

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Южный федеральный университет»

На правах рукописи

Савельева Ксения Викторовна

КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ: КОНЦЕПТ И РЕАЛЬНОСТЬ

специальность 5.7.8 – философская антропология, философия культуры
(философские науки)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата философских наук

Научный руководитель:
доктор философских наук, профессор
Паниотова Таисия Сергеевна

Ростов-на-Дону – 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ФИЛОСОФСКО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ	18
1.1. Теоретико-методологические основы понимания культурных индустрий в рамках классических концепций	18
1.2. Переосмысление концепта «культурные индустрии» в трудах современных авторов	33
ГЛАВА 2. КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК РЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	77
2.1. Западноевропейский опыт развития культурных индустрий.....	77
2.2. Внедрение и распространение культурных индустрий в России	89
2.3. Творческий работник как субъект развития культурных индустрий....	102
ГЛАВА 3. АРТ-ПРАКТИКИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ	121
3.1. Социокультурный контекст возникновения и развития современных арт- практик	121
3.2. Стили и направления в современных арт-практиках	131
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	153
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	158

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования

Настоящее исследование обращается к двум важным современным феноменам – культурным индустриям и арт-практикам, которые оказывают всё большее влияние на такие подсистемы, как культура, экономика, политика и искусство. Культурные индустрии – это продукт развития современного общества, оформившийся с конца 80-х гг. XX века. Взаимоотношения субъектов деятельности в экономике и искусстве в разные периоды человеческой истории были противоречивыми и иногда антагонистичными. Однако в конце XX – начале XXI века культурные индустрии настолько бурно развиваются, что начинают играть всё большую роль в установлении новых структурных взаимосвязей между данными подсистемами, становятся лидирующим фактором в культуре и движущими силами инновационной экономики в информационном обществе.

Понятие «культурная индустрия», введенное в 40-е гг. XX века представителями Франкфуртской школы социально-философской мысли, претерпело значительные изменения и, по сути, отразило динамику этого бурного и стремительного века, динамику противоречивых отношений между культурой, потребностями экономического развития и политическими катаклизмами. В 90-е гг. XX века в странах Запада, утрачивающих свои позиции в конкуренции с развивающимися регионами Азии, правительства и институты власти использовали культурные индустрии в качестве антикризисного инструмента.

Затронутая тема актуальна для России на современном этапе развития. Согласно материалам заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации на тему «Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов» (Совет Федерации, 22 октября 2020 года), «развитие культурных индустрий и креативных кластеров является

ключевым для экономического, научно-технологического и инновационного развития крупных и крупнейших городских агломераций»¹. В ряде субъектов Российской Федерации (Белгородская, Тульская область, Республика Татарстан и др.) культурные индустрии включены в действующие стратегии социально-экономического и креативного развития². Помимо этого, Совет Федерации уделяет внимание совершенствованию отечественных творческих (культурных) индустрий. Анализ целевой и аксиологической составляющей культурных индустрий дает основания взглянуть на них не только как на механизм продвижения блестящих образцов классической и современной культуры внутри страны и за ее пределами, но и открывает перспективы для основательного изучения процессов формирования ценностей во внутренних социокультурных практиках современного общества и механизмов реализации целей.

В российских реалиях тема формирования культурных индустрий и их анализа является новой как в плане теоретического осмысления, так и в практическом приложении. Этот опыт прослеживается преимущественно в масштабах отдельных компаний, но нельзя не отметить значительные достижения в государственной деятельности по развитию креативных кластеров и культурных индустрий в ряде регионов. Центрами развития культурных индустрий России выступают Москва и Санкт-Петербург, активно развивается в данном направлении Ростов-на-Дону и некоторые другие регионы страны.

Ценностное содержание культурных индустрий вызывает интерес также в связи с тем фактом, что в эпоху глобализации культура в России

¹ Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов : материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от 22.10.2020 // Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации : офиц. сайт. – Аналитический вестник. – 2020. – № 13(756). [Электронный ресурс]. – URL: http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/121689 (дата обращения: 22.06.2023).

² Ярилова, О. С. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях / О. С. Ярилова // Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов : материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от 22.10.2020. – Аналитический вестник. – 2020. – № 13(756). – С. 21–25 <http://council.gov.ru/media/files/cArZsej5uEzf7rYuwtsduLBf0bgYRUj.pdf> (дата обращения: 22.06.2023).

подвергается колоссальному давлению, внешнему влиянию и постоянно усиливающейся трансформации. В этой связи особенно важно проводить грамотный анализ исследуемого феномена и стараться максимально точно предсказывать направления его развития, но при этом сохранять уникальность традиционных национальных ценностей и культурных индустрий.

Особая роль принадлежит и экономической составляющей культурных индустрий. В начале XXI века продолжается поиск наиболее эффективных моделей экономического развития, и развитие культурных индустрий и сопутствующей «креативной экономики»³ – это весьма перспективная отрасль научных исследований в культурологии и экономике. Мы отражали данные исследования в научном докладе «Арт-практики как культурные индустрии»⁴.

За рубежом уже накоплен значительный опыт экономического, политического и социального преимущества развития культурных индустрий, поэтому анализ уже наработанных практик необходим в России как для становления инновационной экономики, так и для развития российского социально-гуманитарного направления.

Появление современных стилей в искусстве логично вписывается как в культуру, так и в деятельность культурных индустрий. Таким образом, культурные индустрии становятся пространством реализации современных арт-практик в условиях информационности, в эпоху, когда креативность и инновационность занимают лидирующее место в развитии экономики и в целом социума. Именно поэтому еще в 50–60 гг. XX в. Маршалл Маклюэн говорил о том, какое большое значение в современную эпоху имеют художники⁵.

В настоящее время в России современные арт-практики недостаточно изучены и представлены в научной литературе. В данном научном

³ Хокинс, Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс ; [пер. с англ.]. – Москва : Финансовая корпорация «Открытие», 2011. – 253 с.

⁴ Арт-практики как культурные индустрии // Цифровой репозиторий [Электронный ресурс]. – URL: <https://hub.sfedu.ru/repository/material/800814321> (дата обращения: 26.06.2023).

⁵ Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Understanding Media: The Extensions of Man / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. – 2-е изд. – Москва : Гиперборея : Кучково поле, 2007. – С. 12.

исследовании понятие современных арт-практик используется как расширенное значение понятия «современное искусство». В теоретической литературе этот термин трактуется довольно неоднозначно. Так, в узком смысле современное искусство выступает синонимом «актуального искусства» и характеризуется крайней неоднородностью, являя собой сложный комплекс противоречивых течений и направлений. Мы же отмечаем, что современные арт-практики являются движущей силой развития культурных индустрий и креативной экономики. Современное искусство как фактор трансформации социокультурной практики, в том числе в системе российского социума, достаточно редко попадало в область внимания ученых, проводивших специальные научные изыскания, в том числе в рамках подготовки диссертационных работ, что и послужило стимулом к реализации данного диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы исследования

Первую группу теоретических работ, используемых в диссертационном исследовании, составляют труды, в которых описывается научный статус дефиниции «культура», следующих отечественных авторов: М. С. Кагана, А. С. Кармина, В. М. Межуева, Ю. Н. Солонина. Теоретическую базу диссертации представляет также деятельностный подход в определении культуры, развитый в работах Ю. А. Жданова, В. Е. Давидовича, Э. С. Маркаряна, Г. В. Драча и др.

Непосредственно история культурных индустрий, факторы возникновения, особенности и специфика их развития освещаются в работах отечественных авторов: М. Б. Гнедовского, Б. С. Ерасова, Т. А. Колосовской, А. Я. Флиера, Е. В. Зеленцовой, С. Э. Зуева, О. Б. Серостановой, Д. Э. Милькова и др.

Основополагающие труды Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Беньямина, К. Эрли и Э. Мосаковски, Д. Хезмондалша, Н. Гернхема и Д. Тросби раскрывают значение культурных индустрий в научной западноевропейской мысли, а также обосновывают влияние экономических и политических

аспектов в культурной деятельности и культурных индустриях. Данные авторы вполне конкретно формулируют современное понимание культуры, рассматривают ее как фактор социально-культурной регуляции общественной жизни и изучают влияние культуры на развитие личности.

Проблематика, связанная с исследованиями трансформационных процессов в подсистеме культуры, развивается в современном социогуманитарном дискурсе, в частности в работах западных теоретиков информационного и постиндустриального общества Д. Белла, М. Кастельса, О. Тоффлера, М. Маклюэна, теоретиков постмодернизма Ж. Бодрийяра, З. Баумана, Ф. Джеймисона, Ж.-Ф. Лиотара, а также в трудах отечественных исследователей современной культуры В. П. Римского, Т. С. Паниотовой, В. Л. Иноземцева, М. В. Заковоротной, Т. Г. Лешкевич и др.

Также в эту группу можно включить работы, в которых расширяется понятие культурных индустрий и уточняется термин «креативные индустрии», вводится и обосновывается понятие креативной экономики, это исследования А. М. Алексеевой, М. В. Матецкой, К. А. Нордстрема, Дж. Хокинса, Э. Пратта, Р. Флориды. Объектом внимания исследователей выступает «креативность», как определяющий фактор общественного развития. Большое количество материалов и публикаций посвящено роли креативных индустрий, которую они играют в развитии регионов и городов. Это работы таких авторов, как Ч. Лэндри, М. П. Бадлуева, А. Б. Аюрзанайн, В. Ю. Яковлева и др.

Ко второй группе исследований можно отнести те исследования, в которых рассматриваются отдельные секторы культурных и креативных индустрий в аспекте социально-экономического функционирования и развития, а также их история и актуальные проблемы. Предметом анализа выступают современное искусство, музеи, индустрия рекламы, галерейный бизнес, массмедиа и т. д. Это работы Э. Демпси, В. О. Пигулевского, И. И. Горловой, Т. В. Коваленко, В. В. Бычкова, Н. Б. Маньковской, П. Хирша, Н. Трифт, Р. Бреннер, Дж. Вулф и др.

В современной отечественной литературе мы видим критическое отношение к явлению, которое ставит финансовую прибыль и коммерческий успех на первый план. Это считается профанацией «настоящей» культуры. Сегодняшние художественные практики не рассматриваются как произведения, способные порождать истинное искусство. Авторы обращаются к зарубежным источникам, анализируют опыт развития и исследования культурных индустрий, раскрывают их особенности и обосновывают возможности адаптации этого опыта к российским реалиям.

Выбор темы диссертационного исследования связан с тем немаловажным фактом, что до сих пор в научной литературе как на теоретическом, так и практическом уровне не получила должного освещения тема взаимосвязи культурных индустрий и современных арт-практик. Термины «культурные индустрии», «креативные индустрии» и «арт-практики» часто вызывают противоречия и несогласованность в определениях, так как их значения очень гибкие и зависят от контекста использования. Это приводит к неопределенности и возможности взаимозаменяемости этих терминов, что затрудняет понимание особенностей этих явлений, затрудняет прогнозирование их развития и в целом снижает эффективность культурной политики.

Можно ли считать, что культурные индустрии приобрели сегодня качественно иное содержание по сравнению с тем временем, когда о них впервые заговорили Т. Адорно и М. Хоркхаймер? И не является ли превращение искусства, включая арт-практики, из периферии культурных индустрий (Д. Хезмондалш) в одно из ключевых направлений креативной экономики развития городов, музейной и выставочной деятельности, своеобразным зеркалом этого процесса? В этом и состоит **научная проблема**.

Согласно нашей **гипотезе**, превращение культурных индустрий в составную часть креативной экономики, а арт-практик в актуальное направление развития культурных индустрий – связано с изменением социально-экономической ситуации в целом, места и роли в ней творческого

работника в частности. Этот процесс комплементарен становлению информационного общества и культуры постмодерна. Для доказательства данной гипотезы необходимо будет рассмотреть динамику теоретического осмысления культурных индустрий, историю их становления и развития в мировом и российском контекстах, а также проследить изменение роли арт-практик в современном культуриндустриальном производстве.

Объектом диссертационного исследования являются культурные индустрии как уникальный и перспективный элемент системы современного общества и тип социально-культурных практик, связующим звеном которых выступает творческая, культурная составляющая.

Предметом диссертационного исследования выступает концепт «культурные индустрии» и различные модели развития культурных индустрий в современном обществе.

Цель диссертационного исследования состоит в комплексном культурологическом анализе современных культурных индустрий и тенденции превращения арт-практик в катализатор их развития.

Данная **цель** реализуется в решении следующих **задач**:

- 1) Изучить основные направления философско-культурологического осмысления культурных индустрий и раскрыть причины перехода от классического к неклассическому их пониманию;
- 2) Проанализировать социокультурные предпосылки возникновения и трансформации культурных индустрий, а также понять причины изменения их места и роли в обществе;
- 3) Рассмотреть модели культурных индустрий, сравнить их особенности на материале ряда регионов Европы и России;
- 4) Определить место и роль «творческого работника» в современных культурных индустриях и арт-практиках;
- 5) Проанализировать основные направления арт-практик и их динамику;

6) Выявить тенденции изменения места арт-практик в системе современных культурных индустрий.

Теоретико-методологические основы исследования

Исходя из целей и задач диссертации, учитывая ее философско-культурологическую направленность, была сформирована теоретико-методологическая база. В исследовании использовались не только труды, относящиеся к культурным индустриям, но и фундаментальные работы в области экономики культуры, культурной политики, культурной идентичности и функций культуры. Также рассмотрены феномен и роль массовой культуры в современном обществе.

В основе диссертационного исследования лежат классические и современные работы по философии, культурологии, а также социологии, в которых рассматриваются культурные индустрии и современные арт-практики. Использование общих и частных методов гуманитарного познания объединяет результаты исследования культурных индустрий из разных научных дисциплин, что подтверждает междисциплинарный характер предлагаемой работы. Кроме того, исследование базируется на традиционных общенаучных методах: анализе, синтезе и классификации.

Одним из основных в работе является метод структурно-функционального анализа, с помощью которого нам удалось максимально подробно изучить организационную и деятельностьную составляющую культурных индустрий и современных арт-практик.

В данной диссертационной работе мы опирались на деятельностьную концепцию культуры и творчества, разработанную представителями ростовской философско-культурологической школы: работы Ю. А. Жданова, В. Е. Давидовича, Г. В. Драча, Е. Я. Режабека, О. М. Штомпеля. В рамках данной школы культура представлена как образ жизнедеятельности, в основе которого лежит цель сохранения и развития общности, цельности структуры социума, при условии предоставления человеку возможностей для саморазвития.

Важной теоретической базой послужила критическая теория Франкфуртской социологической школы, представителями которой являются Т. Адорно, В. Беньямин, К. Виттфогель, З. Кракауэр, Г. Маркузе, А. Хоннет, М. Хоркхаймер. В основе этой теории лежат представления о том, что современное, технократическое общество является проводником «культуры потребления» и существует за счет распространения ложного сознания посредством массмедиа и популярной культуры.

Теоретическая база диссертационного исследования строится на концепциях «постиндустриального общества» Д. Белла, «информационного общества» и «общества сетевых структур» М. Кастельса, «креативной экономики» Дж. Хокинса, «культурной экономики» Д. Тросби, именно их взгляды легли в основу анализа с философской точки зрения такого феномена как «культурные индустрии».

Опора на теоретические методы позволила нам сформулировать основополагающие для данной работы понятия: «культурные индустрии», «креативные индустрии», «арт-практики», «творческий работник». Культурная индустрия – это институт или совокупность институтов, наибольшим образом связанных с воспроизводством социального порядка путем промышленного производства культурного продукта (классическая музыка, литература, народное искусство, изобразительное искусство). К креативным индустриям относят институты, связанные с рекламой, дизайном, модой, архитектурой и СМИ. Под арт-практиками мы понимаем течения и направления современного искусства, представленные новыми техниками и способами воплощения, которые поочередно сменяются и взаимодействуют между собой, а также находящие проявление в творчестве самобытных художников, эталонных личностей, дающих миру образцы индивидуальных стилей.

Компаративистский подход позволяет рассматривать историко-философские концепции, в которых анализируются культурные индустрии и современные арт-практики.

Учитывая культурно-географические аспекты, мы отводим центральное место опыту развития культурных индустрий в Европе, которая по сей день признается ведущей в интерпретации и интеллектуальном осмыслении этой области, но также и отечественный опыт внедрения и функционирования культурных индустрий.

Основные методы исследования, избранные автором, включают анализ специальной литературы, работу с профильными документальными источниками, культурно-институциональный анализ.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

1) На основе рассмотрения философско-культурологических концепций культурных индустрий показана динамика в изучении и различия в подходах и трактовках культурных индустрий в разные исторические периоды и разных национальных школах.

2) Комплексно проанализированы и определены основные социокультурные предпосылки возникновения культурных индустрий и их трансформации во второй половине XX–XXI вв., когда они превращаются в источник развития креативной экономики.

3) Проанализированы европейские (Лондон, Берлин, Барселона и Париж) и российские (Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону) модели культурных индустрий. Основываясь на релевантной совокупности статистических и эконометрических данных, автором сделан вывод о превращении культурных индустрий в одну из движущих сил социокультурного развития на современном этапе.

4) Обосновано, что «творческий работник» является главным субъектом современных культурных индустрий. На примере реализации ростовского проекта «Мир на ладони» показаны способы формирования необходимых компетенций у детей как потенциальных творческих работников.

5) Продемонстрировано, что новые возможности для самовыражения творческого работника представляют современные арт-практики. Проанализированы основные направления арт-практик и дана периодизация их становления в системе культурных индустрий.

6) Показаны основные тенденции развития арт-практик, способствующие изменению места искусства в системе культурных индустрий, а именно: его превращению из периферии культур-индустриального производства в катализатор развития.

Положения, выносимые на защиту:

1. Формирование классической концепции культурных индустрий (Т. Адорно, М. Хоркхаймер) происходило на этапе индустриального общества и широкого распространения массовой культуры. Переход к постиндустриальному обществу и культуре постмодерна способствовал трансформации понимания концепции культурных индустрий (Д. Хезмондалш и Н. Гернхем): если в классической концепции культурные индустрии отождествлялись с массовой культурой, то в современных теориях они в основном трактуются как сплав творческой и деловой активности с социальной политикой. При этом в британской научной школе культурные индустрии рассматриваются позитивно, как инновационный способ развития городов и креативной экономики.

2. Важнейшие социокультурные предпосылки появления культурных индустрий – это массовое производство, стандартизация, коммерциализация культуры и др. Трансформация культурных индустрий, изменение их роли в обществе и доминирование положительных оценок во второй половине XX–XXI вв. связаны с мировым экономическим кризисом, изменением сфер занятости; а также с либерализацией сферы культуры, выходом производства культурных образцов за пределы национальных государств, ускоренным развитием новых коммуникационных технологий, усилением роли рекламы и маркетинга, мобильностью «производства текстов» и др.

3. Анализ различных моделей культурных индустрий, реализованных как в Европе, так и в России, показывает, что при всех имеющихся отличиях, культурные индустрии в целом являются перспективным направлением креативной экономики, расширения сферы занятости, значимым элементом городской и региональной политики, фактором, обеспечивающим конкурентное преимущество, политическую, экономическую и социальную стабилизацию и развитие как на национальном, так и на глобальном уровнях.

4. Чтобы стать важнейшим фактором производства, экономического роста, инновационного развития регионов, культурные индустрии нуждаются в формировании новых социокультурных кластеров, в основе которых лежат интеллект, знание и креативность. Эти навыки и компетенции, необходимые творческому работнику, в условиях, когда культура превращается в процесс воплощения чувствования, мышления, рационального выбора нуждаются в трансформации в конкретные результаты целенаправленно ориентированной практической деятельности.

