняли роль своеобразных «творческих инкубаторов» и мест концентрации талантов. Отметим в этой связи как наиболее яркий и в полном смысле – креативный – проект Минкультуры России «Гений места» (осуществлен в рамках реализации федерального проекта «Придумано в России»), системно отражающий особенности формирования в регионах современной инфраструктуры креативных индустрий (ведущая роль библиотек как мест реализации творческой активности граждан).

Осуществленный нами анализ показывает, что наличие таких пространств, действительно фиксируется в различных регионах России и свидетельствует о результативности развития инфраструктуры как базы воплощения креативных начинаний и творческих проектов.

Как отмечается в комплексных аналитических исследованиях, направленных на обобщение тенденций развития пространственной инфраструктуры креативных индустрий в регионах России, в каталоге инфраструктурных организаций и проектов в сфере креативных индустрий РФ заявлено более 700 организаций, поддерживающих креативных предпринимателей в России (крупные игроки, медиа, события, международные отношения, офлайн-площадки, образовательные организации, проектные офисы, отраслевые организации, межотраслевые организации, федеральные структуры, институты развития; всего насчитывается 100 организаций), федеральным округам (Центральному, Северо-Западному, Южному, Северо-Кавказскому, Приволжскому, Уральскому, Сибирскому, Дальневосточному; всего – 100 организаций) и видам поддержки (нетворкинг, информационная поддержка, финансирование, инфраструктура, лоббирование, образование, экспертиза и консалтинг; всего – 229 организаций) (Евменов 2022: 220).

Четвертый раздел Плана затрагивал вопросы финансового обеспечения и экономического стимулирования деятельности по развитию креативных индустрий.

Поскольку реализация обозначенных шагов: создание условий финансовой поддержки творческих (креативных) индустрий; разработка и внедрение моделей государственно-частного и муниципально-частного партнерства, проработка вопросов о создании целостной системы справедливых вознаграждений авторам востребованных результатов интеллектуальной деятельности; создание условий для развития инфраструктуры творческого (креативного) предпринимательства; налогового стимулирования развития сферы – намечена на 4 квартал 2024 года, то ссылки на конкретные действия, проекты, законодательные акты на данном этапе либо заявлены в качестве планируемых действий, либо не представлены вообще. Однако важно подчеркнуть, что после утверждения перечня поручений Президента РФ Правительству по реализации Концепции, были конкретизированы специальные налоговые льготы для отдельных сфер креативных индустрий (например, анимационной, киноиндустрии, архитектуры).

Планы по защите и распоряжению интеллектуальной собственностью определены двумя пунктами реализации: уточнение требований к обороту интеллектуальных прав, совершаемому в цифровой форме с помощью распределенного реестра, и проработка вопроса об установлении правовых основ использования произведений, авторы и правообладатели которых неизвестны или местонахождения которых, неизвестно. И если вопрос по интеллектуальным правам должен быть реализован в 1 квартале нынешнего года (обратим внимание, что на момент проведения анализа – конкретизированной информации по данному вопросу в открытых источниках не обнаружено), то по второму пункту удалось найти ссылку на новость о том, что Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект об использовании произведений неизвестных авторов.

Вопросы развития цифровых сервисов, по всей видимости получают временную отсрочку в реализации, на что указывает новость о том, что Счетная Палата обратила внимание, что по отдельным госпрограммам были исключены показатели или мероприятия в связи с их не достижением. Так, например, по госпрограмме «Развитие культуры» (ответственный исполнитель – Министерство культуры) в конце 2022 года обнулены значения результатов создание мобильного приложения «Культурный навигатор», а также «Создание и внедрение в промышленную эксплуатацию цифровой платформы «Культурная карта 360» федерального проекта «Придумано в России». «Запланированные средства в 2022 году не были использованы и направлены в конце года в резервный фонд правительства Российской Федерации, что свидетельствует о неэффективном планировании расходов федерального бюджета», – считают аудиторы. (РБК. 13 июля 2023 г. <https://www.rbc.ru/economics/13/07/2023/64ae93ae9a79475d64b87236?from=copy>).

Опираясь на осуществленный первичный анализ, мы можем говорить об активной фазе подъема и усиленного внимания к реализации Концепции. Отмечается равномерность распределения работы во временном периоде (наиболее продуктивными оказались 2022 и 2023 годы – проведение форумов, открытие школ, создание инициативных проектов). Можно отметить вовлеченность различных ведомств, осуществляющих корректировки заданных направлений, обеспечивающих их приспособление к реалиям существования сферы культуры.

