

*Пономаренко Алина Алексеевна, магистрант
ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация: Статья посвящена анализу концепции «креативные индустрии». Рассматриваются фундаментальные теории, вложенные в основание построения концепта «креативных индустрий». Рассмотренная в статье информация и полученные выводы могут быть использованы в процессе планирования креативного развития социокультурного пространства.

Ключевые слова: креативные индустрии, фундаментальные теории креативных индустрий, теория постиндустриального общества, теория сетевого информационного общества, теория креативного класса, креативная экономика.

Abstract: The Article is devoted to analysis of the concept of "creative industries". The fundamental theories embedded in the Foundation of the concept of "creative industries" are considered . The information considered in the article and the conclusions obtained can be used in the process of planning the creative development of the socio-cultural space.

Keywords: creative industries, fundamental theories of creative industries, theory of post-industrial society , theory of network information society , theory of the creative class, creative economy.

Впервые термин «креативные индустрии» появился в 90-х гг. в Великобритании. В документе Creative Industries Mapping Document было сформулировано определение креативных индустрий, используемый сегодня в качестве канонического. Творческие индустрии определялись как отрасли деятельности, берущих начало в индивидуальном творчестве, таланте и

мастерстве, обладающих потенциалом для формирования добавленной стоимости и новых рабочих мест посредством генерации и эксплуатации интеллектуальной собственности. В качестве определяющего фактора креативности стал менеджмент интеллектуальных прав [1, с. 10].

В идейную основу концепта «креативные индустрии» заложены теории осмысления происходящих фундаментальных изменений в технологии, способах организации экономики, управления, культуры и социальной жизни общества. Среди них можно выделить следующие.

Теория постиндустриального общества (Д. Белл). Данная теория вобрала в себя все положения парадигмы новой западной оси стратификации и социальной организации. Д. Белл, основоположник теории, выделяет следующие составляющие постиндустриального общества: преобладание сферы услуг, приоритетное значение новых технологий принятия управленческих решений, ведущая роль по созданию инноваций отведена профессиональным менеджерам [2, с. 157].

Теория сетевого «информационного общества» М. Кастельса. Данная теория интересна тем, что в собственной аналитической конструкции выражает парадигму нового «информационного» типа общественного развития. Кастельс полагал, что главным источником производительности выступает технология генерирования знаний, обработка символической коммуникации и информации. В информационном обществе основополагающим фактором выступает продуцирующее воздействие знания на само знание как на главный источник производительности. В данной теории информация выступает главным сырьем и продуктом производства, основой капитала и власти [3, с. 233].

Следующая довольно интересная теория - теория «креативного класса». Основоположник теории - Д. Флорида. Для обозначения социальной группы, включенной в постиндустриальный экономический сектор ученый предложил использовать термин «креативный класс». К данному классу им относились люди, чья деятельность базируется на творческих решениях и комплексных

знаниях. Согласно концепции теории «креативного класса» это своего рода «творческая элита», выступающая главным фактором экономического развития регионов и городов [10]. Понимание и осознание определяющей роли творчества в бизнес - структурах привело к возникновению гипотезы о том, что креативность может стать главным источником инноваций в экономике. На основе результатов проведенного ситуационного анализа Д.Флорида полагает, что экономические показатели благосостояния общества выше в тех регионах и городах, где существует открытая и терпимая среда для креативных людей [5, с. 155].

Необходимо отметить, что большинство положений Р.Флориды носят декларативный характер. Само понятие класса осталось не определенным. Р. Флорида в методическом отношении причину и следствие переставляет местами, тем самым доказывая, что представители «креативного класса» перемещаются в сектор высоких технологий, а не наоборот.

«Креативная экономика» Д. Хоукинс. Креативные индустрии в политической программе по стимулированию экономики в 2000-е гг. выступают в качестве ядра, ключевого сектора экономики, которая, по мнению Д. Хоукинс, должна сама стать креативной. Креативность в широком смысле понимается как нетривиальное решение существующей проблемы неспециализированным образом, довольно часто ограниченными ресурсами и средствами [8]. Д. Хоукинс использует концепт «креативные индустрии» для осуществления репрезентации творческих критериев всей экономики в целом. Специфичность креативной экономики проявляется в характере социально-экономических отношений между творческим аспектом интеллектуального труда и его непосредственным применением в роли главной движущей силы экономики постиндустриального общества [4, с. 133].