5. Под арт-практиками следует понимать течения и направления современного искусства, представленные новыми техниками и способами выражения, которые поочередно сменяются и взаимодействуют между собой, а также находящие проявление в творчестве самобытных художников, эталонных личностей, дающих миру образцы индивидуальных стилей.

В становлении и развитии арт-практик выделяются два периода: вторая половина XX века (поп-арт, концептуальное искусство, минимализм и кинетическое искусство) и переходный период от XX к XXI веку, когда художники формируют новые языки и практики искусства постмодерна.

6. Культурные индустрии характеризуются сращиванием экономической и художественной ценности культурного продукта, а современные арт-практики усиливают коммодификацию культуры, трансформируя культурное пространство и функции всех его участников. Изменяется роль художника, который выступает не только субъектом творчества, но и агентом экономических отношений, производителем

эффектов, приносящих прибыль. Искусство преодолевает собственные границы, включается в формирование культурной экономики, а арт-практики становятся не только способом самовыражения художника, но и катализатором развития культурных индустрий.

Теоретическая и практическая значимость исследования объясняется систематизацией, уточнением и проработкой теоретических положений. Полученные автором результаты можно использовать для разработки рекомендаций по проведению государственной региональной политики в области функционирования культурных индустрий в России, принимая во внимание определенную социокультурную специфику каждого региона. Здесь важно учитывать интерес региональных властей к теме данного исследования, сегодня он уже наблюдается среди научной и культурной общественности, а также со стороны институтов культуры и искусства и представителей власти. О значительном прикладном потенциале проведенного исследования свидетельствуют проекты по формированию культурной компетентности и культурной идентичности среди старшеклассников города Ростова-на-Дону.

Результаты, полученные в ходе данного диссертационного исследования, предоставляют возможности для дальнейших научных исследований в области культурных индустрий в сфере образования, поскольку рассматриваемая проблема занимает всё более весомое положение. Представленная диссертация представляет собой уникальное исследование современных арт-практик и анализ их места в системе культурных индустрий.

Полученные результаты имеют ценность для работников культуры и образования и могут быть использованы в практике преподавания общих и специальных курсов по культурологии, истории и теории культуры, искусствоведению, педагогике, философии и других гуманитарных наук.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности

Тема и содержание диссертации полностью соответствуют научной специальности 5.7.8 – «Философская антропология, философия культуры», в

том числе пунктам 38. «Проблемы культуры в различных философских направлениях»; 41. «Школы в исследовании культуры»; 46. «Тенденции динамики культуры», 64. «Культура и искусство»; 74. «Исследование конкретных культурных феноменов в контексте общих закономерностей существования культуры»; 75. «Культура цифрового общества».

Апробация результатов исследования

Основные положения диссертационного исследования изложены в **17** публикациях автора, в том числе шесть публикаций в журналах из перечня ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ, а также глава в коллективной монографии.

Общие положения и выводы диссертационного исследования выносились на обсуждение на **10** конференциях:

1. II Международная междисциплинарная научно-практическая конференция «Диалог культур: самобытность и взаимовлияние культур в условиях глобализации» (г. Ростов-на-Дону, 17 декабря 2014 г.).

2. Международная конференция «Актуальные проблемы моделирования, проектирования и прогнозирования социальных и политических процессов в мультикультурном пространстве современного общества» (г. Ростов-на-Дону, 3–4 апреля 2015 г.).

3. Всероссийская научно-практическая конференция «Этика и конфликт ценностей в современном мире» (г. Ростов-на-Дону, 29 октября 2015 г.).

4. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием, посвященная 10-летию программы МИГО ЮФУ «Единство в многообразии: междисциплинарные перспективы гуманитарного знания» (г. Ростов-на-Дону, 1 декабря 2016 г.).

5. II Всероссийская научно-практическая конференция «Единство в многообразии: наука и социальная практика в междисциплинарном фокусе» (г. Ростов-на-Дону, 17–18 ноября 2017 г.).

6. Научно-практическая конференция молодых ученых «Проблемы идентичности в контексте мирового опыта» (г. Москва, 12–14 декабря 2017 г.).
7. V Всероссийская молодежная научно-практическая конференция «Диалог культур в ситуации глобальных рисков: идеал и реалии взаимодействий» (г. Ростов-на-Дону – г. Нальчик, 16–22 апреля 2018 г.).
8. Международная научная конференция «Уроки пандемии: социально-философское осмысление» (г. Майкоп, 17 ноября 2022 г.).
9. IV Всероссийская (с международным участием) научная конференция «Утопические проекты в истории культуры» на тему «Российский опыт конструирования будущего» (г. Ростов-на-Дону, 26–28 октября 2022 г.).
10. Всероссийская научная конференция (с международным участием) «Креативные индустрии в производстве культурного капитала: теоретические и практические парадигмы» (г. Белгород, 25–26 апреля 2023 г.).

Структура диссертации

Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих 7 параграфов, заключения и списка литературы, включающего в себя 261 источник, из них 84 на английском языке. Общий объем диссертационной работы – 184 страницы.

ГЛАВА 1. ФИЛОСОФСКО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

1.1. Теоретико-методологические основы понимания культурных индустрий в рамках классических концепций

В конце XIX века во многих странах мира начался процесс коммерциализации культурного производства. На это повлияли такие факторы, как процесс развития массового индустриального производства, становление системы массового потребления, формирование социальных и культурных групп, готовых присваивать товары культурного производства, ускоренного внедрения новых массовых технологий распространения информации, а также масштабного введения системы массового образования (Дж. Бенигер⁶, Э. Тоффлер⁷, Э. Геллнер⁸, А. Тойнби⁹, Х. Ортега-и-Гассет¹⁰).

Особенно ярко этот процесс протекал в капиталистических обществах, в которых завершился процесс реструктурирования традиционных социальных отношений в направлении индивидуализации и принятия на общественных микро- и макроуровнях ценностей эпохи Модерна (З. Бауман¹¹, Н. Элиас¹²). Рост индустрии культуры был тесно связан с развитием «массовой культуры». При этом оба феномена стали предметом тщательного исследования многих интеллектуалов конца XIX–XX веков (Х. Ортега-и-Гассет¹³, Д. Белл¹⁴, В. Беньямин¹⁵, Г. Маркузе¹⁶, Ч. Миллс¹⁷).

⁶Beniger, J. R. The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society / J. R. Beniger. – Cambridge, Massachusetts ; London: Harvard University Press, 1989. – 508 p.

⁷Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер ; пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др. – Москва : АСТ, 2009. – 784 с.

⁸Gellner, E. Anthropology and politics: revolutions in the sacred grove / E. Gellner. – Oxford : Wiley-Blackwell, 1995. – 284 p.

⁹Тойнби, А. Дж. Цивилизация перед судом истории : сборник / А. Дж. Тойнби ; пер. с англ. – Москва : Рольф, 2002. – 592 с.

¹⁰Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : Litres, 2017. – 256 с.

¹¹Бауман, З. Индивидуализированное общество / З. Бауман ; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – Москва : Логос, 2005. – 390 с.

¹²Элиас, Н. Общество индивидов / Н. Элиас ; пер. с нем. – Москва : Праксис, 2001. – 336 с.

¹³Ортега-и-Гассет, Х. Дегуманизация искусства / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : АСТ, 2008. – 189 с.

¹⁴Белл, Д. Массовая культура и современное общество / Д. Белл // Америка. – 1965. – № 103. – С. 11–29.

¹⁵Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе / В. Беньямин ; предисл., сост., пер. и примеч. С. А. Ромашко ; Немецкий культурный центр имени Гете. – Москва : Медиум, 1996. – 239 с.

¹⁶Маркузе, Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек / Г. Маркузе ; пер. с англ. – Москва : АСТ, 2002. – 526 с.

¹⁷Mills, C. W. The Mass Society / C. W. Mills // The Power Elite. – Oxford Press, 1956.

Прежде всего, стоит остановиться на определении слова «культура». Произшедшее от латинского слова, в современном научном обороте данное понятие имеет множество определений. Культура – это ряд явлений, которые передаются через социальное обучение: поведение и нормы, традиции и ценности, социальные практики и искусство, ритуалы и религию.

Человечество сформировало определенный уровень культуры, характерный для уровня развития общества. Это особенная форма деятельности, проявляющаяся в самовыражении и образах, взглядах на реальность. Культура выступает средством самопознания личности. В ней нашли свое отражение умения и навыки членов общества. В культуре отражены компетентность и черты личности отдельного гражданина.

Массовая культура зародилась в 40-х годах XX века. Ученые из других стран заинтересовались исследованием данного феномена на разных этапах его развития. Массовую культуру начинают изучать многие исследователи, они публикуют большое количество самых разнообразных трудов на данную тему.

Особая роль в основополагающем вкладе в разработку данной тематики принадлежит двум немецким социальным философам – Теодору Адорно и Максу Хоркхаймеру¹⁸. Во главе Франкфуртской школы встал М. Хоркхаймер. Исследователями школы велись наблюдения при одноименном научном университете, начиная с 1930 года.

Школа поставила важную цель, состоящую в разработке «социальной философии», дополненную эмпирическими исследованиями. Франкфуртская школа, также известная как Институт социальных исследований, является социальным и политико-философским направлением мысли. Данный институт – это источник критической теории. Институт был основан с целью развития марксистских исследований в Германии. Франкфуртская школа

¹⁸ Некоторые положения относительно философско-культурологического осмысления культурных индустрий, представленные в этой главе, опубликованы в см.: Савельева, К. В. Феномен культурных индустрий в философско-культурологическом дискурсе / К. В. Савельева // Вестник Калмыцкого университета. – 2022. – № 4 (56). – С. 175–181.

предложила «критический» метод, который дает определенную интерпретацию марксистской философии и переосмысливает некоторые из ее центральных экономических и политических понятий. Франкфуртская школа собирала вокруг себя оппозиционно настроенных марксистских мыслителей, которые критически относились к капитализму.

Представителями данной школы был выдвинут историко-культурный анализ фундаментальных проблем социокультурной динамики. Основными идейными источниками философии Франкфуртской школы послужили идеи К. Маркса (категория отчуждения, классовая борьба), З. Фрейда (идея человека: структура личности и бессознательное), Г. В. Ф. Гегеля (диалектика и закон отрицания) (негативная диалектика, как назвал ее Т. Адорно), М. Вебера (понятие рациональности) и И. Канта (идеи критики традиционного мышления). Философы Франкфуртской школы внесли несомненный вклад в разработку таких категорий, как «отчуждение», «тоталитарность», «одномерность человека», «господство технократии», «экологические проблемы» и т. д.

Формирование взглядов Адорно и Хоркхаймера происходило в перерывах между двумя мировыми войнами, в условиях интенсивной замены «механического» типа солидарности на «органический» (по терминологии Э. Дюркгейма¹⁹). В таком контексте немецкие интеллектуалы этого периода обращают особое внимание на опасности однонаправленного, упрощенного развития человеческого начала, на угрозу нивелирования творческого потенциала культуры в условиях ее массовизации²⁰.

К ним относится и Зигфрид Кракауэр, который в период 1918–1919 гг. активно повлиял на молодого Теодора Адорно²¹. Немецкий социолог массовой культуры, кинокритик, писатель, публицист, один из самых влиятельных теоретиков кинематографа З. Кракауэр в своем труде «Орнамент массы»²²

¹⁹ Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм ; пер. с франц. – Москва : Канон, 1996. – 432 с.

²⁰ Дюркгейм, Э. Самоубийство. Социологический этюд / Э. Дюркгейм. – Москва : Мысль, 1994. – 327 с.

²¹ Leche, J. Fifty key Contemporary Thinkers / J. Leche. – London ; New York : Routledge, 1994. – 283 p.

²² Kracauer, S. Das Ornament der Masse. Essays / S. Kracauer. – Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1963. – S. 50–63.

отмечал, что происходит угроза нивелирования общего видения картины человеческого становления, уничтожения «человеческого» до уровня строчки в статистической таблице. З. Кракауэр²³.

Т. Адорно и М. Хоркхаймер были уверены, что творчеству и гуманному отношению к человеческой личности современная массовая культура отводит абсолютно недостаточное внимание, поэтому они сформулировали концепцию «культурных индустрий». Им казалось, что эпоха Просвещения не принесла значимых богатств для культурного наследия общества. Под авторством этих исследователей вышел труд «Диалектика Просвещения»²⁴, где отдельная глава посвящена вопросам и проблемам развития культурных индустрий, учитывая современное состояние социума с критикой наследия, доставшегося от эпохи Просвещения.

Используя методологию негативной диалектики, т. е. принцип постоянного отрицания, немецкие мыслители обозначили определенные концептуальные идеи, которые позже на долгие годы вперед составили фундамент анализа тенденций массовой культуры, индустрии культуры, креативной индустрии, реализации культурной политики. Ниже мы рассмотрим более подробно данные идеи, однако стоит сразу выделить следующие:

- отказ от гомогенизирующей тенденции развития массовой культуры, постоянная критика унифицирующего и нивелирующего влияния массовой культуры ради формирования культурных и социальных основ для становления гетерогенного человеческого культурного опыта;
- понимание философии как негативной диалектики, осознание философской теории как главного инструмента постоянной критики социокультурной реальности;

²³ Кракауэр, З. Орнамент массы / З. Кракауэр ; пер. с нем. Е. Земсковой // Новое литературное обозрение. – 2008. – № 4 (92). – С. 72.

²⁴ Адорно, Т. Диалектика Просвещения / Т. Адорно, М. Хоркхаймер ; пер. с нем. М. Кузнецова. – Санкт-Петербург : Медиум, Ювента, 1997. – 310 с.

– необходимость системного и систематического разграничения высокого и низкого искусства, высокой и низкой или массовой культуры ради развития принципа негативной диалектики;

– развитие культурной политики поощрения авангардного искусства как главного оппонента в диалектике отношений «коммерция – искусство».

Т. Адорно и М. Хоркхаймер в своих работах использовали своеобразный термин «культуриндустрия». Это было сделано для того, чтобы привлечь внимание критиков и думающей публики к надвигающемуся процессу коммерциализации в искусстве. Большинство исследователей культуры отдельно отмечали следующий момент: в процессе индустриализации многое, в том числе и в сфере культуры, упрощалось. Дух свободной эпохи повлиял на все сферы социума, в том числе и на культуру, несколько опошлив ее.

В сфере духовности происходили в связи с этим неизбежные изменения. Так, рабочий шел на фабрику под лозунгом «Добиться большего, затратив все силы». Трудовой процесс поглощал все мысли людей. Его непрерывный ход необходимо было поддерживать в течение всего дня, не думая о другом, своих желаниях. Единая культура представала в своем странном облики, проявляя издевательское отношение к душе личности. Ее главными идеологами выступили философы-персоналисты. Дело в том, что в то время с критикой массовой культуры выступил ряд ученых в период после войны в странах Европы и США²⁵.

М. Хоркхаймер и Т. Адорно ответили В. Бенъямину, представив свое видение особенностей культурной индустрии того времени. Последний в свою очередь также осуществил вклад в разработку этой проблемы, продемонстрировав свои взгляды в мини-эссе, уделив особенное внимание искусству с позиции его вклада в развитие технократического общества²⁶.

²⁵ Адорно, Т. Диалектика Просвещения / Т. Адорно, М. Хоркхаймер ; пер. с нем. М. Кузнецова. – Санкт-Петербург : Медиум, Ювента, 1997. – С. 163.

²⁶ Adorno, T. 'Letters to Walter Benjamin' / T. Adorno // *Aesthetics and Politics* / Eds T. Adorno et al. – London : Verso, 1980. – P. 110–133.

В. Беньямин представлял философское течение, изучавшее культурное наследие XX века. Его теоретические взгляды были особенно ценны. Автор акцентировал внимание на оценке изменений, которые коснулись произведений искусства в тот период. Так, он рассмотрел их в виде физических объектов, которые принимают активное участие в развитии культуры. В то время им были свойственны черты массовости и безликости, по мнению философа. Если ранее произведения искусства играли ритуальную и культурную роль, то в период развития индустриального общества им стали присущи практические и представительские функции. Иногда эти модели использовались для политической борьбы. Автор отметил, что сегодня искусство призвано отвлечь обывателя от рабочей рутины и выступает средством его развлечения. Однако в прошлом у искусства была иная, созидаящая, роль, состоящая в погружении, побуждении к выработке собственных умозаключений и суждений. Ранее искусство заставляло думать, а не просто отвлекаться от реальности²⁷.

В своей дискуссии Теодор Адорно и Вальтер Бенджамин развивают мысль о том, что на оригинальность культуры промышленность оказывает значительное влияние. Развитие технологии отражается и на искусстве. Например, технологии распространения культурных продуктов, изготовленных традиционным способом (музыкальные записи или печать книг) теперь приобретают новую форму. Ключевым экономическим преимуществом становится доступ к распределению культурного продукта. В частности, Теодор Адорно и Вальтер Бенджамин подчеркнули способы, в которых наибольшая прибыль от культурной продукции была получена не производителями культурной продукции или услуг, а дистрибьюторами. То есть лидером в этой цепочке становится не творец культуры, не создатель, а технологический производитель или тот, кто владеет этим производством. Следует отметить, что это важно еще и потому, что переход к термину

²⁷ Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе / В. Беньямин. – Москва : Медиум, 1996. – С. 120.

«творческие индустрии» может быть понят только при понимании взаимосвязи влияния информации и коммуникационных технологий. Политика в отношении «креативной индустрии» не может быть больше отделена от политики информационного общества, в рамках которой она сформулирована.

Т. Адорно и М. Хоркхаймер сформулировали дефиницию «индустрия культуры». Исследователи полагали, что данная индустрия выступает определенным аппаратом, который призван выполнять функции некоего стандартизатора, унифицируя новые культурные произведения. В индустрии культуры не существует идеалов для человека, которые несли бы определенные ценности. Цель данной индустрии не в усилении духовной составляющей индивида, а лишь в развлечении. Культура воспринимается как средство отдыха, но не просвещения.

Сама по себе индустрия культуры может восприниматься как определенный товар, который предлагается каждому потребителю и в котором человек нуждается. Данный товар должен удовлетворять потребности людей. Унифицированное искусство постепенно становится тем продуктом, в получении которого заинтересованы широкие слои населения. С этого момента искусство превращается в мощное средство манипуляции общественным сознанием. Индустрия культуры оказывает сильное влияние на формирование и управление желаниями, мечтами и стремлениями людей. Многие философы считали, что всё это негативным образом отражается на самой культуре, поскольку она становится общедоступной и чересчур демократичной, и культура воспринимается в качестве товара, что не может вызывать уважение.

Введение в научный обиход понятия «индустрия» ускорило ее развитие. Мысли о ней в эпоху индустриализации приняли новое измерение и представили понятие о ней под иным углом. В этот период мышление приняло экономический характер и меру измерения. Понятие было введено и впервые употреблено Т. Адорно и М. Хоркхаймером. Сделано это было в контексте

решения проблемы отражения взаимной связи, существовавшей между промышленностью и культурой. Авторы не разделяли взгляды на данную проблему, представленные философами, пропагандировавшими массовое общество и его ценности. К ним относились такие деятели научной философской мысли, как Ф. Ницше и Л. Клагес, О. Шпенглер. Массовая культура изучалась с позиции желаний элиты и народа в целом. Не забывали также и о том, что культура – это определенная идеология того времени.