Системный характер осуществляемых преобразований видится в нацеленности на подготовку и возвращение кадров в сфере креативных индустрий, выраженном внимании к поколениям с другим типом мышления, органично воспринимающим принципы креативной экономики. Сама ориентированность на образовательные форматы, показывает, что речь идет не только об эмблематичном (декларируемом в качестве модного знака) внедрении, а, скорее, формировании новой идеологии и философии мышления специалистов сферы культуры.

Первоначальное восприятие «креативных индустрий» как бизнес-проектов, ориентированных на извлечение прибыли, экономическую эффективность, осуществляет своего рода «дрейф» в сторону интеллектуально-гуманистической перспективы (смысловая направленность работы) – формирование гармонично развитой личности, рост качества жизни российского общества.

К значимым результатам развития проблематики креативных индустрий можно отнести фундаментальные исследования и аналитические разработки, посвященные различным аспектам их реализации в России.

В частности, укажем на следующие документы:

– *Меры поддержки креативной экономики* (<https://www.csr.ru/upload/iblock/e62/pcmna42fzndj1h eh0my43n1x2d8l87ot.pdf>) – исследование, направленное на выявление тенденций развития креативных индустрий в регионах, определение конкретных шагов и мер, стимулирующих развитие и переход в креативный сектор экономики; обзор успешных региональных практик и инициатив. Наибольший интерес в данном документе представляет систематизация ключевых проблем реализации культурных индустрий в регионах, учет преимуществ развития территорий за счет использования творческих инициатив.

– *Атлас креативных кластеров Российской Федерации* (<https://www.unitedclusters.ru/library>) – развернутое исследование, в результате которого осуществлено картирование специализации креативных кластеров в городах России (семь Федеральных округов, более трехсот объектов). В Атласе конкретизируется определение креативного кластера, сформулированы принципиальные отличия от иных арт-пространств, дана классификация кластеров по значимым критериям, дано развернутое описание каждого объекта с точки зрения истории его возникновения, управленческой структуры, финансово-экономических показателей и охвата аудитории.

– *Вклад цифровых платформ в развитие креативных индустрий и поддержку креативного предпринимательства* (<https://nafi.ru/projects/sotsialnoe-razvitie/vklad-tsifrovyykh-platform-v-razvitie-kreativnykh-industry/>) – исследование, направленное на уточнение роли цифровых платформ в развитии креативного бизнеса, изучение востребованности платформ во взаимосвязи с контентом и социально-демографическими (возрастными, гендерными) характеристиками аудитории. Один из важнейших выводов заключается в том, что использование цифровых платформ одно из важнейших условий развития креативных индустрий как в России, так и выходе на международное поле.

Обсуждение результатов

В целом, можно говорить о том, что на момент реализации Концепции в указанном периоде (2022-2024) по большинству обозначенных мероприятий ведется активная работа различными институтами.

Осуществленные инициативы могут быть разделены на следующие классы:

– *инфраструктурные* – создание новых структурных подразделений, преимущественно с образовательной направленностью (например, Школы креативных индустрий, Колледжи креативных индустрий, Университет креативных индустрий);

– *содержательно-программные* – это курсы повышения квалификации, создание новых специальностей и направлений подготовки (бакалавриат, магистратура), развивающих курсов в области креативных компетенций;

– *презентационно-оценочные* – премии, форумы и мероприятия, продвигающую идею развития креативности, а также презентующие уже полученные результаты и достижения (Российская креативная неделя, Сборник лучших проектов, Атлас креативных кластеров и т.п.);

– *методико-технологические* – разработка материалов, способствующих реализации творческих идей заинтересованными лицами, а также проведение обучающих мероприятий (акселераторы креативных индустрий), направленных на поиск ресурсов, организацию системы наставничества и т.п.

– *лабораторно-творческие* – организация пространств производства смыслов, создания атмосферы продуцирования творческой мысли (арт-резиденции, творческие лаборатории, арт-сессии);

– *правовые* – выработка понятийного аппарата, закрепление терминов, уточнение полномочий (функционала), конкретизация классификации, выработка системы функционирования креативных индустрий в государственном правовом поле.