В теории процесс внедрения (легитимации) креативных индустрий базировался на технологическом и социальном феномене взаимопроникновения предпринимательской, производственной и творческой деятельности, включения в систему рынка креативных проектов, создание востребованных

инновационных продуктов. В качестве институциональных предпосылок данного процесса выступали [6, с. 165]:

- расширение секторов предпринимательской деятельности;
- увеличение числа экономических субъектов, деятельность которых занимает промежуточное значение между производством, бизнесом и культурой;
- формирование межотраслевых сфер деятельности (реклама, дизайн, мода, СМИ);
- распространение процесса институционализации на практике инновационных проектов элементов маркетинга, предпринимательства, бизнес-планирования как составных частей управления.

Среди широкого перечня теорий информационного и постиндустриального обществ «креативные индустрии» являются теоретическим концептом, своеобразным «идеальным типом» (М.Вебер), который выступает больше как результат политического и академического дискурса на основании осмысления происходящих изменений в современном социуме. Сведенные воедино эти сведения могут выступать ценностным регулятором для выбора соответствующей модели развития общества [7, с. 10].

Таким образом, на основании изучения имеющихся теорий можно охарактеризовать концепт «креативных индустрий», как тематизирующую сложившуюся практику и теорию соединения культуры, бизнеса и технологий, которая, в свою очередь, характеризует [9, с. 115]:

- определенную традицию философского осмысления взаимосвязи культуры и экономики;
- систему осмысления социальных, технологических и экономических предпосылок индустриализации культуры;
- специфику способа производства культурных продуктов (символических текстов), ценность которых для потребителя первична по отношению к функциональной полезности материала, используемого для их форматирования;

– особенности накопления капитала и эксплуатации интеллектуальной собственности в культурных индустриях;

– модель их влияния на массовое сознание общества и миропонимание человека.

Анализ теорий «креативных индустрий» показывает, что этот термин является не столько теоретическим понятием, сколько политической и экономической программой.

Очевидно, что креативные подходы со временем приобрели большую актуальность и востребованность во всех сферах общественной жизни.

Развитие креативных индустрий подразумевает наращивание мультипликативного потенциала для накопления капитала, роста рабочих мест, повышения уровня конкурентоспособности и расширения рынка. А для реализации развития креативных индустрий необходимо понимать, что лежит в их основе не только в практическом, но и теоретическом аспекте. Потому изучение основополагающих теорий концепции «креативных индустрий» на данный момент времени является актуальным.

Библиографический список:

1. Бокова, А.В. Культурные, креативные, творческие индустрии как явление современной культуры: опыт концептуализации: автореферат дис. ... кандидата философских наук: 24.00.01 / Бокова Анна Викторовна; [Место защиты: Нац. исслед. Том. гос. ун-т]. - Томск, 2016. - 19 с.

2. Буката Джамия Фаргат Кызы, Сидорня Андрей Александрович Теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий // Молодой исследователь Дона. 2018. №2 (11). - С. 155-161.

3. Жукова О.А. Избранные работы по философии культуры. Культурный капитал. Русская культура и социальные практики современной России / Жукова О.А. - Москва: Согласие, 2017. - 536 с.

4. Зеленцова, Е.В. Креативные индустрии: учебное пособие / [Е. В. Зеленцова и др.] ; М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный ун-т. - Красноярск: СФУ, 2016. - 251 с.
5. Миронов, В. В. Философия и метаморфозы культуры: Монография / В. В. Миронов. - М.: Современные тетради, 2018. - 424 с.
6. Новосельская В.В., Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // Вестник МГУКИ. 2017. №4. - С. 164-174.
7. Соловьев, М.С. Креативные индустрии как сектор культуры // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – №5. – С. 10-12.
8. Суховская Д.Н. Креативное пространство российских городских поселений и его влияние на формирование ценностных ориентаций личности. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / Краснодарский университет Министерства внутренних дел РФ. Краснодар, 2015.
9. Ульяновский, А.В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев: учебное пособие для бакалавров и магистрантов / А. В. Ульяновский. - Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. - 346 с.
10. Яковлев, В.Ю. Основания культурны и креативных индустрий, как явления современного общества // Международный журнал исследований культуры. 2017. №26. С. 14-27.