С одной стороны, коммерциализация культуры рассматривалась как опошление искусства, а с другой стороны, как идеологическое манипулирование. Кроме того, Т. Адорно и М. Хоркхаймер в своей работе «Диалектика просвещения» поднимают одну из важных проблем массовой культуры – проблему коммодификации (процесс придания продуктам товарных качеств для дальнейшей купли-продажи). Таким образом, культурные продукты встраиваются в систему рыночной экономики, и происходит постепенное отдаление самого искусства. С 50-х годов XX века проблема коммодификации столетия выходит на передний план.

Т. Адорно и М. Хоркхаймер выступили активными критиками этого явления. Они не признавали существование индустриального общества в том его измерении, в котором оно предстало перед их взглядами. Однако массовую культуру как особенное явление они отметили. Авторы не признавали массовую культуру, которая расцвела в период капитализма с характеристиками монопольности. Исследователи сокрушались о том, что подлинное искусство убито массовостью, процветанием такого вида производства.

М. Хоркхаймер и Т. Адорно ввели термин «культурной индустрии», чтобы развеять иллюзию, что массовая культура производится массами. Авторы считали, что термин «массовая культура» является по своей сути абсолютно идеологическим, т. к. культура не исходит от народа, а навязывается широким массам сверху.

При этом Т. Адорно и М. Хоркхаймер подчеркивали, что массовое искусство является особым товаром, который без труда всегда найдет своего потребителя. Однако они признавали, что массовая культура в то же время – мощный инструмент манипуляции социумом. «Общественность в лице простых рабочих, элиты, представителей прогрессивных слоев населения, промышленников, предпринимателей выступила потребителем этого продукта. В капиталистическом производстве нет места душевным проявлениям. Оно порабощает тело и душу, потребитель приносит себя в жертву, используя этот продукт»²⁸. Данные исследователи полагали, что быстрое развитие индустрии культуры создало прекрасные условия для процветания капитализма, т. к. приобретение и потребление массового культурного продукта позволяет людям чувствовать себя свободными и счастливыми. Соответственно, любой человек начинает к этому стремиться. Однако здесь стоит отметить наличие факта манипуляции сознанием граждан. В этом смысле есть опасность, что общество будет стагнировать и не развиваться. По большому счету культура переходит в разряд бизнеса.

Отмечается весьма опосредованное влияние культуры на граждан. Оно проявляется в отвлечении его от обыденности. Диктат культуры, однако, им совершенно не воспринимается, он не заметен для обывателя. Такая культура формирует враждебное отношение ко всему иному, что противоречит ей²⁹. Т. Адорно пытался отыскать причины и предпосылки возникновения конфликтных состояний в социокультурной сфере. Так, он пришел к заключению, что спор рождается из противоречия потребностей, которые человек считает ключевыми и нормами общества, не создающими ему условий для их полноценной реализации. Этот важный тезис фигурирует в его трудах как ключевой. Т. Адорно анализировал труд, подготовленный З. Фрейдом³⁰, посвященный фашизму и пропаганде. Автор пытался найти предпосылки

²⁸ Адорно Т., Хоркхаймер М. Дialeктика Просвещения. – С. 166.

²⁹ Там же. – С. 170.

³⁰ Adorno, T. Freudian Theory and the Pattern of Fascist Propaganda / T. Adorno // The Essential Frankfurt school reader. – 1982. – С. 118–137.

такого влияния национал-социалистической пропаганды на умы масс. В результате он констатировал, что управлял всем доминирующий характер, сложенный отдельными либидозными элементами. Было введение понятие «либидозная структура общества». Говорилось о ней в контексте того, что экономический сектор оказывает воздействие на проявление индивида в обществе, где он говорит свое слово, используя устремления и пользуясь уровнем интеллектуального развития³¹. Фашизм не происходит из психологических диспозиций. Однако он выстраивает область психологии, на которой можно сыграть, борясь за умы масс. В теории и аналитической психологии сформировались представления о монолите общества, сложившемся из отдельных структур. Суть этой монолитности заключается в особенностях, заложенных в либидозной общественной структуре.

О дальнейших трансформациях индустрии культуры мы будем рассуждать в последующих параграфах данной главы, стоит, однако, констатировать следующее: Т. Адорно и М. Хоркхаймер были одними из тех, кто впервые в Европе критически оценил перспективы столь бурного развития индустрии культуры, и понимали это как закономерный итог развития массовой культуры в связи с ускоренным становлением СМИ и массового индустриального производства. Ими были обоснованы и доказаны опасности нивелирования культурного разнообразия, превращения человека в «одномерное существо», которое на уровне животных инстинктов повторяет или реагирует на окружающую ситуацию, но не является создателем собственной судьбы и тем более культуры из-за доминирования унифицирующего влияния массовой культуры.

Т. Адорно и М. Хоркхаймер считали, что ключевой функцией индустрии культуры является погашение революционного потенциала масс, избавление от жизненных стрессов посредством кратковременных и поверхностных отвлекающих факторов. Однако это не может обеспечить подлинное счастье, только недолговечное и бессмысленное удовольствие. Настоящее счастье

³¹ Фромм, Э. Кризис психоанализа / Э. Фромм. – Москва : АСТ, 2017. – 254 с.

исходит из задачи декодирования сложной работы и интеллектуального стимулирования, которое культурная индустрия гасит.

Немецкий философ и социолог Аксель Хоннет продолжил разрабатывать идеи Адорно и Хоркхаймера. В настоящий момент он является главой Франкфуртского института социальных исследований, профессором философии Франкфуртского университета (Германия) и Колумбийского университета (США). С 2007 года возглавляет международное общество Гегеля. Аксель Хоннет работает в сфере социальной и политической философии и пытается разъяснить центральные проблемы критической социальной теории.

Рассмотрим историю Франкфуртской школы для того, чтобы показать место и роль А. Хоннета. Первопроходцами следует считать М. Хоркхаймера и Т. Адорно. Далее к ним присоединились такие исследователи, как Г. Маркузе и В. Беньямин. Значительный вклад в развитие мысли этой школы осуществили Ф. Поллок и Э. Фромм. Всех этих авторов следует отнести к представителям первой волны. В 1970 году Ю. Хабермас возглавил второе поколение исследовательской мысли этой школы. Исследователь оценил связь между разными традициями школы, представленной аналитическим и континентальным ее течениями.

Представители второй волны А. Велмер, К. Гюнтер, А. Шмидт и другие стали основоположниками новых направлений научной мысли.

«Третье поколение» критических теоретиков Франкфуртской школы было ознаменовано работой Акселя Хоннета. Третье поколение снова обращается к философии Гегеля и, в частности, к понятию гегелевского «признания» в качестве когнитивной и предварительной языковой сферы интересубъективности³².

³² Заковоротная, М. В. Роль профессионального признания в культурной индустрии / М. В. Заковоротная, К. В. Савельева // Научная мысль Кавказа. – 2016. – № 2. – С. 31–37.

Стоит начать с того, что первая главная работа Акселя Хоннета «Критика власти: этапы в критической социальной теории»³³, исследует сходства между Франкфуртской школы и теориями Мишеля Фуко. Именно в этой работе А. Хоннет затрагивает исследования Т. Адорно и М. Хоркхаймера, в частности понятие «культурных индустрий».

Центральной темой критики Акселя Хоннета является борьба за признание. Данная тема раскрыта в работе «Борьба за признание: нравственная грамматика социальных конфликтов» (1986)³⁴. Одной из основных тем, рассматриваемых А. Хоннетом, является понятие конфликта в среде социальных групп современного общества. Такой конфликт представляет собой освобождение человечества в контексте внутреннего исторического прогресса. В социальной группе каждая личность стремится выделиться и быть признанной. Борьба за признание становится важной для нее. Социальная реальность преобразуется индивидом, который стремится к соглашению со всеми, при этом стремясь к самореализации. Признание выступает в социальной и культурной формах. По мнению А. Хоннета, эти категории выделены на трех уровнях.

Первый уровень называется «самоуверенность». Ее формирование начинается с рождения, с пребывания ребенка в семье. Родители на этом этапе развития личности ребенка интересуются его успехами, желаниями. Семья – это отдельная, малая ячейка общества, в которой ее члены получают возможность развиваться. В этом контексте семья представляет собой надстройку, над которой возвышаются другие ступени признания. Вторым уровнем выступает «самоуважение». Оно находит свое проявление в общественной жизни.

Согласно А. Хоннету, на данном уровне формируются социальные основы самоуважения, которые придают индивиду ощущение своей ценности

³³Honneth, A. The Critique of Power: Reflective Stages in a Critical Social Theory / A. Honneth. – Cambridge, Massachusetts, London, England : MIT Press, 1991. – 372 p.

³⁴ Хоннет, А. Борьба за признание: нравственная грамматика социальных конфликтов / А. Хоннет ; пер. Дж. Андерсон. – Кембридж: Полити Пресс, [1986] 1995.

и общественной значимости. Третий уровень, по Хоннету, – это уровень «самопризнания», который формируется в символических структурах и институтах культуры. Примером является то общество, в жизни которого может участвовать индивид и разделять его культурные ценности. Таким образом, культурное самопонимание общества обеспечивает критерии для «самопризнания». Именно на этом уровне «социального и культурного признания» А. Хоннет видит суть развития современного общества. Однако если общество не предоставляет возможностей развития самопризнания, которое происходит через культуру и культурные институты, то такое общество не современно. Важно отметить, что А. Хоннет развивает теорию Т. Адорно и Г. Маркузе, но предлагает относиться к культурной индустрии не столь негативно. Прежде всего, не воспринимается новая роль потребителя культурных услуг.

В работе Т. Адорно политическое и экономическое воспроизводство обеспечивается государственным капитализмом. Экономика и политика централизованы в бюрократических государственных институтах, которые обеспечивают их координацию; всё социальное подчинено этим учреждениям. В связи с этим политическим и экономическим воспроизводством индустрии культуры практикуют то, что А. Хоннет называет «административные манипуляции». Такая манипуляция якобы позволяет отрасли полностью контролировать сознание своих потребителей.

А. Хоннет отмечает, что мрачный взгляд Т. Адорно на индустрию культуры обусловлен тем, что данный сегмент «может контролировать индивидуальное сознание на уровне мотивации» и, как следствие, влиять на психологическую конституцию людей в индустриальных обществах. Соответственно, психическая интеграция возможна и в капиталистических обществах. А. Хоннет утверждает, что Т. Адорно рассматривает индивидов как субъектов, оторванных от интериоризации³⁵.

³⁵ Ковалев, Г. А. Общение и проблема интериоризации / Г. А. Ковалев, Л. А. Радзиховский // Вопросы психологии : журнал. – 1985. – № 1. – С. 110–120.

Психологическая наука выработала свою трактовку этого вышеозвученного понятия. Так, интериоризация представляет собой процесс, в ходе которого создается психика индивида в разрезе всех ее элементов в виде единого целого. При этом человек пытается настроить восприятие реальности, которая его окружает, получить опыт, тем самым развиваясь и не имея экономической свободы. В определенный момент времени происходило становление государственного капитализма. Независимость создавалась в процессе перехода к развитию свободного человека. Запреты превратились из субъективных в объективные и создали общественную совесть³⁶.

Индустрия культуры «взяла на себя в качестве суррогатной задачи процесс регулирования инстинктов». В результате этого процесса индустрия культуры перестала встречать какое-либо сопротивление и успешно интегрирует людей для достижения социального консенсуса.

Утрата отцовской власти и внутрисемейных связей происходит в результате политических ограничений и контроля человеческих задатков, а инкультурация и социализация детей осуществляются через развитие административной власти.

А. Хоннет отмечает, что взгляд Т. Адорно на культуру как объект идентификации детей в капиталистических обществах и роль индустрии культуры как «приемного родителя» с невыполнением интернализации подвержен неверной интерпретации работ З. Фрейда.

По мнению Т. Адорно, необходимо отождествлять смысл понятий «идентификация», «интернализация». Это было сделано вслед за З. Фрейдом, впервые предложившим такую точку зрения. Автор восхищался силой творческой мысли З. Фрейда, возводя его на вершину пьедестала и давая ему первенство среди когорты мыслителей, исповедовавших буржуазные радикальные взгляды. Великий философ не стремился постичь недостижимое, не противодействовал сложившимся противоречиям философской мысли, не

³⁶ Honneth, A. The Critique of Power: Reflective Stages in a Critical Social Theory / A. Honneth. – Cambridge, Massachusetts, London, England : MIT Press, 1991. – 372 p.

ставил амбициозную задачу сформировать гармоничные представления о каком-то явлении. Гармоничность для него означала самораскрытие идеи и представление ее в единстве отдельных элементов³⁷.

Человек должен расслабляться и отдыхать в процессе соприкосновения с объектами культуры. Культура способна снимать усталость с людей, уменьшать состояние стресса, который неизбежно сопровождает каждого современного человека в эпоху индустриализации. По мнению А. Хоннета, культурные индустрии оказывают значительное влияние на психологию граждан.

А. Хоннет обращает внимание на психоаналитическое понимание невроза, который появляется из-за постоянной напряженности и глубоких внутренних конфликтов. Стремления у людей трансформируются, и их удовлетворение происходит во многом благодаря использованию товаров и изображений, которые навязывает индустрия культуры и тоталитарные политические структуры. Жизненно важные двигатели и эмоции становятся настолько подавленными, что их сопротивляющая сила максимально удаляется из сознания человека. Это приводит к появлениям так называемой «авторитарной личности»³⁸.

В заключение подчеркнем, что А. Хоннет предлагает взглянуть на «культурные индустрии» по-новому и с противоположной точки зрения. Автор считает, что данный феномен способен оказать достаточно сильное влияние на психологическое состояние личности, в том числе ее социализацию и успешную инкультурацию.

Далее мы рассмотрим развитие и основные параметры исследования культурных индустрий в современной культурологии.

³⁷ Адорно, Т. Исследование авторитарной личности / Т. Адорно ; под общ. ред. д. филос. н. В. П. Култыгина. – Москва : Серебряные нити, 2001. – 416 с.

³⁸ Honneth, A. Recognition and Power Axel Honneth and the Tradition of Critical Social Theory / A. Honneth. – New York : Cambridge University Press, 2007. – 256 p.

1.2. Переосмысление концепта «культурные индустрии» в трудах современных авторов

Значительное место в изучение темы «культурных индустрий» занимают работы Дэвида Хезмондалша³⁹, который проводил исследования данного феномена в английском университете Лидса. В 2010–2013 годах Д. Хезмондалш занимал должность руководителя Института коммуникационных исследований. Сегодня он директор Центра исследования медиаиндустрии. Он назначен внешним экспертом Департамента средств массовой информации и коммуникаций при Лондонской школе экономики и политических наук. На научные интересы Д. Хезмондалша оказали влияние работы Раймонда Уильямса и Пьера Бурдьё, британских культурологов Арнольда Тойнби, Уильяма Томпсона, Стюарда Холла.

Авторству Д. Хезмондалша принадлежит наиболее полная и детализированная истории становления и развития культурных индустрий. На примере анализа его работ мы рассмотрим в данном параграфе историю культурной индустрии, ее взаимодействие с сектором экономики, основные особенности и перспективы развития.

Во многих странах Европы индустрии культуры постепенно занимают центральное место в экономике. Компании, функционирующие в сфере культуры, заняли настолько экономически прочные позиции, что перестали считаться вторичными. «Креативные индустрии» сегодня генерируют определенные культурные знаки, которые быстро начинают применяться в социуме. Кроме этого, продуктом индустрии выступают индивидуальные объекты из частных коллекций состоятельных людей, дизайнерские вещи, эксклюзивные украшения, предметы дорогой одежды и т. д. В области культурных индустрий присутствуют разные элементы. Они относятся к политической, технической, образовательной, информационной отрасли.

³⁹ Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнareвой. – Москва : Высшая Школа Экономики, 2014.

В нормативно-правовых документах креативные индустрии подразделяются на следующие категории:

- «маркетинговая деятельность, стимулирующая сбыт готовой продукции;
- рекламная работа;
- сфера кинопроизводства;
- сфера создания телевизионного продукта;
- архитектура;
- дизайн объектов;
- ремесленная сфера;
- искусство фотографии;
- видеообъекты;
- радиопередачи;
- объекты информационных технологий;
- предоставление телекоммуникационных и информационных услуг;
- библиотечная сфера;
- издательское дело;
- деятельность музеев, галерей и выставочных залов;
- изобразительное искусство;
- исполнительство»⁴⁰.

В сфере культуры функционируют абсолютно разные по масштабу предприятия: от крупных корпораций до самых маленьких и частных музеев. Глобальные корпорации, как правило, созданы в сфере издательской деятельности, телевидения и радиовещания, киноиндустрии, звукозаписи и концертной деятельности. Все эти структуры взаимопроникают друг в друга, образуя междисциплинарную культурную индустрию.

Установлена значительная конкуренция между предприятиями, функционирующими в сфере предоставления культурного продукта. Однако

⁴⁰ Geddes, D. Creative Industries in Historic Buildings and Environments / D. Geddes // London : Colliers International Property Consultants Limited, 2018. – [Electronic resource]. – URL: <https://historicengland.org.uk/content/docs/research/creative-industries-summary-report> (date of access: 20.02.2023).

связь между ними также прослеживается, и она довольно тесная. Сложились и эффективно действуют культурные альянсы, главная цель их деятельности заключается в производстве определенного культурного продукта. Многие организации культурной сферы объединили свои усилия в виде партнерств. Существуют также совместные предприятия, производящие культурный продукт.

Коммуникации и новые технологии стимулируют активное развитие культурной сферы. Особенно заметно влияние Интернета. Аудитория демонстрирует разные взгляды на предлагаемый культурный продукт, обращающийся в рамках этой индустрии. Эта сфера определяет вектор развития муниципальной и государственной социальной политики. Многие видят в ней инструмент и драйвер развития экономики страны. Многие города соревнуются за звание лучшей локации для предоставления культурных услуг.

Д. Хезмондалш пришел к выводу, что в 1960-х годах имела место взаимосвязь между такими сферами жизни человека как предпринимательство, культура. Глобальные корпорации содействуют в рамках социально ответственного поведения развитию кино, финансируют телевизионные проекты, студии звукозаписи. Отмечается тесное сотрудничество государства и бизнеса, частно-государственное партнерство во многих отраслях культурной индустрии. Общество, культура, предпринимательство предстают как мощный конгломерат, действующий в интересах друг друга.

Люди восстали против культурных ограничений и возжелали пользоваться всеми услугами, предлагаемыми отраслью. Понятие «культурная индустрия» выступило той категорией, которая помогла людям получать на свободной основе независимый культурный продукт.

Его подхватили французские социологи из Международного центра научных исследований (Centre International de Recherche Scientifique), а также активисты и политические деятели (правительство Маргарет Тэтчер, ООН, ЮНЕСКО) и он превратился в термин «креативные индустрии» / «культурные

индустрии». 2021 год, согласно решению ООН, обозначен годом креативной экономики в глобальном масштабе. В приоритете в тот год было поведение, основанное на знаниях, которые способны влиять на достижение стабильности. Базис новой формирующейся системы должны составлять современные технологии, креативные идеи и творчество, разнообразные культурные ценности, историческое наследие и оригинальные формы мировосприятия.

Одним из ключевых направлений креативной экономики являются культурные индустрии.

Д. Хезмондалш отметил, что термин «культурная индустрия» используется во множественном числе. Почему так происходит, ведь еще Т. Адорно и М. Хоркхаймер использовали эту категорию в единственном числе? Автор видит причины такой ситуации в том, что понятие предстало в виде унификатора, в логическом смысле соединяющего формы производства культурного продукта, которые действуют в рамках одного поля. Социологи стремились представить комплексный характер культурных индустрий. Их задача была сложной и заключалась в установлении логики функционирования культурного производства. Следует отметить, что процесс создания телевизионного и радиопродукта различен и имеет свои особенности, несмотря на близость к ним отрасли прессы, издательской сферы, звукозаписи и пр. Этим объясняется необходимость и целесообразность введения в обращение понятия «культурные индустрии», используемого именно во множественном числе.