По всем заданным классам и направлениям можно фиксировать равномерность распределения инициативных шагов и действий. При понятном лидерстве столичных субъектов, наблюдается активная включенность регионов (Боос и др. 2023; Наумова 2023), закрепление «креативных специализаций» за отдельными территориями (например, строительство многопрофильного кинопавиллона полного цикла в г. Якутск Республики Саха, Якутия – как реакции на феномен «якутского кино»).

В уже упоминаемом нами документе «Меры поддержки креативной экономики», к числу основных преимуществ развития сектора креативных индустрий и креативной экономики относят: экономический рост за счет производства товаров и услуг, увеличение доли налоговых поступлений и рост ВРП региона, перепрофилирование пространств и территорий за счет открытия новых производств и реализации услуг, оживление рынка труда (за счет создания дополнительных рабочих мест), открытие новых рынков и запуск инновационных производств, развитие человеческого капитала, культурное развитие, повышение туристической привлекательности, узнаваемость локальных брендов.

Основные проблемы внедрения креативных индустрий авторами систематизируются по 5 типам:

– *Административные* – как отсутствие диалога с властью, неосведомленность о существующих программах и механизмах поддержки;

– *Финансовые* – сводимые к недостатку средств на те или иные инициативы, а также ресурсов для участия в профильных конкурсах и программах;

– *Образовательные* – недостаток бизнес-компетенций вследствие нехватки доступных образовательных возможностей;

– *Коммуникационные* – как сущностная проблема разобщенности сообществ;

– *Общие* – сложность в продвижении локальных проектов, нехватка площадок, низкий уровень общей насмотренности как у жителей, так и у креативных профессионалов.

В отдельных исследованиях фиксируется внимание на административно-правовых барьерах развития креативных индустрий, к числу которых отнесены:

1) барьеры процедурного характера – сложности при государственной регистрации, лицензировании, сертификации, государственном учете, получении разрешений и т.д.;

2) барьеры экономического характера – трудности, связанные с порядком получения государственной и муниципальной поддержки, налоговым учетом и налоговым администрированием;

3) барьеры организационного характера – проблемы системы статистических показателей, формирования единых информационных баз данных, цифрового профиля креативной личности (человека);

4) барьеры юрисдикционного характера – вопросы привлечения субъектов креативной индустрии к административной ответственности за правонарушения, связанные с осуществлением ими креативной деятельности, порядок назначения, уменьшения, замены административных штрафов и т.п. (Мартынов и др. 2022: 139-140).

Анализ существующих проблем, на наш взгляд, требует не просто констатации, но углубленного аналитического обзора.

Выделим наиболее существенные, с нашей точки зрения, проблемные аспекты, характеризующие переход сферы культуры в режим функционирования креативного сектора:

– *Статусно-имиджевый дисбаланс восприятия государственных учреждений культуры*: поскольку креативный сектор экономики можно в большей мере пространством самореализации молодых (Ефлова и др. 2023), поддержка государства парадоксальным образом способствует тому, что наиболее перспективные специалисты сферы успешно реализовываются вне системы государственных учреждений. Это приводит к определенному кадровому кризису – оттоку специалистов или же к их изначальному не приходу в сферу государственных учреждений культуры: когда в их сознании ассоциируется с «продвинутостью» не государственный сектор, а то, что функционирует вне зоны его компетенций.

– *«Эксплуатация витрины»*: ориентация на востребованность, модность и актуальность тренда перехода на рельсы креативности – приводит к смысловой неопределенности интерпретаций (когда за

креативную индустрию выдается любая текущая деятельность более или менее имеющая отношение к творческому процессу), гонке за ежеминутной выгодой без выстраивания системных приоритетов, появлению «игроков», в значительной мере «размывающих» профессиональное поле культуры. Кроме того, наблюдается ситуация некоторой дестабилизации сложившейся работы государственных учреждений культуры, введении тех функций и направлений, которые не столько вызваны естественной потребностью и объективными условиями их существования (реальная востребованность), сколько, директивными предписаниями. Сошлемся здесь и на обозначенную В. Ю. Музычук «ситуацию осуществления чужих полномочий», когда управляющий орган (в данном случае – Министерство культуры РФ, заявленное в качестве основного оператора проекта) занимается решением не свойственных ему задач активизации экономического роста в регионах за счет развития креативных секторов экономики (Музычук 2023: 31).