Дэвид Хезмондалш отмечает, что место и значение коммерческого культурного производства менялось в экономике и обществе на протяжении последних 50 лет. Необходимо изучать историю культурного производства, это даст возможность понять тенденции развития сферы. Также важно проследить особенности преемственности в этой области. Хезмондалш отмечал, что это изучение началось со взглядов, представленных

Р. Уильямсом⁴¹. Он привел размышления к исходному отсчету исторических событий, сопровождавших развитие отрасли, которые наложили значительный отпечаток на суть культурного производства. Автор предлагает понятие «культура» рассматривать в трех измерениях.

В своей книге «Культура» Р. Уильямс отмечает, что культурное производство изменялось согласно сфере социальных отношений между создателями символов и существующим в те времена обществом и сообществом. Ранее термин «культура» воспринимали как нечто, что означает уровень воспитания. В XVIII веке ученые констатируют близость понятия к категории «цивилизация», которая развивается в духовном и интеллектуальном аспектах. Культура созвучна эпохе Просвещения, в которую личность стала на путь прогрессивного развития. В XX веке культура стала развиваться.

Далее началось ускорение этой сферы, которой свойственна динамичность и слаженность протекающих процессов, принимая новые облики и играя разные роли. Культурное производство выступило в инновационном и экономическом смыслах, обретая важное значение для развития общества.

Д. Хезмондалш акцентировал внимание на бурных изменениях, свойственных сфере культурных индустрий в последние тридцать лет. Необходимо выбрать исходную точку, которую взять за основу, анализируя тенденции развития культурной индустрии. Так, это может быть период, в который в экономике был спад. Исследователи предлагают в качестве такой исходной точки брать период 60-х годов.

М. Кастельс⁴² и Д. Харвей⁴³ предприняли попытку продемонстрировать предоставление ответа на последствия кризиса, разыгравшегося в экономике и затронувшего ведущие компании мира. Так, корпорации создавали новый

⁴¹ Williams, R. The politics of modernism / R. Williams. – London : Verso, 1989. – P. 38–56.

⁴² Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

⁴³ Harvey, D. The Condition of Postmodernity / D. Harvey. – Oxford : Blackwell, 1989.

рынок труда, открывая вакансии, тем самым сокращая безработицу и стимулируя социальную стабильность.

Д. Хезмондалш отметил, что «изменения в обществе и экономике происходят, в том числе, и за счет введения новых культурных веяний»⁴⁴. Таким образом писатель подчеркнул, как важно рассматривать развитие культурных индустрий именно с точки зрения преемственности. Значение культурных индустрий очень велико именно из-за того, что они являются драйвером развития экономических систем и обеспечивают стабильный спрос на трудовые ресурсы, поддерживая таким образом рынок труда. Роль их достаточно велика, но ее невозможно измерить в конкретных количественных показателях. Многие ученые в своих исследованиях подтвердили, что в развитии любого государства культурное производство играет далеко не последнюю роль. Но эта роль возрастает пока не в крупных масштабах.

Следует отметить такое качество культурных индустрий, как действенность. Это проявляется в стимулировании рынка труда через постоянное создание новых рабочих мест. Тем самым формируются современные ценности, роль которых достаточно велика для развития государства и социума в целом. В этом заключается тесное взаимодействие экономики, общества и культуры.

В последние 30 лет развивались теории перехода, которые начали и продолжили дискуссии по тематике развития культурных индустрий. В контексте теорий перехода следует отметить такие основные направления:

- теория демократического перехода, которую развивали Г. Алмонд, С. Верб, Дж. Коулмен⁴⁵;
- теория демографического перехода, значительный вклад в развитие которой осуществил Ноутстейн Фрэнк Уоллас⁴⁶;

⁴⁴ Хезмондалш, Д. Культурные индустрии. – С. 78.

⁴⁵ Цыганков, А. П. Современные политические режимы: структура, типология, динамика / А. П. Цыганков. – Москва : Интерпракс, 1995. – 296 с.

⁴⁶ Notestein, F. W. The Future Population of Europe and the Soviet Union: Population Projections, 1940–1970 / F. W. Notestein, I. B. Taeube, D. Kirk, A. J. Coale, L. K. Kiser. – Geneva : League of Nations, 1944.

– в свою очередь многое сделал для развития теории перехода к рынку исследователь этого процесса С. П. Аукуционек⁴⁷.

А. Прэтт и Ч. Лэндри⁴⁸, Д. Хезмондхалш⁴⁹ осуществили значительный вклад в развитие теории культурных индустрий. Авторы сошлись во мнении, что импульс активному развитию этой сфере был придан в 80-х годах, что привело к следующему:

– культурные индустрии развивались, осуществляя ответ на запросы, поступающие из экономики. Компании, которые ведут креативную деятельность, уже не имеют вторичное значение в современной экономической системе. Некоторые из этих компаний в настоящее время имеют огромное влияние и являются одними из самых обсуждаемых на планете;

– культурные индустрии начали ориентироваться не на какую-то одну конкретную сферу деятельности, а распространяют свое влияние одновременно на несколько культурных отраслей, формируя крупные культурные объединения, которые вошли в конкуренцию друг с другом, но при этом установили и деловые связи, позволяющие двигаться вперед и развиваться. В партнерские альянсы и отношения вступили многие компании;

– способы получения зрителями доступа к содержимому также с каждым годом увеличиваются. Происходит оцифровка информации, а благодаря интернету, мобильной связи и мобильным приложениям, эта информация становится всё более доступной, таким образом, сделав мелкосерийное производство проще для миллионов людей. Например, Microsoft, Google, Apple и Amazon любую информацию превращают в приложения. Таким образом, они сместили на второй план ведущие телеканалы, программы и новостные обозреватели;

⁴⁷ Аукуционек, С. П. Теория перехода к рынку / С. П. Аукуционек. – Москва : SvR-Аргус, 1995. – 104 с.

⁴⁸ Landry, Ch. The Creative City / Ch. Landry, F. Bianchini. – London : Demos, 1995.

⁴⁹ Hesmondhalgh, D. Cultural industries and cultural policy / D. Hesmondhalgh, A. C. Pratt // International Journal of Cultural Policy. – 15 Aug 2006. – 19 p. [Electronic resource]. – URL: <http://www.tandfonline.com/loi/gcul20> (date of access: 20.02.2015).

– продукт культурного производства вышел далеко за пределы места выпуска. Звуки, иные произведения культуры и искусства благодаря современным средствам связи представлены вниманию людей во всем мире. Созданы культурные гибриды. Таким примером может послужить мобильное приложение «Аудиогид по Эрмитажу», в котором представлена коллекция данного музея в электронном формате, сопровождаемая экскурсией на разных языках. Эта информация доступна всем владельцам смартфонов;

– продукт предоставляется в современном измерении. Оценка целевой аудитории, его потребляющей, играет важную роль. Средства продвижения способствуют выходу продукта за пределы локации его создания;

– политика в государствах приняла новые черты и осуществляется в принципиально иных измерениях. Собственность уже перестала принадлежать обществу, таких отношений более не существовало. На глобальном уровне принимаются решения, имеющие важное политическое решение. Индустрия культуры развивается в муниципальном и государственном измерениях и способствует развитию экономической системы;

– вкусы граждан значительно изменились под действием моды, которое было существенным в последние годы. В культурных индустриях царят свои законы, по которым продвигаются тексты;

– произошли преобразование и сложная трансформация культурных текстов. Создается новый продукт, который востребован и нескольких жанровых проявлениях. Виды культурной деятельности разнообразны. В культуре больше нет авторитетов, так всё быстро меняется.

Хотя данные изменения действительно представляют эпохальные сдвиги в развитии культурных индустрий, тем не менее, наряду с ними, сохраняется некая преемственность.

Любям интересно телевидение, и оно изменяется на их глазах ежедневно. Устав от будней, человек стремится отдохнуть и забыться около телевизора, выбирая подходящие развлекательные передачи. Продвижение

отмечается «звездное» за счет использования известных лиц. Современные культурные традиции характеризуются преемственностью. Динамика изменений различна. Отмечается связь культурных индустрий между собой, которые не только соревнуются, но и влияют друг на друга. Ресурсы представляют предмет их конкурентных отношений. Они встречаются с такими ограничениями в их деятельности:

- нестабильность доходов потребителей;
- незначительность доходов, поступающих от продвижения культурного продукта;
- выделение несущественного времени на потребление культурного продукта;
- сложности в привлечении квалифицированных специалистов, готовых к созданию креативного культурного продукта.

Компании, функционирующие в культурной сфере, используют одни и те же ресурсы, поэтому борясь за их получение, вступают в отношения конкуренции. Культурные индустрии – это особенное производство символов и артефактов, все элементы которого взаимосвязаны между собой. Имеет место взаимозависимость всех участников культурного рынка. Они функционируют в сфере создания, лицензирования и продвижения продукта.

В 1980-х годах культурные индустрии вышли на эту новую траекторию развития. Этот период характеризуется созданием альянсов компаний, производящих культурный продукт, занимающихся отдельными операциями в сфере телекоммуникаций.

Дэвид Хезмондалш в работе «Производство медиа развлечений»⁵⁰ также отмечает, что одним из важных элементов развития культурных индустрий являются творческие работники. Именно они выступают ключевым элементом успешной работы индустрии. Предпринимательская деятельность принесет отдачу, если субъект использует весь арсенал знаний технического

⁵⁰ Hesmondhalgh, D. Production Media Entertainment / D. Hesmondhalgh // Curran, J., Gurevitch, M. (eds.). Mass media and society. – London : Hodder Arnold, 2005. – P. 25.

характера. Эти знания – основной элемент конкурентных преимуществ современной организации.

Для культурных индустрий ключевым преимуществом является сочетание знаний и творчества. Творческая деятельность – это залог эффективности в современных условиях хозяйствования, основанная на знаниях и компетентности. Она дает возможность значительно преуспеть на международной арене и занять свое место на рынке, стать лидером. Компании, ведущие деятельность в сфере культуры, работают, сочетая и знания, и креативное начало, нарабатывая незаменимый ценный опыт, являющийся примером для многих. Естественно, это не какой-то готовый арсенал рецептов, средств достижения успеха, подходящих для любой сферы предпринимательства. Культурные индустрии, тем не менее, во многом становятся драйверами и основателями новых тенденций развития бизнеса, к которым стоит прислушаться.

Таким образом, опираясь на работы, прежде всего Д. Хезмондалша, а также ряда британских культурологов, рассматривающих развитие культурных индустрий, можно сделать следующие выводы.

Культурные индустрии приняли положительные коннотации с развитием информационного общества. На протяжении последних 50 лет культурное производство постепенно изменялось под сильным влиянием коммерческой и экономической стороны, само пропитавшись экономикой и коммерцией. Сохраняя и развивая художественные ценности, используя эстетические механизмы, культурные индустрии имеют дело с рыночной экономикой. Экономика и культурные индустрии сблизились. Д. Хезмондалш отмечает, что в них появляются отличительные черты. Во-первых, это рискованный бизнес, т. к. тенденции в сфере культурного производства быстро меняются. Далее, творчество восстает против коммерческой сферы. Следует отметить незначительность затрат, направляемых на воспроизводство. Вместе с тем расходы, связанные с непосредственно производственной деятельностью, существенны.

Из чего следует, что авторам культурных текстов необходимо создавать некий дефицит и повышать стоимость товара за счет его оригинальности.

Исследователи, работавшие в рамках Франкфуртской школы, установили такие типы факторов, которые обусловили траекторию развития культурных индустрий на всех этапах их развития. Эту точку зрения разделил и Д. Хезмондалш. Факторы объединены в такие группы:

- изменения, обусловившие тенденции развития политики и экономики;
- изменения, которые стали причиной перехода предпринимательских стратегий в новые формы и виды. В организациях по всему миру осуществлялись перспективные инновации. В индустрии услуг осуществлялся оборот значительного объема инвестиций.

- в обществе имели место соответствующие изменения, которые обусловили цели развития личности;

- изменения, произошедшие в телекоммуникационной сфере.

Следующим важным этапом в развитии темы культурных индустрий в рамках британских культурологических исследований стала работа британского обществоведа Николаса Гернхема. Однако, прежде чем обратиться непосредственно к его теоретическим разработкам, необходимо прояснить исторический контекст между политикой и искусством.

Исторически в рамках философской традиции, начиная с Платона⁵¹, Аристотеля⁵² и И. Канта⁵³ существовало четкое разделение между сферами политики и искусства. Начиная с эпохи Возрождения, искусство существовало за счет меценатства, и всегда была актуальна оппозиция искусства и коммерческой деятельности.

В конце XX века данная оппозиция приобретает иной характер. Связь между политикой, СМИ наличествует, как явственно видно из оценок, предоставленных экспертами. Исследователи заинтересовались свободой

⁵¹ Платон. Собрание сочинений / Платон. – В 4 т. – Москва : Мысль, 1990–1995.

⁵² Аристотель. Поэтика / пер. М. Л. Гаспарова. – Аристотель. Сочинения : в 4-х т. – Москва : Мысль, 1983. – Т. 4. – 830 с. – (Философское наследие Т. 90).

⁵³ Кант, И. Критика способности суждения / И. Кант // Собрание сочинений в 6 томах. – Москва : Мысль, 1966. – Т. 5. – 546 с.

печати и предоставления разных мнений. Остро стояла проблема защиты национальной сферы кино. Государственная служба вещания испытывала серьезные проблемы.

Был проведен анализ работы предприятий отрасли, функционирующих в условиях рынка. Были исследованы случаи, при которых государственное регулирование не принесло ощутимых результатов, а рыночное равновесие было по каким-то причинам нарушено.

Именно Н. Гернхем обозначает вопрос трактовки установленных отношений между коммерцией и искусством, искусством и культурной индустрией, что мы раскроем во второй главе более подробно. Обращаясь к данному автору, мы взяли в качестве анализа работу «От культурных до креативных индустрий»⁵⁴. Работа Н. Гернхема представляет собой пример того, как мы можем понять использование и политические последствия термина «культурные», и он вводит понятие «творческие индустрии», в более широком контексте политики.

Н. Гернхем полностью отождествляет такие дефиниции, как «культурная индустрия» и «творческая индустрия». В своем исследовании он предпринимает попытку проанализировать взаимодействие понятия «креативные индустрии» с остальными схожими терминами. «Креативные индустрии» он рассматривает с точки зрения интеллектуальной собственности и авторского права. Особое внимание он уделяет возникновению и трансформации понятия «информационная индустрия», оказывающего значительное влияние на творческую индустрию. Все эти дефиниции он прослеживает в историческо-хронологическом ключе, учитывая, что данные понятия находятся в сильной зависимости от политики.

Н. Гернхем обозначает вопрос о необходимости государства оказывать непосредственное влияние на культуру. Также необходимо проследить

⁵⁴ Garnham, N. From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industry" / N. Garnham // International Journal for Cultural Policy. – 2005. – No. 1(2). – P. 62–71.

траекторию развития искусства и политики и понять, в какой точке они сходятся.

В работе Н. Гернхема творческая индустрия рассматривается на примере государственной политики Великобритании, где с 80-х годов XX века культура начала стремительно развиваться по типу индустрии. Но этот переход на рельсы экономики дался сфере культуры нелегко. Отрасли культуры подверглись серьезным трансформациям, о чем писали политологи и философы. На мировой уровне заинтересовались развитием культурных индустрий, что привело к тому, что данный вопрос был вынесен на всеобщее обозрение. По установлению ЮНЕСКО «важным стало упоминание о культуре в ее экономическом контексте. Культурная индустрия стала рассматриваться с промышленной точки зрения»⁵⁵.

Постепенно национальная политика сама попала под сильное влияние индустрии культуры. Это стало возможным благодаря конкретному политическому контексту, связанному с периодом работы Маргарет Тэтчер и ее команды, когда начиная с 80-х годов прошлого столетия произошел целый ряд значимых политических событий⁵⁶. В самом понятии «индустрия» уже заложено, что культура воспринимается не более, чем товар, имеющий непосредственное отношение к экономике. Как известно, Т. Адорно и М. Хоркхаймер впервые ввели термин в оборот. Они сделали это в силу необходимости критики массовой культуры и с желанием выделить ту парадоксальную связь между культурой и индустриальной промышленностью. Хосе Ортега-и-Гассета рассматривал проблему массовой культуры в контексте отношений между идеологией и капитализмом, а также с точки зрения элиты и массы⁵⁷. С одной стороны, коммерциализация культуры рассматривалась как опошление искусства, а с другой стороны, как

⁵⁵ Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии // Организация объединенных наций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml (дата обращения: 12.06.2015).

⁵⁶ Garnham, N. From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industry" / N. Garnham // International Journal for Cultural Policy. – 2005. – No. 1(2). – P. 62–71.

⁵⁷ Ортега-и-Гассет, Х. Дегуманизация искусства / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : АСТ, 2008. – С. 52.

идеологическое манипулирование. Мы уже отмечали в предыдущем параграфе, что Т. Адорно и М. Хоркхаймер в своей работе «Диалектика Просвещения» показали, что проблема коммодификации и отчуждения искусства стала важнейшей во второй половине XX столетия.

Н. Гернхем отмечает, что первый академический подход к изучению «индустрии культуры» в рамках политического дискурса возник в конце 1960-х в критике ситуационизма «Общество спектакля»⁵⁸. Ситуационисты считали, что современное общество пронизано отношениями с капиталистическим оттенком. В этом состоянии нарабатывается каждодневный и в том числе культурный опыт.

Ситуационизм – это распространенное для того период времени течение, развивающегося в виде составного направления западного марксизма. Капитализм в современном его проявлении созрел в потребительском обществе. Суть такого общества находится в противоречии с производством, выступающем определителем человеческой деятельности.

Ведущими представителями течения ситуационизма выступили Асгер Йорн, Ги Дебор, Рауль Ванейгем, Кен Нэбб. Они заключили, что капиталистическое общество в итоге приходит к тому, что во взаимодействие вступают блага, данные, образы, представления, поглощаемые капиталом. Культурный код облачают в форму товара. Досуг означает для человека смену вида деятельности. По крайней мере, так было раньше. В эпоху развитых культурных индустрий вид досуга изменился. Человека принуждают покупать бренды, лицезреть по телевидению, как сильные мира сего наслаждаются своим материальным состоянием. Капиталисты получают двойной прибавочный продукт, генерируемый не только в сфере производства, но и в сфере культурных индустрий. Человек в свободное от работы время становится потребителем товара, который превращается маркетологами в фетиш. Ги Дебор писал о том, что реальность нам представляют в псевдовиде,

⁵⁸ Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. – Москва : Логос, 1999. – 224 с.

который предлагают покупать, созерцать. Это мир кичливости и неправды, образов, которые ничего общего не имеют с реальностью, уводят обывателя от истины. В мире разворачивается спектакль, который не сопоставим с жизнью и является сплошным обманом⁵⁹.

Н. Гернхем подчеркнул, что креативные индустрии неотделимы от экономики, привлекая к своему развитию и сферу политики, что объясняется следующим:

- продвижение и дизайн становятся предпосылками создания добавленной стоимости отрасли;
- в отраслях заняты творческие работники с высокой квалификацией⁶⁰.

Бизнес-стратегии стали направлены на производство и распространение рекламы, которая в свою очередь послужила мощным стимулом развития непосредственно креативных индустрий.

Рассматривая культуру с политической и экономической сторон, исследователи отмечают «преобладающий частный сектор рынка, что в свою очередь концептуализирует культуру как производство и обмен символическим значением, то есть материальный процесс производства и обмена, который определяется широкими экономическими процессами общества»⁶¹. «Индустрии культуры» относятся к тем отраслям в нашем обществе, которые используют характерные способы построения производства и распространение символов в виде культурных знаков и услуг, как правило, в качестве товаров. К ним, по мнению ученых, относятся «газеты, журналы и книжные издательства, звукозаписывающие компании, музыкальные фирмы и так далее. Во всех этих культурных процессах можно найти использование капиталоемких, технологических средств массового производства или распространения, высокоразвитое разделение труда и

⁵⁹ Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор. – Москва : Логос, 1999. – С. 112.

⁶⁰ Инновационное развитие экономики России: междисциплинарное взаимодействие: Седьмая международная научная конференция; Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет; 16–18 апреля 2014 : сборник статей. – Москва : Экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. – 680 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://e.lanbook.com/book/73117> (дата обращения: 15.10.2016).

⁶¹ Garnham, N. From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industry" / N. Garnham // International Journal for Cultural Policy. – 2005. – No. 1(2). – P. 64.

иерархические режимы управленческой организации»⁶². Для большинства людей культурное потребление ограничивается так называемым свободным временем. Если мы предполагаем, что рабочая неделя (включая транспортные расходы) 45 часов, плюс время ожидания 48 часов в неделю, то у нас остается 75 часов в неделю, в которые включены все другие виды деятельности. В среднем люди тратят 20 часов в неделю на просмотр телевизора. Дело в том, что потребление отнимает много времени, поэтому наиболее популярной формой культуры становится повествование и его музыкальный эквивалент, основанные на манипуляции самого времени. Мы можем слушать музыку и передвигаться в пространстве, совмещая таким образом потребление культурных продуктов, не отводя этому отдельное время в своем графике. Таким образом, эта нехватка времени объясняет:

- острую конкуренцию за аудиторию в культурном секторе;
- тенденцию концентрировать культурное потребление в домашних условиях, тем самым вырезая время на транспортные перемещения;
- и показывает резкое увеличение удельных затрат на каждую минуту времени потребления⁶³.

Различные отрасли культуры конкурируют на одном рынке труда. В своей работе режиссеры, писатели и музыканты переходят от театров к фильмам, а затем к телевидению. Однако в основе культурного товара лежит противоречие. Потребителей привлекает «новинки», поэтому индустрии культуры необходимо создавать новые продукты, которые все в некотором смысле прототипы. Это стремление к новизне в культурной продукции означает, что в целом стоимость воспроизводства является маргинальной по отношению к себестоимости продукции. То есть предельные доходы от каждой дополнительной продажи имеют тенденцию к росту, что приводит в свою очередь к тяге максимизации аудитории в качестве предпочтительной стратегии прибыли. С другой стороны, культурный товар не разрушается в

⁶² Garnham, N. From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industry" / N. Garnham // International Journal for Cultural Policy. – 2005. – No. 1(2). – P. 65.

⁶³ Ibid. – P. 68–71.

процессе потребления. Например, возможность прочитать книгу или посмотреть фильм не делает товар менее доступным. Кроме того, теперь культурные продукты могут быть легко воспроизведены повторно и дешево⁶⁴. Спрос на какой-либо товар в сфере культуры невозможно предсказать. Например, в индустрии звукозаписи только 1 из 9 песен приносит прибыль, и 3 % выхода может составлять до 50 % от оборота. Если взять киноиндустрию, 10 из 119 фильмов на британском рынке получили 32 % от кассовых сборов, 40 из которых имели 80 % прибыли⁶⁵.

Стремление к увеличению аудитории, необходимость создания дефицита путем контроля доступа – всё это приводит к концентрации власти и прибыли, что в свою очередь сводится к вопросу о том, как происходит распределение культурных продуктов, а не к самой культурной продукции.

Н. Гернхем сформулировал условия, способствующие эффективной конкуренции в производстве продуктов культурной среды. Он упоминает способ вертикальной интеграции. В свою очередь важность имеют реклама, продвижение, маркетинговая деятельность. От них зависит, насколько много товаров можно продать. Аспекты защиты авторского права играют важную роль при этом. Авторское право дает основания распространять свой продукт свободно, не боясь, что его могут нарушить, скопировать незаконно текст и распространить его от своего имени, забрав часть прибыли. Создаются условия, при которых средства производства защищены и доступ к ним ограничен. Это позволяет защитить культурный продукт от несанкционированного копирования и потери прибыли.

Другими словами, доступ к распределению является ключом к культурному плюрализму. В этом аспекте Н. Гернхем предлагает признать важность того, что он называет «редакционная функция». Функция не только создания культурного репертуара, отлаженного для данной аудитории, но и

⁶⁴ Garnham, N. Afterword: The cultural commodity and cultural policy, in *The UK Cultural Sector* / N. Garnham ; Ed. S. Selwood. – Policy Studies Institute, London, 2000. – P. 57–58.

⁶⁵ Ibid. – P. 58.

согласование экономической стоимости продукта. Эти функции могут быть заполнены кем-то или некоторыми учреждениями такими, как издательства.

Именно анализ этой функции был проигнорирован многими культурными аналитиками, а творческая функция была определена приоритетом. Принимая во внимание все эти различные факторы, теперь мы можем понять, почему наши доминирующие культурные процессы и их способы организации работают так. То есть доминирование телевизионного вещания связано с его огромной эффективностью в качестве распределительной среды и связанными с этим экономическими масштабами⁶⁶.

В своих работах Н. Гернхем особо подчеркивает, что «использование и возникновение термина «культурные индустрии» отсылает к изменениям в обществе, а именно к особенностям становления и развития информационного общества»⁶⁷.

Подвергается оценке сфера культуры. Важно проанализировать, в каком состоянии находится взаимодействие между властями и креативщиками. В СМИ дают презентацию культурного продукта и провозглашают основные направления реализации культурной политики. Автор критикует предположение о том, что информационное общество является тем инструментом, который развивает политическую сферу. Общество такого вида функционирует в единстве различных тенденций, явлений.

Д. Белл⁶⁸, М. Кастельс⁶⁹, В. З. Коган⁷⁰ и М. В. Заковоротная⁷¹ с теоретических позиций описывали особенности, присущие информационному

⁶⁶ Garnham, N. *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information* // N. Garnham. – London : SAGE Publications, 1990. – P. 58–59.

⁶⁷ Garnham, N. *From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industry"* / N. Garnham // *International Journal for Cultural Policy*. – 2005. – No. 1(2). – P. 62–71.

⁶⁸ Белл, Д. *Грядущее постиндустриальное общество : Опыт социального прогнозирования* / Д. Белл. – Москва : Academia, 1999. – 783 с.

⁶⁹ Кастельс, М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура* / М. Кастельс. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

⁷⁰ Коган, В. З. *Теория информационного взаимодействия: философско-социологические очерки* / В. З. Коган. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. унта, 1991. – 316 с.

⁷¹ Заковоротная, М. В. *Становление информационного общества: история и изменение образовательных перспектив* / М. В. Заковоротная. – Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2013. – 144 с.

обществу. Авторы пришли к выводу, что культурное производство в условиях капитализма достигло эффективности, и важность приобрели категории «данные», «знания». В них закреплены аспекты с экономическим смыслом и формы действующей идеологии. Вследствие этого отличаются результаты оценок роли культуры и СМИ в обществе и государстве. Значение работы креативщиков оценивается с разных позиций.

Н. Гернхем отдает дань значительной роли и важности данных и экономики знаний. Автор считает, что они положили начало внедрению капитализма. Он сравнивает эту важность с тем, что принесла промышленная революция для общества. Говорится о культурных и социальных изменениях, произошедших в связи с этим.

Культурные индустрии развиваются активно, чему способствует переход к новому мышлению.

Необходимо проследить связь известных теоретических концепций и состояния культурных индустрий. С позиции теории постиндустриализма интересна точка зрения, выработанная Д. Беллом⁷². Автор установил предпосылки развития капитализма в мире и пришел к мысли, что первопричиной выступил человеческий капитал. Именно знания, а не простые финансы положили начало новой капиталистической эпохе.

В связи с этим взаимосвязь информационного общества и «культурных индустрий» отражается именно в ядре информационной сферы – в системе, где работают те, кто превращают информацию в знания: ученые, работники образования, программисты, а также те, кто применяют воображение и эмоции, артисты, художники, работники культуры. То есть получается взаимосвязь не со всем человеческим трудом, а только со сферой культуры.

Джозеф Шумпетер осуществил значительный вклад в развитие теории информационного общества. Автор акцентировал внимание на важности инновационных волн, которые были инструментом совершения промышленной революции, произошедшей в Великобритании XVIII века.

⁷² Bell, D. The Coming of Post-Industrial Society / D. Bell. – Penguin, Harmondsworth, 1973.

Подтверждалась гипотеза о том, что повторяемость таких экономических изменений происходит каждые 50 лет. Волны продуцируют начало очередного экономического периода. В это время объем поступающих в экономику инвестиций резко возрастает, падая в определенный момент. После того как волна сменит одна другую, экономика становится всё более благоденствующей⁷³.

В течение первой инновационной волны активно развивалась текстильная отрасль. В этот период начали производить паровые двигатели, что ознаменовало собой начало нового технологического витка. Metallургические предприятия смогли сгенерировать значительный объем прибыли. Период продолжился в течение 60 лет.

Во вторую инновационную волну стали активно возводить новые современные железные дороги. Сталелитейное производство получило мощный импульс к развитию. Волна продолжилась в течение последующих пятидесяти лет.

Продолжительность третьей инновационной волны составила также 50 лет. В этот период изобретен двигатель внутреннего сгорания. Электричество стали использовать повсеместно. Продолжительность периода была меньше и составила 35 лет. Эта волна отличалась изменениями, произошедшими в химическом производстве. Аэрокосмическая область и электроника стали драйверами успешной экономики. Зададимся вполне закономерным вопросом, касающимся природы волн и причин их ускорения. В компаниях были организованы специальные креативные департаменты, сотрудники которых создавали идею современных уникальных продуктов. Исследования получили мощный импульс к внедрению благодаря развитию электронно-вычислительных систем. Причины резких скачков в экономике Й. Шумпетер видит в переходе инновационной волны в новую стадию.

⁷³ Schumpeter, J. The Theory of Economic Development / J. Schumpeter. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1934.

Сети типа «клиент-сервер» положили начало пятой инновационной волне. В этот период сеть Интернет ворвалась в жизнь общества и бизнеса. Программное обеспечение вышло на новый этап развития. Средства мультимедиа и телекоммуникаций также послужили причиной дальнейших изменений в технологическом и экономическом укладах. Волна по представлениям экспертов еще продлится не менее 25 лет. Некоторые исследователи наметили технологический скачок на 2015 год⁷⁴.

Основываясь на предположениях, высказанных Й. Шумпетером, отметим, что в основе информационного общества лежат такие принципы:

- развитие и внедрение инноваций;
- содействие развитию инновационных систем;
- конкуренция между предприятиями, реализующими инновации.

Эффективность инноваций обусловлена действиями, предпринимаемыми креативщиками и технологами данной сферы. Инновационный процесс готовит принципиально иной продукт с другими свойствами. Этот продукт имеет свойства, присущие информационным и компьютерным технологиям. В этом смысле происходит взаимодействие на партнерских принципах креатива, техники и науки.

В теории рынков и информационной экономике также развиваются культурные индустрии, и этот процесс является весьма интересным для исследования и предоставления оценок об их состоянии и перспективах развития. Согласно постулатам неоклассических теорий на рынке функционируют рациональные действующие лица. Здесь налажена система спроса и цен, которые пребывают в сбалансированном состоянии.

Кеннет Джозеф Эрроу⁷⁵ отмечал, что информация – это не безграничный ресурс, его может не хватить всем. На рынке информация распределена в дифференциальном отображении. Данные в основе содержат обзор состояния

⁷⁴ Инновационные волны Шумпетера // Синтез Бизнес Новаций (СБН) [Электронный ресурс]. – URL: <http://sbn.finance.ru/obzor/vench/vb012> (дата обращения: 15.10.2016).

⁷⁵ Arrow, K. The economics of information in the Computer Age: A Twenty-Year View / K. Arrow ; Eds M. Dertouzos & J. Moser. – MIT Press, Cambridge, MA, 1979.

рынка и поведения основных его действующих лиц. Информация имеет связь с теорией фирмы. По мере развития информационных компьютерных технологий изменяется отношение к информации и данным. Информация становится важным управленческим инструментом.

Информационная культура в определенной мере воздействует на протекание процессов в предпринимательской среде. Здесь важны такие моменты, которые стоит причислить к рангу главных:

1) информационный сектор стремительно развивается на протяжении 20 лет. Причина этой ситуации кроется в том, что информационные услуги, обращающиеся в предпринимательской среде, в виде затрат, воздействуют на продуктивность и эффективность;

2) Н. Трифт⁷⁶ установил важность понятия «культурная схема капитализма». Также он отметил, что культура подвергается чрезмерному управлению, что накладывает на нее негативный отпечаток. В определенный период стиль и направление бюрократического управления изменились. Если ранее ему был присущ некреативный оттенок, то по прошествии времени предпринимательский управленческий стиль приобрел черты более творческого и свободного. Корпоративные правила стали не жестко обязательными к исполнению. Культура выступила инструментом усиления сбалансированного состояния рыночной среды. Рынок испытывал повышенную волатильность вследствие нестабильности цен, а культура вносила некоторую сбалансированность в его развитие и тем самым осуществляла негласный контроль;

3) ученые ставили задачи, решаемые специалистами в области консультирования и юриспруденции;

4) экономика услуг стала основанием для развития нового общества.

Если ранее основу экономики составлял мощный производственный сектор, то позднее главенствующее положение заняла сфера услуг, что было

⁷⁶ Thrift, N. Capitalism's cultural turn in Culture and Economy After the Cultural Turn / N. Thrift ; Eds L. Ray, A. Sayer. – London : Sage, 1999.

свойственно капиталистической эпохе. Деиндустриализация вступила в свои права и наложила отпечаток на дальнейшее развитие общества. По мнению Н. Гернхема, появились такие острые проблемы. Оказание услуг связано с использованием и реализацией мощностей, представленных человеческим капиталом. Человек и его усилия были заменены машиной⁷⁷. Информационные и компьютерные технологии стали средством разрешения противоречий, связанных с продуктивностью, чего удалось добиться с помощью внедрения средств компьютеризации, что очень упростило работу. В этом основа информационной теории и фундамент общественной политики. В этот период на арену выходит теория «постфордизма»⁷⁸, который внес вклад в становление и развитие новой экономической системы с другим порядком.

Изучение состояния информационного общества и тенденций изменения культурных индустрий целесообразно проводить и в контексте оценки смысла технологий, предоставленного Школой технологии свободы⁷⁹. Теоретики школы отметили значительное влияние массовой культуры на течение «фордизма». В. Баумоль и В. Браун в работе⁸⁰ пришли к заключению, что имела место тенденция роста цен на товары культурного сектора. Причина такой ситуации, по их мнению, кроется в том, что издержки производства и распределения были большими. Также ими отмечено значительное влияние нововведений, произошедших в сфере информационных и компьютерных технологий.

Каналы распределения имели высокую стоимость, что определило завоевание лидерских позиций культурными секторами. На этом рынке преуспели олигополисты, не имеющие конкурентов. Также причиной царствования культурных индустрий стало то, что затраты производства характеризовались значительно высокой капиталоемкостью. Использовались

⁷⁷ Garnham, N. *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information* // N. Garnham. – London : SAGE Publications, 1990. – 224 p.

⁷⁸ Amin, A. *Post-Fordism* / A. Amin. – Blackwell, Oxford, 1994.

⁷⁹ Pool, I. *Technologies of Freedom* / I. Pool. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1990.

⁸⁰ Baumol, W. J. *Performing Arts: The Economic Dilemma* / W. J. Baumol, W. G. Brown. – Twentieth Century Fund, New York, 1966.

недорогие средства воспроизведения культурных продуктов. Их стали внедрять через цифровую печать, записи, СМИ. Пропускная способность средств имела многофункциональный характер. Этому способствовали волоконная оптика, спутники и кабели. Таким образом, следует констатировать изменение непосредственно производственной функции в культурных индустриях. Эффективность олигополий вследствие этого значительно упала. По мнению А. М. Алексеевой⁸¹, В. А. Скворцовой⁸² и Э. Брукинг⁸³, значение ИКТ сложно переоценить. С их внедрением появилось изобилие и большой выбор культурных продуктов. Предприятия осознали, что развитие конкурентных преимуществ связано с креативом и созданием оригинальных продуктов с неповторимыми потребительскими свойствами⁸⁴. На сеть Интернет и предлагаемые ею возможности возлагались большие надежды. Такие представления легли в основу конструкций культуры. Данное измерение стало причиной противоречий, возникших в сфере культуры. Идея выступила стимулом ее развития, определила весь арсенал коммуникаций этого сектора.

С другой стороны, время на расходы и сбыт было радикально сокращено, затраты на производство культурных товаров и услуг никогда не рассчитывались. Тогда это привело к проблеме нехватки продукта для заполнения сетей и удовлетворения потребителей, что вызвало неудовлетворенный спрос. Однако в условиях глобального рынка эта проблема была вскоре решена, и доля рынка перешла экспортной продукции.

В период становления культурных индустрий Великобритании и Европа имели творческое преимущество благодаря своему культурному наследию. Развитие политики в культурных индустриях идет в нескольких направлениях.

⁸¹ Алексеева, А. М. Конкурентные преимущества и их роль в рыночной экономике / А. М. Алексеева. – Москва : МАКС Пресс, 2003. – 50 с.

⁸² Скворцова, В. А. Интеллектуальный капитал: Методология исследования, концепция : монография / В. А. Скворцова. – Москва : МИЭМ: Учлитвуз, 2002. – 248 с.

⁸³ Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал: Ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер., с англ. Н. Мишакова. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 286 с.

⁸⁴ Odlyzko, A. Content is not king / A. Odlyzko // First Monday [Electronic resource]. – URL: <http://firstmonday.org/article/view/833/742> (date of access: 20.08.2016).

Прежде всего, создаются корпорации на национальном уровне, выступающие достойными конкурентами компаниям-гигантам из Японии и США. Политика вдохновила мелких креативщиков, работающих в небольших фирмах. В соответствии с действующей политикой, корпорации считались теми, кто действует по инструкции. В основе их деятельности нет творчества, и новаторство не приветствуется. Интеллектуальная собственность претерпела серьезные изменения. Право корпораций было защищено государством.

Н. Гернхем установил различия между культурной и креативной индустриями. Британские ученые следующим образом трактуют понятие «креативные индустрии»: «это такая сфера, которая связана с использованием уникальных знаний и умений. Результатом подобной деятельности является создание добавленной стоимости. Рынок труда благодаря таким индустриям остается живым и динамично развивающимся. В основе деятельности лежит интеллектуальная собственность»⁸⁵.