– *Спротивление среды*: неготовность опытных руководителей государственных учреждений культуры, закрепивших и воспроизводивших успешные формы работы, принять новые веяния как значимые. Такая установка связана с тем, что далеко не всегда прочитывается смысловая необходимость перехода (напротив, в нем видится угроза существующей стабильности работы), имеет место и недостаточная информированность, влияющая на понимание управленческим составом идеологии креативных индустрий, нередко отмечается и формальное реагирование (включение словосочетания без реальной перестройки работы – позиция уже отмеченная нами в предыдущем пункте). Вероятно, внимание современных исследователей к поиску механизмов популяризации креативных индустрий (Каюмова 2023) будут способствовать решению указанной проблемы.

– *Установка на эксклюзивность* – к проблемам можно отнести и то, что включение результатов деятельности государственных учреждений академического искусства (театры, музеи, концертные организации) в общий перечень наряду с теми формами, которые отождествляются с массовым и демократичным продуктом (мода, дизайн, гастрономия, компьютерные игры) в некотором роде понижает ценность уникальности профессионального элитарного искусства. В случае с элитарным художественным продуктом не может в полной мере работать логика рынка (ориентация на прибыль, минимизацию затрат, выход на массовую аудиторию).

– *Неподготовленность к бизнес-коллаборациям*: исторически культурные институции в России были датируемы со стороны государства. И сфера культуры, а тем более классического искусства, чаще всего, оценивалась не с позиций экономической выгоды и коммерческой успешности (без ее отрицания, но и не в сведении лишь к рыночной конвертируемости художественного продукта), а в усилении духовной миссии: стратегической задачи воспитания, духовного формирования поколений, культурно-преобразующего потенциала воздействия на среду. В этом смысле, нацеленность на коллаборацию с бизнесом воспринимается как не полное соответствие установленным и закрепленным принципам. По мнению В. Ю. Музычук: «Государственные (муниципальные) учреждения культуры создают культурную среду и транслируют смыслы, что вносит свой вклад в формирование культурной составляющей человеческого потенциала, а значит, и генерацию творческих людей. Но попытка вытеснить некоммерческий сегмент сферы культуры в чисто рыночные отношения, сосредоточившись исключительно на купле-продаже культурных благ, создает вызовы для сферы культуры, снижая ее вклад в создание территории смыслов и подготовку творческих кадров» (Музычук 2023: 35).

Кроме того, логика бизнеса, рассчитанная на производство и распространение креативного творческого «продукта» – как бы зачисляет художественное произведение в ранг тиражируемых, что воспринимается как утрата ценности эксклюзивности и уникальности («творчество поставленное на поток»), ведет к снижению авторитета автора, заслоняемого фигурой распространителя, в целом актуализирует проблемы авторства в системе тиражируемых и воспроизводимых проектных инициатив.

Заключение

На первый взгляд, фиксация отдельных направлений, позиций и пунктов официальных документов, пусть и носящих характер стратегического регулирования сфер и отраслей современной действительности, вряд ли может быть в полной мере отнесена к культурологическому дискурсу. Но лишь на первый взгляд. Эффективность реализации государственной культурной политики в различных ее проявлениях, рассматривается как симптоматика социокультурных процессов в универсальном и региональном измерениях (Зубанова и др. 2018), как предмет культурфилософского анализа (Китов, Гертнер 2023) и основа междисциплинарных исследований (Культурология в условиях вызовов XXI века 2024; Мацко 2021).

Несмотря на существенные трудности и актуальные проблемы распространения, Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года – стала движущей силой не только в вопросах государственной политики, но и стимулировала профессиональное сообщество, находящееся как в сфере

госучреждений, так и в коммерческом секторе к созданию проектов с аналогичными целями, содержанием и даже конкретными названиями, обозначенными в плане реализации Концепции.

Государственная поддержка в реализации мероприятий и, в целом, направленность государственной культурной политики на развитие креативных индустрий способствуют не только системной работе по реализации поручений органам государственной власти, но и приводят к тому, что негосударственные институты получают: возможность выхода на новый уровень реального влияния, закрепления активной субъектной роли в реализации направлений государственной культурной политики, приобретения статусных полномочий, расширения экспертных функций, формирование основы для объединений и, соответственно, укрупнений профессиональных сообществ в направлении креативных индустрий.

Отдельные формы поддержки (гранты) обеспечивают механизмы социальной проявленности активных жизненных позиций (социальные лифты) по преобразованию общества, улучшение качества жизни людей, создания новых креативных продуктов, творческой самореализации и профессионального самоопределения, поиска дела жизни через успешный проектный старт.