В состав креативных индустрий вошли самые разнообразные сектора. Здесь отдельно выделяются следующие отрасли: мода, кино, издательская деятельность, искусство и т. д. Все они предоставляют разные возможности для получения экономической отдачи. Развитие их происходит с разной динамикой и подчиняется непохожим логическим законам. В творческой сфере задействованы в основном малые и средние компании, генерирующие прибыль путем создания креативного продукта и предоставляющие услуги с такими же потребительскими свойствами. Национальные производства находятся в активном поиске выхода на международный рынок. Д. Хокинс стал первооткрывателем особенностей, определивших состояние креативной экономики. Несмотря на это, впервые термин сошел с полос журнала «Business Week». Д. Хокинс подготовил труд «Креативная экономика»⁸⁶. Этим провозглашалось, что началась постинформационная эпоха. Ресурсом теперь

⁸⁵ Creative Industries Mapping Documents 1998 // GOV.UK [Electronic resource]. – URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (date of access: 25.09.2016).

⁸⁶ Howkins, J. The Creative Economy: How People make money from ideas / J. Howkins. – New York : Allen Lane, 2001.

выступали знания и информация. Творчество – это ценность и сила такой деятельности.

Британский совет проводил исследования состояния культурных индустрий. По результатам был подготовлен доклад, в котором нашли отражение предпосылки потенциала для развития этой важной экономической сферы. В политических документах стали фигурировать утверждения о важности и роли культурных индустрий для развития этой сферы.

В докладе «Содержание нового роста промышленности»⁸⁷ указано, что эта область человеческой деятельности стремительно развивается. Делалось замечание о важности подготовки и повышения квалификации творческих работников. Интеллектуальная собственность в свою очередь получила новые средства защиты.

Культурные индустрии формируют наследие общества. Креативные индустрии в свою очередь подразумевают наличие инноваций и творческих практик и опыта. Создание интеллектуальной собственности в этой сфере позволяет сгенерировать прибыль и способствует развитию занятости⁸⁸.

Визуальное распределение культурных индустрий представила Программа ЕС и Восточного партнерства «Культура и креативность», призванная обеспечить поддержку культурных и креативных индустрий, а также усилить их развитие в Азербайджане, Армении, Беларуси, Грузии, Молдове и Украине⁸⁹. Визуально это представлено на рисунке 1.

⁸⁷ OECD Content as a Growth Industry. – Paris : OECD, 1998.

⁸⁸ Пьер Луиджи Сакко // Культурные и креативные индустрии [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lektsiya-5-kuljturnie-i-kreativnie-industrii> (дата обращения: 13.11.2022).

⁸⁹ Культурные и креативные индустрии // Программа ЕС и Восточного партнерства «Культура и креативность» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lecture-5> (дата обращения: 20.06.2022).

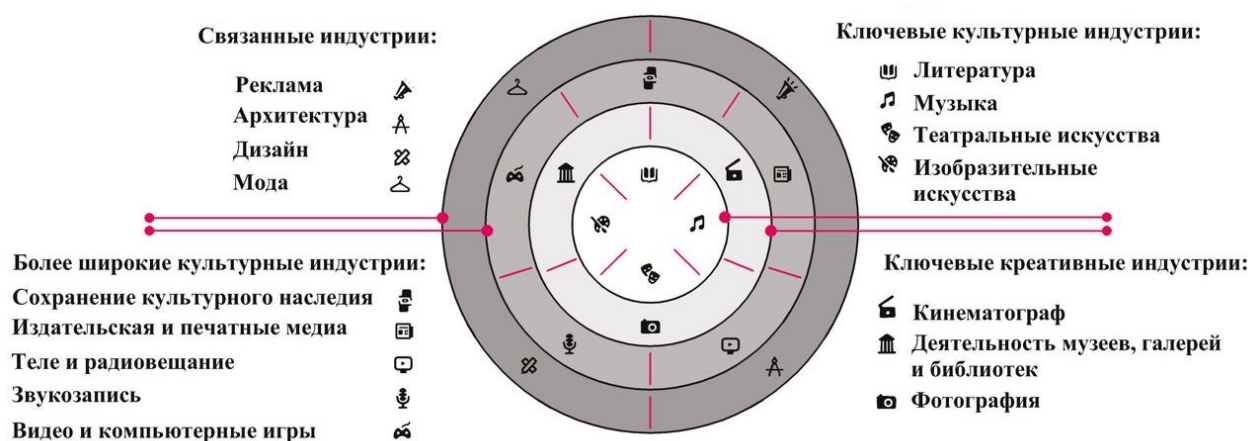


Рис. 1. Структура культурных и креативных индустрий⁹⁰

С 1990-х годов стали популярными иные теоретические представления, которые в том числе провозглашались и политиками. Речь идет о креативных городах и кластерах.

Концепции креативных городов и креативных кластеров стали результатом серьезных сдвигов в теоретическом дискурсе, относящемся к культурным индустриям, к политике их развития.

Таким образом, Н. Гернхем выделял следующие тенденции развития как культурных, так и креативных творческих индустрий, которые были связаны, прежде всего, с развитием информационных технологий. Культура отныне рассматривалась как основной элемент достижения общественного блага. В этом смысле особенную важность обретает нахождение баланса между произведенным продуктом, который удовлетворил потребность творца, и чаяниями потребителя. В таком случае предполагается, что необходимо стремиться к поддержке инновационных свершений и введению принципиально иных интерпретаций. Потребителями культурного продукта также должны стать бедные граждане. Их нужно привлекать к осуществлению креативной деятельности. Государственная поддержка теряет свою актуальность. Необходимо сконцентрировать усилия на учреждении специальных фондов, занимающихся финансированием культурных

⁹⁰ Структура культурных индустрий // Культурные и креативные индустрии URL: <https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lecture-5> (дата обращения: 26.06.2023).

индустрий. Работа над программами с культурными индустриями позволила Великобритании развивать не только данные технологии в столице, но и со временем переместиться в регионы. Е. В. Зеленцова отмечала, что власти Великобритании учредили отделы экономического развития при местных администрациях. Культуру они рассматривали в связи с национальной экономикой. Ставилась цель получить больше прибыли, задействуя культурные объекты. Таким образом, решается проблема занятости, развивается туристическая сфера. Технология картирования использовалась для проведения исследования потенциала, которым располагают культурные индустрии. При этом готовят карту ресурсов каждой территории и оценивают их. Может быть составлена такая карта для целой культурной индустрии. Также можно ею охватить и некоторые ее сектора⁹¹.

Дэвид Тросби также рассматривает, как влияют экономические параметры и экономическое поведение на культурную сферу и в целом на культурные индустрии. Дэвид Тросби – заслуженный профессор экономических наук Университета Маккуори (Сидней), всемирно известный эксперт в области экономики культуры и искусства. В своем исследовании «Модель концентрических кругов культурных индустрий» он предложил модель, «которая основана на предположении, что культурные товары и услуги порождают два различных типа стоимости: экономическую и культурную. Модель утверждает, что именно культурная ценность или культурное содержание производимых товаров и услуг придает культурным индустриям их наиболее отличительную черту»⁹². В исследовании Д. Тросби представлены концентрические круги: центральные круги включают основные отрасли, где максимально высокое соотношение культурного и коммерческого содержания. Далее слои с указанием отраслей двигаются от центра к краям по мере того, как культурное содержание по сравнению с

⁹¹ Зеленцова, Е. В. От творческих индустрий к творческой экономике / Е. В. Зеленцова // Управленческое консультирование. – 2009. – № 3 [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ot-tvorcheskih-industriy-k-tvorcheskoy-ekonomike> (дата обращения: 29.01.2017).

⁹² Throsby, D. The concentric circles model of the cultural industries / D. Throsby // Cultural Trends. – 2008. – Vol. 17(3). – P. 147–164.

коммерческой ценностью товаров или произведенных услуг падает. В центре круга находятся музыка, живопись, литература и театральное искусство, как самые высококультурные. В следующий круг входят фильмы, музеи, галереи, библиотеки. Они несут в себе меньшую культурную и уже больше финансовую прибыль. Третий слой – услуги по сохранению наследия, издательские и печатные средства массовой информации, звукозаписывающие компании, телевидение, радио, видео и компьютерные игры – по сравнению с первыми двумя обладают еще менее привлекательной культурной ценностью. И самый последний круг – реклама, архитектура, дизайн и мода – те отрасли, в которых коммерческая ценность значительно превышает культурную. Данная модель представлена в схематической форме на рисунке 2.

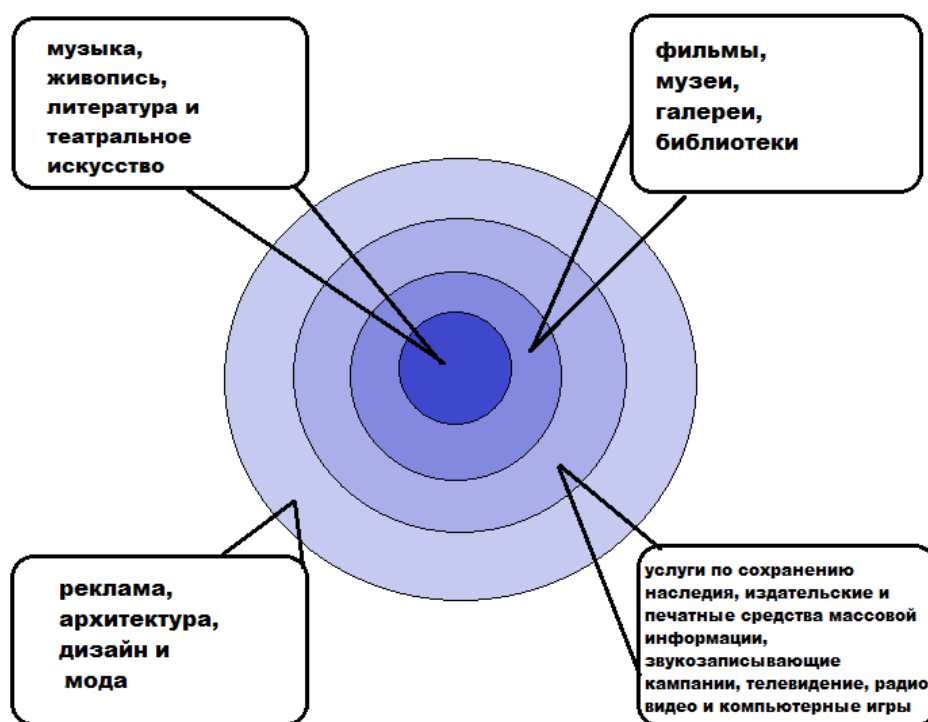


Рис. 2. Концентрическая модель Д. Тросби⁹³

Тросби отмечает, что «распространение творческих идей может происходить через виды обобщенных процессов коммуникации и обмена, которые управляют циркуляцией знаний и информации в экономике и

⁹³ Рисунок составлен автором.

обществе в целом. Например, сюжет романа или пьесы может стать идеей для видео или компьютерной игры»⁹⁴.

Данная модель концентрических кругов привлекательна тем, что делает акцент на изначальные творческие идеи, которые впоследствии становятся стимулом для развития целых культурных индустрий и, тем самым, это отличает их от других отраслей экономики⁹⁵. Эта базовая характеристика, которая позволяет легко соединить экономический и культурный анализ креативного сектора.

Культурные индустрии играют важную роль, которая определена их значительным участием в общественной жизни. В жизнь граждан вошли тексты, артефакты культурного значения, которые задают вектор их развития. Культурные индустрии имеют власть над умами обывателей и важны с точки зрения осуществления социальных трансформаций.

В период 1950–1970-х годов в странах Европы, СССР и Северной Америки наблюдается стабилизация экономического роста. По замечанию, представленному Т. С. Паниотовой, деятельность претерпевает трансформации во всех сферах. В сфере экономики имеет место модернизация, обусловленная внедрением новых технологий. Новые знания управляют развитием государства и общества. Рынок услуг активно развивается. То же можно сказать и о рынке труда, на котором востребованы новые современные специальности и компетенции. Люди заинтересованы в осуществлении креативного мышления и внедрении инноваций в сфере, которую развивают⁹⁶.

Эта эпоха некоторыми исследователями признается золотой и отметившейся развитием капиталистических тенденций. Культурные индустрии развиваются активно в последние десятилетия. Наличествуют социокультурные трансформации, которые ускорили развитие

⁹⁴ Throsby, D. The concentric circles model of the cultural industries / D. Throsby // Cultural Trends. – 2008. – Vol. 17(3). – P. 147–164.

⁹⁵ Throsby, D. Economics and culture / D. Throsby. – Cambridge [etc.] : Cambridge university press, 2001. – 208 p.

⁹⁶ Паниотова, Т. С. Культурная история Запада в контексте модернизации (XIX – начало XXI в.) / Т. С. Паниотова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – С. 37.

промышленности, науки и техники. В 70-е годы в передовых экономиках мира ощутилась затяжная рецессия, которая имела место на протяжении последующих двадцати лет. Многие страны претерпевали последствия тяжелого экономического кризиса.

Прибыль упала во всех секторах, но особенно в производстве. По мнению Роберта Бреннера, главной причиной долгого спада является конкуренция капиталистов друг с другом, которые не заботятся о том, что станет с системой в целом⁹⁷. На наш взгляд, данная историческая ситуация повторяет период, описанный в начале XX века Кракауэром.

Р. Бреннер акцентировал внимание на том, что мировая экономика развивалась неравномерно. Это привело к возникновению кризиса перепроизводства, поразившего экономическую систему США. Предпосылкой такого развития событий стала чрезмерная эффективность, демонстрируемая корпорациями Японии и Германии. Спад в США не преминул отразиться на всех странах, что породило мировой экономический кризис.

Кризис носил затяжной характер и имел черты ухудшения ситуации во многих сферах государства и общества. Он коснулся, прежде всего, социального сектора и породил в нем негативные тенденции, которые усилили нестабильность. Ученые искали выход из положения и увидели его в возможности реализации теории информационного общества⁹⁸. Основа теории состояла в предпосылке, гласящей, что ключ к развитию культурных индустрий лежит в данных и интеллектуальной собственности. Началось становление экономики знания.

В 90-е годы Интернет ворвался как свежий ветер в развитие общества и усилил его. В таком случае информационное общество получило все козыри для достижения эффективности. Роль средств связи, коммуникации, координации усилий, медиа сложно было переоценить. Предполагалось, что

⁹⁷ Brenner, R. The Boom and the Bubble / R. Brenner. – 6th Edition. – New Left review, 2000. – P. 5–43.

⁹⁸ Чернов, А. А. Становление глобального информационного общества / А. А. Чернов. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – 232 с.

информационное общество представит новую современную картину мира с другой ролью культурных индустрий, о чем упоминали в своих трудах М. Кастельс⁹⁹, Ю. Хабермас¹⁰⁰, Дж. Мартин¹⁰¹, Э. Тоффлер¹⁰², М. Маклюэн¹⁰³, М. В. Якушев¹⁰⁴ и др.

Экономика будущего предусматривала наличие и активное развитие культурных индустрий, которые обещали стать его неотъемлемой частью. Вследствие этого было принято решение хорошо финансировать эту отрасль.

По мере того, как конкуренция на новом потребительском рынке, использующем любые формы деятельности, превращающие информацию в знание и в символы, усиливалась, культурные индустрии становились еще более привлекательными. Примером такой ситуации может послужить явление, при котором спрос на рекламу и маркетинг в современном мире является возрастающим. Вследствие этого медиасектор получил активный импульс к развитию. На 6 % ежегодно рос бюджет на рекламу на европейских предприятиях в течение четырнадцати лет, начиная с 1984 года.

На рынке Ближнего Востока расходы на рекламу увеличились на 1000%, а в Латинской Америке – на 377%¹⁰⁵. Мы можем по этим данным судить о том, что отдача, приносимая культурными индустриями, возрастала непрерывно. Постепенно этот сектор занял лидирующие позиции во всем мире и стал восприниматься в качестве значимого и реального.

М. Вульф отметил, что в странах Европы и США данная сфера считалась надежным вложением капитала вследствие гарантии хорошей отдачи¹⁰⁶. Роль

⁹⁹ Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

¹⁰⁰ Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас ; пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева, послесл. Б. В. Маркова. – Санкт-Петербург : Наука, 2000.

¹⁰¹ Мартин, Дж. Телематическое общество. Вызов ближайшего будущего / Дж. Мартин ; пер. Ю. В. Никуличева // Новая технократическая волна на Западе. – Москва : Прогресс, 1986. – С. 371–391.

¹⁰² Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер ; пер. с англ.: Е. Руднева и др. – Москва : АСТ, 2003. – 557 с.

¹⁰³ Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Understanding Media: The Extensions of Man / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. – 2-е изд. – Москва : Гиперборей : Кучково поле, 2007. – 462 с.

¹⁰⁴ Якушев, М. В. Социальные проблемы информационной эпохи / М. В. Якушев // Информационное общество. – 2001. – № 6. – С. 40–42.

¹⁰⁵ Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнareвой. – Москва : Высшая Школа Экономики, 2014. – С. 130.

¹⁰⁶ Wolf, M. J. The Entertainment Economy / M. J. Wolf. – London : Penguin, 1999.

культурных индустрий проявляется в том, что они генерируют продукт, реализующий ожидания потребителей. В свою очередь в нем создается и сам запрос на потребности.

В чем особое значение культурных индустрий сегодня? В чем состоит взаимодействие культурных индустрий и информационного общества?

Дж. Корнер отметил, что в сфере культурных индустрий обращается большой объем текстов. Все больше людей являются занятыми в этой сфере, создают и продвигают культурный продукт, отражающий реальную картину мира. Идет непрекращающаяся полемика вокруг вопроса, состоящего в сути данного воздействия на умы людей и его силе. Дебаты продолжаются в медийной сфере¹⁰⁷. Эксперты это влияние считают опосредованным и косвенным. Медиа оказывают значительное воздействие на социальную жизнь. Культура и ее развитие обусловлены влиянием текстов информационного характера – новостей, обличенных в словесную форму, газетных сообщений, фильмов, аналитики.

С помощью музыки, игр, фильмов мы постигаем суть окружающей действительности. Сообщение об этом поступает с экранов телевизоров. Культурные артефакты показывают идею современной жизни. В ней эмоционально окрашены действительность и личные переживания людей. Таким образом, формируется общественное «я», проявляется культурная идентичность, своеобразность каждой личности. Ощущение и понимание себя – это очень важно при поиске своего места в жизни.

Продукт, производимый культурными индустриями, важен для оценки и изучения. Современный обыватель посвящает слишком много времени поглощению текстовой информации. Культурные индустрии осуществляют значительный вклад в развитие человеческой личности.

Согласно данным Федерации творческих индустрий Великобритании, до пандемии творческие отрасли были одной из самых быстрорастущих частей

¹⁰⁷ Corner, J. "Influence": the contest core of media research in Mass Media and Society / J. Corner. – London : Edward Arnold, 2000. – 376 p.

экономики Великобритании. Власти считают, что особенности сферы проявились в персонально созданных текстах, креативных свершениях, призвании и талантах многих людей. Они заложили основы общественного благосостояния, развития рынка труда, института интеллектуальной собственности.

Креативные отрасли являются наиболее быстрорастущим сектором экономики Великобритании, принося 101,5 млрд фунтов стерлингов валовой добавленной стоимости (ВДС) в экономику Великобритании. Это большой экономический вклад, чем обеспечивают автомобильная, аэрокосмическая, медико-биологическая и нефтегазовая отрасли Великобритании вместе взятые. Но более того, они стимулируют и открывают инновации, оказывают значительное социальное воздействие и вкладывают значительные средства в восстановление сообществ по всей Великобритании¹⁰⁸.

Важность оценки особенностей, присущих культурным индустриям, заключена в форме существования текстов и анализе их роли в развитии общества. Корпорации распространяют самые читаемые тексты в мире. К ним относят таких информационных гигантов, как BBC, Apple, Facebook¹⁰⁹. Цель их работы – генерация прибыли. Для них важно работать в условиях, которые будут благоприятными для получения больших прибылей.

Культурная индустрия не конкурирует с другими сферами человеческой деятельности, однако есть случаи сотрудничества и координации действий с представителями иных областей знаний. Дилеммы, с которыми сталкиваются менеджеры в сфере культурных индустрий, можно найти и в других отраслях промышленности, где знания и творчество являются ключевыми для поддержания конкурентоспособности. Фирмам, которые конкурируют в

¹⁰⁸ Growing the UK's Creative Industries // wardwilliamscreative [Electronic resource]. – URL: https://wwcreative.co.uk/growing-the-uks-creative-industries/?utm_term=&utm_campaign=Traffic+New+Website&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7613117480&hsa_cam=12761683395&hsa_grp=121396040826&hsa_ad=519542278963&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-19959388920&hsa_kw=&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjwy7CKBhBMEiwA0Eb7ave99ltuvh8MoDGI9BVDDeA_GSdgpMM0zQi41GUJkRUGsN2rstOHxGBoCFn8QAvD_BwE (date of access: 27.09.2021).

¹⁰⁹ Продукт компании Meta (признана экстремистской организацией в России).

отраслях культуры, приходится иметь дело с сочетанием неопределенности и динамичности.

Джозеф Лампель, Тереза Лант и Джеймал Шамси подготовили работу, проливающую свет на особенности организации культурных индустрий. Авторы предположили, что некоторые полярности принимают участие в построении индустрий культуры¹¹⁰. Исследователи пришли к заключению, что управленцы приравнивают ценности художественного вида и массовую экономику индустрии развлечений. Их задача состоит в поиске новинок, которые будут выгодно представлять их товар и отличать их от других подобных товаров, имеющих на рынке. Управленцам надлежит осуществлять оценку спроса на товар, воображая его, что стимулирует его эффективное продвижение.

Вертикальная интеграция характеризуется значительными преимуществами. Важные из них состоят в том, что одно предприятие может реализовать диверсифицированные виды деятельности с обязательной ноткой креатива, присущей каждому из них. Таким предприятиям свойственна гибкая специализация. Предприятиям надлежит создавать специально организованные креативные системы, которые имеют целью поддержку культурных продуктов. Однако системы должны быть настроены таким образом, чтобы не терялся креатив и желание творить. Всё это является началом культурных индустрий.

Фильмы, телевидение, музыка, театр и изобразительное искусство относятся к категории продуктов, которые уже стали известны как культурные ценности. Культурные индустрии представлены в публичном пространстве общества, результаты их деятельности распространяются через СМИ. Именно поэтому они оказывают чрезвычайное влияние на наши ценности, отношения, образ жизни. Они уже давно стали предметом интенсивного интереса и спроса общественности.

¹¹⁰ Lampel, J. Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries / J. Lampel, T. Lant, J. Shamsie // Organization Science. – May-June 2000. – Vol. 11, No. 3. – P. 263–269.

Ключевой отличительной чертой культурных индустрий является неутилитарный характер товаров. Культурные ценности – эмпирические товары. Они получают свою ценность от субъективных переживаний, которые в значительной степени полагаются на использование символов для того, чтобы воздействовать на восприятие и эмоции. Влияние добавления фоновой музыки к кинофильму указывает на то, как тонкие изменения в культурных продуктах могут перейти в опыт. Конечно, режиссеры и зрители знают слишком хорошо, что выбор звуковой дорожки может коренным образом изменить впечатления от просмотра, часто способами, которые трудно предсказать или объяснить. Непредсказуемость такого субъективного опыта делает его чрезвычайно трудно определяемым и установить четкие стандарты качества достаточно трудно¹¹¹.

Такие основные характеристики, присущие экономической системе измерения как качество, остаются спорными в отраслях культуры. В то время как в отраслях, где товары утилитарные, производители, как правило, достигают консенсуса по конкретным и часто измеряемым стандартам качества. Культурные отрасли оперируют абстрактными идеалами.

Например, потребители могут поддерживать важность «оригинальности» в искусстве или в музыке, но придают принципиально иной смысл термину.

Мнения по поводу качества могут расходиться настолько сильно, что производителям трудно понять, почему некоторые произведения искусства оцениваются высоко, а некоторые нет. В конечном счете, понимание того, почему одни «продукты» искусства имеют успех, а другие терпят неудачу, навсегда останется гипотезой, отмечает Д. Хезмондалш¹¹². Например, производители культурных благ всегда рассчитывают на то, что потребители ищут продукты, которые могут развлекать, стимулировать и вызвать

¹¹¹ Bjorkrgren, D. The Culture Business: Management Strategies for the Arts-Related Business / D. Bjorkrgren. – London : Routledge, 1996. – 60 p.

¹¹² Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнareвой. – Москва : Высшая Школа Экономики, 2014. – С. 79.

размышления. Тем не менее производители часто экспериментируют и смешивают знакомые и новые элементы, что приводит к успеху на рынке. Потребители должны знать, что им предлагают, но им должно быть в новинку наслаждаться этим. Поиск удачного синтеза этих двух противоположных элементов – цель, к которой стремятся культурные индустрии.

Культурные индустрии расходуют значительные ресурсы в поисках формулы, которая может достичь этой цели. Вкусы неустойчивы, и, более того, то, что является новым и популярным в течение одного периода, становится привычным и обыденным достаточно быстро. Кодифицированные знания могут быть полезны для решения проблемы, но в конечном счете, имеют ограниченную ценность. Неявные знания, а именно талант, творчество и инновации, являются теми важными ресурсами, которые имеют решающее значение для успеха¹¹³. Но это аморфные ресурсы, и они не могут быть четко определены, так как выходят из неожиданных источников, теряя свою ценность по причинам, которые мы не совсем понимаем.

Стратегия субъектов предпринимательской деятельности способствует поиску и выбору альтернатив, способствующих контролю над ресурсами. М. Уилсон предприняла попытку оценить тенденции и перспективы развития музыкальной отрасли в специально подготовленном труде¹¹⁴. Музыкальная индустрия оценена ею с экономических позиций. В звукозаписывающих компаниях специально подготовленные люди ищут новые таланты. Творческие ресурсы таких предприятий необходимо постоянно пополнять, что является главным элементом их долгосрочного развития.

В культурных индустриях не работают те практики, которые показали успешность в других сферах предпринимательской деятельности. В том числе необходимо среди таких практик отметить стажировки и прохождение обучения. Культурная отрасль решает сложную проблему, состоящую в поиске творческих ресурсов и эффективном их управлении. Здесь необходимо

¹¹³ Lampel, J. Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries / J. Lampel, T. Lant, J. Shamsie // Organization Science. – May-June 2000. – Vol. 11, No. 3. – P. 263–269.

¹¹⁴ Wilson, M. Columbus Books / M. Wilson. – London, U.K. 1987. – 287 p.

использовать новые техники мотивации персонала. Прежде всего, делают ставку на сотрудников с особо развитым чувством интуитивного восприятия реальности. Они обычно видят правильную траекторию обучения персонала и их подбор.

Конкурентные преимущества компаний культурной индустрии формируют умения и возможности привлечения креативных субъектов к работе. Джозеф Лэмпел, Тереза Лант и Джамал Шамси также отмечают, что производители в сфере индустрии культуры сталкиваются с двумя проблемами: спросом и предложением. Структура спроса является весьма непредсказуемым производственным процессом, который трудно контролировать. Эволюция индустрии культуры обусловлена попытками решения этих проблем. На стороне спроса фирмы пытаются формировать потребительские предпочтения, затрачивая на это значительные средства: на новые методы распределения, маркетинг и продвижение по службе¹¹⁵.

Формирование вкусов потребителей – всегда сложный процесс, а в случае культурных индустрий он осложняется тем, что вкусы являются частью более широкой социальной и культурной матрицы, над которыми фирмы не имеют вообще никакого контроля. Фирмы стремятся разработать новые способы выявления и управления творческими ресурсами. Тем не менее творчество происходит от лиц, чьи таланты могут быть организованы и управляются только до определенного момента.

Индустрии культуры стремятся эффективно управлять креативными ресурсами. Здесь важно достичь соответствия с принципами, декларируемыми свободой самовыражения, и балансировать с искусством, которое принимает коммерческую форму¹¹⁶.

¹¹⁵ Lampel, J. Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries / J. Lampel, T. Lant, J. Shamsie // Organization Science. – May-June 2000. – Vol. 11, No. 3. – P. 265.

¹¹⁶ Bjorkgren, D. The Culture Business: Management Strategies for the Arts-Related Business / D. Bjorkgren. – London : Routledge, 1996. – P. 60.

Американский исследователь развития культурной сферы Паул Хирш¹¹⁷ считает, что в индустрии культуры действуют противоположно направленные императивы. В культурных индустриях осуществляется кругооборот товаров, в которых заинтересованы потребители. Для эффективной деятельности необходимо следовать требованиям, выдвигаемым к производству художественного продукта и продвижению его на рынок.

Данные сферы деятельности различны по сути и противоположны по отношению к друг другу. Культурные индустрии объединяют две области человеческого опыта: социальную и эмоциональную. Все общества производят культуру как форму индивидуального и коллективного выражения основных идей и стремлений. Социальность характеризуется такими составляющими как коллективное и частное, определившими условия общественного развития. Социальность означает бытие и отношения между членами общества¹¹⁸. Произведения культуры имеют как художественную ценность, так и развлекательную. Здесь необходимо поддерживать баланс.

Именно благодаря развлекательной ценности культурные продукты привлекают зрителей, которые могут поддержать их. Культурная индустрия претерпевает сложные изменения в силу противодействия искусству, которое является истинным и развлекательной его ценности. Индустрия культуры намерена производить с художественной точки зрения ценный продукт, однако необходимо учитывать и требования рынка, процветающие в условиях рыночной экономики. Предприниматели, осуществляющие работу в этой сфере, стоят перед сложным выбором, пытаясь найти сбалансированное решение. Они задаются вопросом, что имеет больший вес – искусство как самая высшая ценность или это искусство, выступающее в виде массового продукта, предназначенного исключительно для развлечения?

¹¹⁷ Hirsch, P. Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry system / P. Hirsch // Amer. J. Soc. – 1972. – Vol. 77. – P. 639–659.

¹¹⁸ World Science Report 1998 // UNESCO [Electronic resource]. – URL: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/science-technology/prospective-studies/unesco-science-report/world-science-report-1998> (date of access: 10.02.2015).

Философ Мэри Энн Глин¹¹⁹ пишет о том, что напряжение существует между ценностью, предоставляемой объектом художественного назначения, и преследованием коммерческой цели такой деятельности. Примером такого противостояния являются симфонические оркестры. Одни участники оркестрового объединения стремятся воспроизводить классическую музыку. Однако руководство оркестра желает популяризовать это музыкальное направление среди членов всего общества.

Стороны сами провоцируют конфликтную ситуацию, в которой противоборствующими субъектами являются развлечения и искусство. Представляется, что эффективным выходом здесь будет мирное сосуществование всех сторон и их интересов.

Таким образом, мы делаем вывод, что конкуренция в индустрии культуры приводит к поиску новизны. Противоречие заключается в том, что, несмотря на то что потребители ожидают новинку в сфере культурных ценностей, они также хотят, чтобы эта новинка была доступной и знакомой. Это противоречие производителей культурной продукции ставит перед выбором. Поиск новизны открывает новые горизонты и часто приводит к появлению новых видов культурных продуктов, что может расширить или кардинально изменить рынок.

С нашей точки зрения, в качестве примера можно продемонстрировать появление современного искусства, и, в частности, рост импрессионизма во Франции в конце XIX века. До импрессионизма искусство оценивалось с использованием ряда критериев, из которых инновацией был только один. Художники стремились дифференцировать свою работу, но в то же время они стремились сохранить преемственность со своими предшественниками. Импрессионизм стал причиной решительного разрыва с установленными стилями и традициями в изобразительном искусстве. При этом импрессионисты изменили основы современного искусства, превращая

¹¹⁹ Glynn, M. A. When Cymbals become Symbols: Conflict over Organizational Identity within a Symphony Orchestra / M. A. Glynn // Organization Science. – May-June 2000. – P. 285–298.

инновационность произведения искусства в доминирующий критерий, по которому выясняют его значение.

Рынок и его функционирование основаны на законе спроса, обладающего некоторыми особенностями. Спрос выше на те товары, на которые установлена самая низкая цена. Если цена продукта высока, то и спрос на него незначителен.

На основании этой проблемы существует давний спор в культурных отраслях между теми, кто видит культурные ценности как выражение потребностей и желаний потребителей, и теми, кто утверждает, что потребители почти полностью формируют воображение и творчество производителей¹²⁰.

Есть отличия, присущие непосредственно культурным индустриям, выделяющим их из ряда иных отраслей человеческой деятельности. Культурный продукт способен пробудить эмоции и личные переживания. Также в его силах стоять на позициях ценностей и стремлений индивида, которые являются личными, не носят коммерческого характера. Творческий потенциал – это важный ресурс, находящийся вне контроля.

Сфера культуры активно развивается, демонстрируя динамизм. Здесь царит некая неопределенность и четкости нет на большом отрезке времени. Невозможно следовать выбранной бизнес-парадигме, занимаясь производством и продвижением культурного продукта. Культурная индустрия выработала действенный арсенал средств, который дает возможность обращаться с полярностями, которые конфликтуют. Имеются в виду противостояния художественных ценностей и массовых развлечений, разделение продуктов на те, которые принесут коммерческую выгоду и на те, которые не дадут отдачи в этом смысле, а просто подарят эмоции потребителю.

¹²⁰ Жулина, Е. Г. Экономика и социология труда. Шпаргалка / Е. Г. Жулина, Н. А. Иванова. – Москва : Ай Пи Эр Медиа, 2009. – 48 с.

Организация предпринимательской деятельности в сфере культуры, подразумевающая создание и реализацию продукта, представляющего общественную ценность, должна принимать во внимание наличие противоположностей, взаимодействие которых может привести к возникновению конфликтных ситуаций. В случае создания художественного произведения развлекательного характера ценность должна также учитываться. Рыночные реалии также важны, даже если художественные ценности занимают доминирующее положение.

Необходимо дифференцировать культурные ценности, чтобы добиться эффективности деятельности в этой сфере. Этот факт следует учитывать, создавая новые культурные шедевры. Революционный путь также позволит добиться успеха в этой сфере. Важно знать состояние рынка, для чего осуществляют детальную оценку рыночной ситуации. Этот подход позволяет учесть потребительские предпочтения. Оценка рынка усиливает коммуникацию производителя культурного продукта и его потребителя. Культурные индустрии являются инструментом выхода из разных кризисов.

Крупные компании, основанные на политике творчества, стали рассматриваться как сектор перспективной экономики. Таким образом, основные черты современных культурных индустрий можно охарактеризовать следующим образом: деятельность культурных индустрий – это междисциплинарная область, в которой взаимодействуют различные отрасли культуры. Информационные технологии позволяют культурным индустриям становиться ближе к потребителям. Происходит оцифровка информации, и культурные продукты становятся более доступными для широких масс. Культурные продукты, разработанные в контексте культурных индустрий, не имеют границ. Культура и маркетинг напрямую взаимодействуют, осуществляя презентацию товара.

Таким образом, мы делаем вывод, что культурные индустрии – это перспективное направление, которое становится значительным элементом

городской и социальной политики, обеспечивая конкурентное преимущество по сравнению с другими городами и регионами.

Таким образом, можно сделать вывод, что культурные индустрии в настоящее время способны оказывать значительное влияние на политическую, экономическую и социальную обстановку. Культурные индустрии являются своеобразным современным источником в развитии нового сектора экономики, причем как на национальном, так и на глобальном уровнях. Помимо этого, они предоставляют прекрасную возможность для развития рынка труда и доходов от экспорта.

Выводы:

Культурные индустрии – новое образование, которое несет общественную нагрузку. Их задача состоит в создании культурной среды, которая определяет современное состояние культуры с новыми моделями поведения.

Рассмотрев немецкую культурологическую школу (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе, А. Хоннет и В. Беньямин) и британскую культурологическую школу (Д. Хезмондалш и Н. Гернхем) в осмыслении культурной индустрии, можно сделать вывод, что различие в подходах данных школ определяется, прежде всего, позитивным или негативным отношением, которые авторы связывают с данным явлением. Так, например, в британской научной мысли «культурные индустрии» рассматриваются как инновационный способ развития городов. При правильном политическом курсе индустриальные города Великобритании (Манчестер, Ливерпуль и др.) становились центрами культурного досуга, благодаря чему в городах уменьшался уровень безработицы, развивалась экономическая сфера. Д. Хезмондалш также отмечает, что сфера культурного производства становится междисциплинарным полем, которое связывает культуру, маркетинг, бизнес-стратегии, PR и социальную политику.

В рамках немецкой культурологической школы первого поколения «культурная индустрия», с одной стороны, представляет собой итог развития массовой культуры, учитывая бурное развитие средств массовой коммуникации и индустриального производства, в результате чего происходит «обеднение» и «усреднение» культуры, нивелирование «творческого» в человеке, как главном возможном субъекте производства культуры. Именно в данной тенденции таится главная опасность «культурной индустрии», с точки зрения первого поколения франкфуртцев.

В рамках продолжения теоретического наследия Франкфуртской школы А. Хоннет рассматривает «культурные индустрии» как фактор формирования психологических процессов личности, а именно «социального и культурного признания».

На основе синтеза немецкой и британской культурологической мысли современным культурным индустриям можно дать следующее определение.

Культурные индустрии – это наследие человеческого опыта, выраженного как в классических формах (литература, театр, изобразительное искусство), так и в инновационных (видеоигры, реклама, мода, дизайн). Ключевой особенностью культурных индустрий является социальное и психологическое воздействие на потребителя культурных товаров, а также нестандартный способ представления данных объектов. В свою очередь креативные индустрии – это творческая сфера человеческой деятельности, выраженная в создании новых культурных продуктов (кино, картины, арт-объекты, фотографии), представленных на нестандартных культурных площадках для экономического развития города.

Далее рассмотрим, как феномен культурных индустрий представлен в реалиях современного западноевропейского и российского общества.

ГЛАВА 2. КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК РЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

2.1. Западноевропейский опыт развития культурных индустрий

Как мы уже отмечали ранее, культурные индустрии оказывают значительное влияние на облик, экономическое и социальное развитие городов. С началом нового тысячелетия и развитием информационного общества города получили новые возможности в системе управления. Постиндустриальная экономика развивалась за счет творчества. По мнению А. Д. Скотта, культурная экономика вобрала в себе лучший управленческий и инновационный опыт¹²¹. Оценка тенденций развития культурной экономики демонстрирует картину динамических изменений, происходящих и в общей экономике. Культурная экономика генерирует важные и нужные идеи, которые необходимы для современного общества. В этой сфере работают многие компании и реализуются проекты. Организованы сети, сообщества, реализующие идею креативной экономики. На открытых платформах идет обмен знаниями и опытом, осуществляются жаркие дискуссии по острым проблемам культурной экономики.

Управленцы встречаются с трудностями, реализуя культурные проекты. Сложности связаны со следующим:

- противоречия, возникающие в отношениях с креативными сотрудниками;
- проблемы управления креативными процессами¹²².

Проанализировав зарубежный опыт и выделив из него лучшие практики, удалось классифицировать культурные индустрии, профессии, товары и услуги и дать характеристику основных экономических показателей развития этой сферы.

¹²¹ Скотт А. Культурная экономика в городах / А. Скотт // Логос. – 2002. – № 3-4. – С. 34.