Значимым результатом можно считать повышение доверия и лояльности граждан к государству, формирование чувства гражданской ответственности, развитие экономической грамотности различных групп. Развитие креативных индустрий, креативных компетенций и креативной экономики (как долгосрочного результата) способствует новой культуре адаптации – готовности (психологической и технологической) к изменениям в разных сферах жизни, гибкости, мобильности реагирования на вызовы, высокой степени принятия разнообразия. Постепенно в сфере культуры закрепляется своеобразная «атмосфера креативного стандарта»: это создание таких требований и норм, которые провоцируют на развитие творческих притязаний в том числе и тех социальных групп, которые в силу объективных условий (возрастных, территориальных, социальных) дистанцированы от актуальных культурных трендов.

Список источников

Абанкина Т. В., Николаенко Е. А., Романова В. В., Щербакова И. В. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития. Москва.: НИУ ВШЭ, 2021. 108 с.

Боос В. О., Шубина В. И., Куценко Е. С. Регионы России в фокусе индекса качества креативных политик // Региональные исследования. 2023. № 4(82). С. 53-65.

Евменов А. Д., Еникевич Л. А., Сорвина Т. А. Пространственное развитие инфраструктуры творческих (креативных) индустрий регионов РФ // Журнал правовых и экономических исследований. 2022. № 4. С. 217-228.

Ефлова М. Ю., Виноградова Ю. В., Витушкин А. В. Современная молодежь как актер креативного класса // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2023. №1(58). С. 31-35.

Зубанова Л. Б., Бетехтин А. В., Цукерман В. С. Человеческий капитал сферы культуры: актуальные ориентиры формирования кадрового потенциала региона // Вестник культуры и искусств. 2018. № 3(55). С. 102-109.

Каюмова Л. А. Проблема поиска механизмов популяризации креативных индустрий как инструмента реализации культурной политики // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2023. № 3. С. 181-186.

Китов Ю. В., Гертнер С. Л. Изменения к основам культурной политики как предмет культурфилософского анализа // Вестник культуры и искусств. 2023. №1(73). С. 43–53.

Культурология в условиях вызовов XXI века: новые тренды в образовании / О. Н. Астафьева, О. Л. Девятова, Л. Б. Зубанова [и др.]. Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2024. 242 с.

Лазарева О. В. Культурные индустрии: два аспекта понимания // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14. № 6. С. 670-676.

Мартынов А. В., Ширеева Е. В., Головизнина Ю. И. К вопросу о видах административно-правовых барьеров развития креативных индустрий в Российской Федерации // Правовая политика и правовая жизнь. 2022. №4. С. 131-141.

Масальцева А. И. Культура как основа креативной (инновационной) экономики // Копирайт. Вестник Академии интеллектуальной собственности. 2023. №2. С. 18-30.

Мацко В. А. Междисциплинарный синтез в исследовании креативных индустрий // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2021. № 4(49). С. 80-85.

Музычук В. Ю. Творческие (креативные) индустрии: вызовы для некоммерческого сегмента сферы культуры // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2023. №5. С.7-39.

Наумова О. Н. Кластеризация креативных индустрий в развитии региональной экономики // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2023. Т.14. №2. С. 81-90.

Сумина Т. Н. Арт-менеджмент как проектный механизм реализации государственной культурной политики // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 1(105). С. 138-146.

References

- Abankina T. V., Nikolaenko E. A., Romanova V. V., Shcherbakova I. V. (2021). *Kreativnye industrii v Rossii: tendentsii i perspektivy razvitiya* [Creative industries in Russia: trends and development prospects]. Moscow: NIU VShE. 108 p. (In Russ.).
- Boos V. O., Shubina V. I., Kutsenko E. S. (2023). Regiony Rossii v fokuse indeksa kachestva kreativnykh politik [Regions of Russia in the focus of the quality index of creative policies]. *Regional'nye issledovaniya*, no. 4(82), pp. 53-65. (In Russ.).
- Evmenov A. D., Enikevich L. A., Sorvina T. A. (2022). Prostranstvennoe razvitiye infrastruktury tvorcheskikh (kreativnykh) industrii regionov RF [Spatial development of infrastructure of creative industries in the regions of the Russian Federation]. *Zhurnal pravovykh i ekonomicheskikh issledovaniy*, no. 4, pp. 217-228. (In Russ.).
- Eflova M. Yu., Vinogradova Yu. V., Vitushkin A. V. (2023). Sovremennaya molodezh' kak aktor kreativnogo klassa [Modern youth as an actor of the creative class]. *Kazanskiy sotsial'no-gumanitarnyi vestnik*, no. 1(58), pp. 31-35. (In Russ.).
- Zubanova L. B., Betekhtin A. V., Tsukerman V. S. (2018). Chelovecheskii kapital sfery kultury: aktual'nye orientiry formirovaniya kadrovogo potentsiala regiona [Human capital of the sphere of culture: actual guidelines for forming the personnel potential of the region]. *Vestnik kultury i iskusstv*, no. 3(55), pp. 102-109. (In Russ.).
- Kayumova L. A. (2023). Problema poiska mekhanizmov populyarizatsii kreativnykh industrii kak instrumenta realizatsii kul'turnoi politiki [The problem of searching for mechanisms for popularizing creative industries as an instrument for implementing cultural policy]. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, no. 3, pp. 181-186. (In Russ.).
- Kitov Yu. V., Gertner S. L. (2023). Izmeneniya k osnovam kul'turnoi politiki kak predmet kulturfilosofskogo analiza [Changes in the fundamentals of cultural policy as a subject of cultural-philosophical analysis]. *Vestnik kultury i iskusstv*, no. 1(73), pp. 43-53. (In Russ.).
- Kul'turologiya v usloviyakh vyzovov XXI veka: novye trendy v obrazovanii* [Cultural studies in the conditions of challenges of the XXI century: new trends in education] / O. N. Astaf'eva, O. L. Devyatova, L. B. Zubanova [et al.]. (2024). Ekaterinburg: Ural'skii federal'nyi universitet imeni pervogo Prezidenta Rossii B. N. El'tsina. 242 p. (In Russ.).
- Lazareva O. V. (2017). Kul'turnye industrii: dva aspekta ponimaniya [Cultural industries: two aspects of understanding]. *Observatoriya kul'tury*, vol. 14, no. 6, pp. 670-676. (In Russ.).
- Martynov A. V., Shireeva E. V., Goloviznina Yu. I. (2022). K voprosu o vidakh administrativno-pravovykh bar'еров razvitiya kreativnykh industrii v Rossiiskoi Federatsii [On the issue of types of administrative and legal barriers to the development of creative industries in the Russian Federation]. *Pravovaya politika i pravovaya zhizn'*, no. 4, pp. 131-141. (In Russ.).
- Masaltseva, A. I. (2023). Kultura kak osnova kreativnoy (innovatsionnoy) ekonomiki [Culture as the basis of creative (innovative) economy]. *Copyright. Vestnik Akademii intellektual'noy sobstvennosti*, 2, 18-30. (In Russ.).
- Matsko, V. A. (2021). Mezhdistsiplinarnyy sintez v issledovanii kreativnykh industriy [Interdisciplinary synthesis in the study of creative industries]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 4(49), 80-85. (In Russ.).
- Muzychuk, V. Yu. (2023). Tvorcheskie (kreativnye) industrii: vyzovy dlya nekommercheskogo segmenta sfery kultury [Creative (creative) industries: challenges for the non-commercial segment of the cultural sphere]. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiyskoy akademii nauk*, 5, 7-39. (In Russ.).
- Naumova, O. N. (2023). Klasterizatsiya kreativnykh industriy v razvitiy regional'noy ekonomiki [Clustering of creative industries in the development of regional economy]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Ekonomika i upravlenie*, 14(2), 81-90. (In Russ.).
- Suminova, T. N. (2022). Art-menedzhment kak proektnyy mekhanizm realizatsii gosudarstvennoy kul'turnoy politiki [Art management as a project mechanism for implementing state cultural policy]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 1(105), 138-146. (In Russ.).

Информация об авторе

Т. О. Денисова – директор Детской филармонии ОГБУК «Челябинская государственная филармония», аспирант кафедры философии и культурологии ФГБОУ ВО «Челябинский государственный институт культуры».

Information about the author

Tatyana O. Denisova – Director of the Children's Philharmonic of the Chelyabinsk State Philharmonic, graduate student of the Department of Philosophy and Cultural Studies of the Chelyabinsk State Institute of Culture.

Статья поступила в редакцию 23.04.2024; одобрена после рецензирования 27.04.2024;
принята к публикации 30.04.2024.

The article was submitted 23.04.2024; approved after reviewing 27.04.2024;
accepted for publication 30.04.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.