¹²² De Fellippe, R. Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy / R. De Fellippe, G. Grabher, C. Jones // Journal of Organizational Behavior. – 2007. – P. 511–521 [Electronic resource]. – URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/job.466/abstract> (date of access: 12.06.2022).

Отраслевой анализ культурных индустрий позволил составить рейтинг стран, в которых наиболее выражена валовая добавленная стоимость культурных индустрий (рис. 3).

Валовая добавленная стоимость креативных индустрий по странам: 2019*

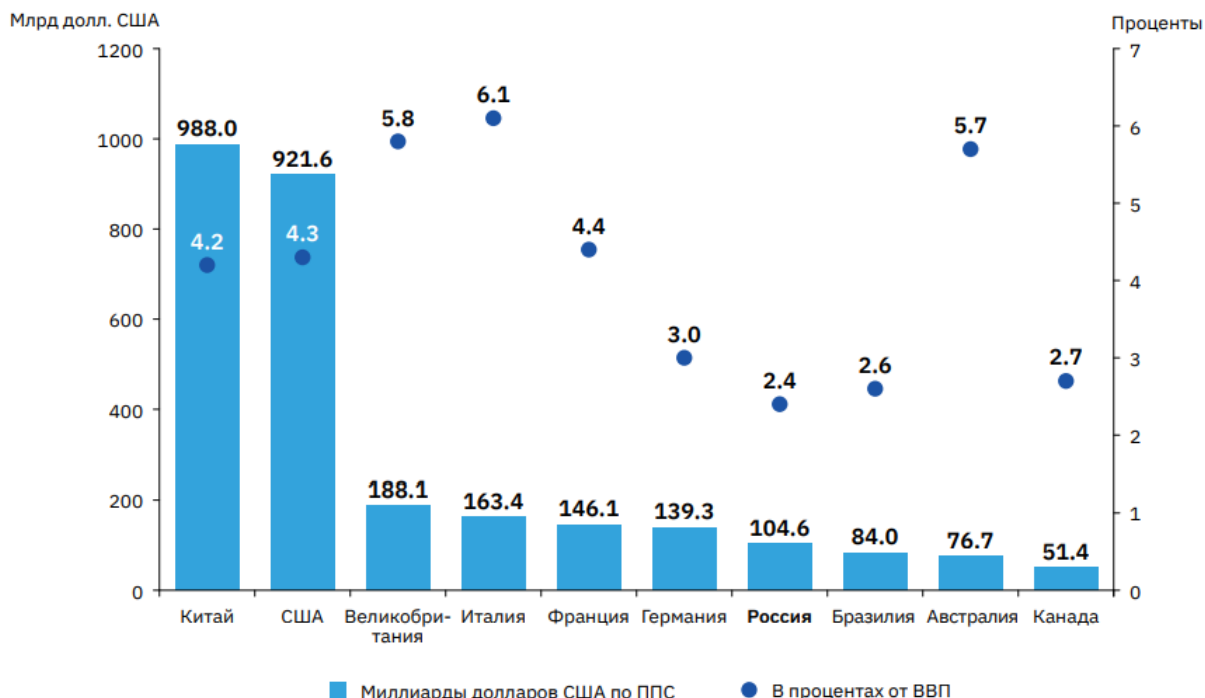


Рис. 3. Валовая добавленная стоимость культурных индустрий по странам за 2019 год¹²³

По всей Европе культурные и креативные индустрии все больше воспринимались как самостоятельная экономическая отрасль. После 2007 года Франция, Германия, Италия и Великобритания стали разрабатывать комплексные специальные рамочные программы. Впервые за десятилетия культурные и творческие индустрии вошли в ранг приоритетных. Усилия данных стран и экономическое развитие в данном направлении представлены

Проанализируем развитие и тенденции, характерные для культурных индустрий Берлина, Лондона, Барселоны и Парижа.

¹²³ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест 2021 / С. В. Бредихин, В. В. Власова, Н. В. Гаврилова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг // [Электронный ресурс]. – URL: www.hse.ru/data/2021/10/04/1460587750/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf (дата обращения: 02.03.2023).

В Германии с осени 2009 года вопросом развития культурных и творческих индустрий занимается Центр компетенций культурно-креативных индустрий, который создан по инициативе федерального правительства.

Его задачи заключаются в следующем:

- сделать культурные и творческие индустрии заметными;
- передать свой междисциплинарный потенциал бизнесу, обществу и политике;
- разрабатывать решения для отраслевых проблем вместе с творческими работниками;
- лучше использовать инновационный потенциал креативной индустрии.

Прежде всего, это включает в себя повышение инновационной динамики, особенно в области нетехнических инноваций, и определение вариантов решения текущих и будущих задач.

В своей работе центр компетенций делает ставку на межотраслевой нетворкинг, трансграничное сотрудничество и необычные форматы мероприятий. Являясь общенациональным контактным центром культурной и творческой индустрии, аналитическим центром и сетевым игроком, он также является важным участником отраслевого диалога «Форум культурной и творческой индустрии», инициированного Федеральным министерством экономики.

Культурные и творческие индустрии в Германии включают рынок архитектуры, исполнительское искусство, книжный рынок, индустрию дизайна, вещания, кино- и музыкальную индустрию, рынок искусства, прессу, рынок программного обеспечения/игр и рекламу. В этих секторах активно работают и зарабатывают компании и фрилансеры. Компании или учреждения, которые функционируют за счет государственного финансирования, не входят в эту группу.

Федеральное министерство экономики позиционирует: «Индустрии культуры и творчества – это те культурные и творческие компании, которые

преимущественно ориентированы на коммерческую деятельность и занимаются созданием, производством, распространением и/или распространением через средства массовой информации культурных/творческих товаров и услуги»¹²⁴. В состав культурно-творческих компаний входят как трейдеры, так и фрилансеры.

В 2020 году (по состоянию на 30 июня) в культурной и творческой индустрии Германии было занято около 1,81 млн человек (–1,3 % по сравнению с 2019 годом). Большинство (55 %) являются наемными работниками, уплачивающими взносы на социальное обеспечение, а еще 14 % были самозанятыми или коммерческими предпринимателями (годовой оборот более 17 500 евро). 15 % были частично занятыми и 16 % работали не по найму (годовой оборот до 17 500 евро).

Из-за пандемии коронавируса общий оборот индустрии культуры и творчества упал до 160,4 млрд евро в 2020 году (–8,7 % по сравнению с 2019 годом). В разной степени затронуты субрынки индустрии культуры и творчества: исполнительское искусство (–81 %), музыкальная индустрия (–44 %), киноиндустрия (–41 %) и рынок искусства (–39 %). Испытали самый резкий спад продаж, в то время как субрынки архитектуры (–1 %), программного обеспечения/игр (–1 %), прессы (–3 %) и книг (–3 %) оказались значительно более устойчивыми¹²⁵.

По прогнозу Центра компетенций культурно-креативных индустрий, в 2021 году отрасль восстановилась незначительно (+2,7 %). Осторожный подход к докризисному уровню прогнозируется на 2023 год.

Самыми крупными и популярными культурными кластерами Берлина считаются Kunst-Werke, Бетаниен, Музей Современности и др. Kunst-Werke, сокращенно KW – одна из самых экспериментальных и статусных арт-площадок Берлина. Здесь проходят выставки Берлинской биеннале, но и в

¹²⁴ Итоговый отчет культурные и креативные индустрии. Определение общих характерных элементов определения разнородных подотраслей «культурной экономики» для определения их перспектив с экономической точки зрения. Кёльн, Бремен, Берлин. 2009 г

¹²⁵ Monitoring-Bericht: Kreativbranche erholt sich schrittweise // HTWK. – URL: <https://www.htwk-leipzig.de/studieren/newsdetail6/artikel/5995> (дата обращения: 26.06.2023).

остальное время здесь предпочитают показывать искусство с социально-политическим уклоном. Институт современного искусства KW посвящен центральным проблемам нашего настоящего посредством производства, презентации и коммуникации современного искусства. С момента своего основания более 30 лет назад KW зарекомендовал себя как учреждение и оживленное место для прогрессивных художественных практик на берлинской и международной арт-сцене. С помощью выставок и различных форматов мероприятий KW всегда улавливает актуальные тенденции из национального и международного дискурса современного искусства и культуры и активно развивает их в сотрудничестве с художниками, учреждениями и работами по заказу. У KW нет собственной коллекции искусства, что дает команде KW высокую степень гибкости в создании программ и обращении к публике.

Бетаниен – крупный арт-центр, в котором выставляются современные художники. Он расположен в самом неформальном районе Берлина – Кройцберге, в здании бывшего госпиталя в неоготическом стиле, сохранившего ауру романтизма. В Бетаниен входят не только выставочные залы, но и студии-резиденции художников, где побывали даже российские художники Олег Кулик и Анатолий Осмоловский. Центр всё еще держит флаг одной из самых неформальных площадок Берлина. Одно время в этом месте обосновались сквоттеры, которые в итоге были выселены – впрочем, вокруг арт-центра немало других сквотов. Помимо выставок, в Бетаниен проходят конференции, показы фильмов, концерты, а также вечеринки, куда заглядывают обитатели Кройцберга.

Hamburger Bahnhof (Гамбургский вокзал) – крупнейший берлинский музей современного искусства. Название музея связано с первоначальной функцией здания как одной из первых конечных станций железнодорожной системы Германии. Он открылся как конечный пункт железнодорожной линии между Гамбургом и Берлином в декабре 1846 года. Поздний неоклассический стиль здания был задуман архитектором и пионером железной дороги

Фридрихом Нейгаузом. Он стал архитектурным прецедентом для последующих проектов берлинских вокзалов начиная с 50-х годов XIX века. Сегодня он сохранился как единственный железнодорожный вокзал города, оставшийся с того времени. Поп-арт, минимализм, концептуализм, арте повера, постмодерн – здесь хранится настоящая арт-энциклопедия, начиная с 1960-х годов. «Сани» Йозефа Бойса, «Мао» Энди Уорхола, «В начале ноги» Мартина Киппенбергера – экспозиция Hamburger полна хрестоматийных вещей. Хотя в музее полноценно представлены работы художников из разных стран, но немецкие авторы всё же имеют численное преимущество. Здесь, пожалуй, лучшее собрание Йозефа Бойса, воссозданы несколько инсталляций, объекты, хранится его медиа-архив. Современная немецкая живопись представлена работами Герхарда Рихтера, Зигмара Польке, Ими Кнобеля. К тому же в музее прекрасная подборка немецкой фотографии – от башен Бехеров до широкоформатных панорам Андреаса Гурски. В музее работают книжный магазин и популярный ресторан здорового питания, открытый телеповаром Сарой Винер.

Берлинский район Pfefferberg расположился на территории, которую ранее занимала пивоварня, и в 20-х гг. XIX в. это был пригород Берлина. Красивое название пивоварне, а затем и району дал основатель Йозеф Пфефер (Josef Pfeffer). Сейчас, на территории бывших пивных заводов располагаются культурные учреждения. Спустя 100 лет после открытия пивоваренный завод был закрыт, на его месте сначала начали работать хлебопекарня и фабрика по производству шоколада, а потом типография, склады, гаражи и приемная бургомистра. Спустя еще 60 лет родилась идея перепрофилировать эти помещения под нужды культурной сферы, что удалось реализовать уже в 90-е годы после объединения Германии. Сегодня владеет этой территорией Фонд Pfefferberg, а располагается он, благодаря агломерации, в центральной части Берлина и относится к району Панков (Pankow). Вместо пивоварни теперь здесь располагается арт-квартал, в котором открыт альтернативный театр, галереи, например знаменитая галерея Aedes, где можно увидеть работы

именитых архитекторов и художников, а в 2022 году здесь открылся Музей архитектурного рисунка российского архитектора Сергея Чобана. Особенность данного района в том, что он не занимает слишком большое пространство, здесь не строится престижное жилье. Район существует и развивается только за счет культуры: людей, которые здесь выставляются, и людей, которые посещают данные объекты. Истсайдская галерея (East side gallery) – самая настоящая галерея прямо на улице – 1361 метр, считается самой длинной галерей в мире. На остатках Берлинской стены расположилось огромное количество граффити. И это не просто уличные зарисовки: каждый объект имеет название и историю: 106 картин, 118 художников из 21 страны. Пространство было открыто 28 сентября 1990 г.

Raw area (RAW-Gelände) – ранее на этом месте располагалась территория железнодорожных мастерских, но сейчас это центр притяжения молодежи. Никакой реставрации или ремонта здесь не планировалось. Огромные депо превратились в руины, на платформах расположились кафе и бары, а бункер трансформировали в скалодром. Днем здесь можно посмотреть на уличное искусство, а ночью проходят вечеринки.

Творческие и культурные индустрии вносят значительный вклад в экономику Лондона: анализ, проведенный Управлением Большого Лондона (GLA)¹²⁶, показал, что в 2015 году экономическая продукция (ВДС) культурных индустрий составила 42 миллиарда фунтов стерлингов, что на 38 % больше в номинальном выражении. С 2009 года на Лондон приходится более 40 процентов рабочих мест в творческом секторе Соединенного Королевства и треть всех его предприятий в этом секторе.

Ключевой характеристикой творческих и культурных индустрий является то, что большинство рабочих мест в Лондоне приходится на малые и средние предприятия (МСП) – гораздо большую долю, чем в других секторах.

¹²⁶ Pinoncelly, V. Culture Club: Social mobility in the creative and cultural industries / V. Pinoncelly, M. Washington-Ithiemi // Centre for London. – 2019. – № 2.

18 декабря 2018 года мэр объявил о создании первых в Лондоне зон креативного предпринимательства. Зоны креативного предпринимательства – это районы Лондона, в которых сосредотачиваются творческие предприятия, художники, галереи и арт-пространства. Они есть в шести районах Лондона: Кройдон (Кройдон Креативс), Харинги (Тоттенхэм), Хаунслоу (Творцы Великого Запада), Ламбет (Брикстон), Льюишем (Льюишем, Дептфорд и Нью-Кросс), Тауэр-Хамлетс (Хакни-Уик и Фиш-Айленд).

Tate Modern является самым знаменитым музеем в группе музеев Tate. Он располагается напротив собора Святого Петра в здании бывшей электростанции. Переоборудовали промышленное помещение под культурное пространство по проекту бюро Herzog & de Meuron. И со временем он стал мировым образцом по перепрофилированию индустриальных пространств. Сегодня этот музей – признанный лидер среди мировых пространств современного искусства. Именно в Турбинном зале были проведены большие выставки, где посетители могли увидеть Луизу Буржуа, Ай Вэйвэя, Олафура Элиассона и многих других. Галереею британского искусства, в первую Tate Britain любители искусства посещают из-за живописи прерафаэлитов и самой представительной коллекцией Уильяма Тернера.

Интересен опыт Британии и в плане проведения концертов классической и современной музыки. Ее можно услышать в Barbican Art Centre – комплексе зданий в стиле брутализма. Помимо концертов здесь же показывают театральные представления, проводят кинопоказы и организуют выставки. Для последних выделены две галереи, где, как правило, можно познакомиться с фотографией, дизайном или декоративно-прикладным искусством. Помимо этого, в галерее показывают ретроспективы именитых художников, таких как Банкси, и презентуют высокотехнологичные зрелищные проекты.

В Испании сектор культурных индустрий регулируется управлением индустрией культуры в Министерстве. Согласно определению министерства культуры, креативные индустрии – это пространство культуры, в котором всё

художественное и творческое выражение, активно вступающее в диалог с новыми технологиями до такой степени, что оно адаптируется к ним и находит в них инструмент автоматического воспроизведения, постепенно останавливается¹²⁷. К творческим отраслям также относятся новые подсектора, связанные с экономикой (такие как программирование, создание видео и т. д.), и виды деятельности, имеющие «традиционные корни» в производстве, такие как полиграфия, мода, ювелирное дело, музыкальная индустрия. инструменты и игрушки. Следуя этому определению, большая часть нынешнего творческого ландшафта Барселоны формируется культурными и креативными индустриями. Кроме того, они являются культурной сферой, которая находится в постоянном росте, и мощным средством создания конкурентоспособности, благосостояния и рабочих мест. Барселона является полюсом притяжения творческой деятельности в Каталонии. Впервые в творческих секторах в городе создано более 135 000 рабочих мест, за последние пять лет создано более 30 000 рабочих мест.

В последние годы культурные индустрии добились международного признания и очень заметного присутствия за рубежом, что привело к технологической и экономической революции с большими преимуществами в этом секторе. Вклад сектора культуры в ВВП Испании в 2018 году составил 3,4 %¹²⁸. Однако пандемия ухудшила положение креативного сектора. Поддержка культурного сектора государством нацелена на повышение конкурентоспособности и трудоустройство в культурных и творческих компаниях за счет продвижения ИКТ и инструментов цифрового мира¹²⁹. Культурный сектор Испании состоит из малых и средних предприятий и фрилансеров, это означает, что в периоды кризисов он является одним из наиболее уязвимых. В случае с культурным сектором пандемия и

¹²⁷ Испания 3.5.1 // Компендиум культурной политики и тенденций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.culturalpolicies.net/country_profile/spain-3-5-1 (дата обращения: 02.03.2023).

¹²⁸ Youth policies in Spain // Youth Wiki national description [Electronic resource]. – URL: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/sites/default/files/2021-02/spain2018.pdf> (date of access: 23.05.2023).

¹²⁹ Институт культурной политики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cpolicy.ru> (дата обращения: 04.02.2018).

самоизоляция сделали свое дело, наибольший ущерб понесли кинотеатры, театры, музеи, галереи и спортивные состязания. Многие аудиовизуальные произведения не удалось снять. Концерты и музыкальные мероприятия проводить было невозможно. Художественные галереи и музеи закрылись. Культурные индустрии заново искали пути выхода из кризиса и стали использовать технологии, чтобы стать ближе к публике, используя для этого все доступные ресурсы.

Мэр Барселоны разработал ряд программ по развитию культурных индустрий и творческого сектора экономики, чтобы превратить город в более процветающий. Была разработана карта творческих индустрий на 2022 год, а также разработаны меры по развитию DHUB – пространства, объединяющего различные направления дизайна и креативных индустрий.

Создан Барселонский творческий кластер, состоящий из главенствующих ассоциаций, компаний и личностей мира дизайна, моды и архитектуры. В Барселоне также разработана культурная программа для городских кластеров Poblenou / 22@ и Пало-Альто.

Район 22@, также известный как 22@Barcelona или просто 22@, возник в 2000 году как инициатива городского совета Барселоны по преобразованию 200 гектаров промышленных земель в районе Пуэбло-Нуэво в инновационный продуктивный район с современными пространствами для проведения обучающих мастер-классов, конференций, семинаров и коворкингов¹³⁰.

Для достижения этой цели создается новая модель компактного города, в которой компании сосуществуют с университетами, исследовательскими центрами, учебными центрами и центрами трансфера технологий, а также домами, объектами и зелеными зонами. Таким образом, определяется новая экономическая модель, основанная на развитии пяти отраслевых кластеров: аудиовизуальные медиа, информационные и коммуникационные технологии, энергетика, дизайн и медицинские технологии, а также на выполнении

¹³⁰ Distrito 22@ // De Wikipedia, la enciclopedia libre [Electronic resource]. – URL: https://wiki2.org/es/Distrito_22@?ysclid=ler59ng4db501672468 (date of access: 02.03.2023).

различных стратегических проектов, способствующих росту компаний и творчеству.

Развитие креативного пространства Барселоны – это не только создание новых креативных районов и кластеров, но и поддержка ключевых музеев Барселоны: Национальный художественный музей Каталонии, Музей Пикассо в Барселоне, Европейский музей современного искусства, Центр современной культуры Барселоны (СССВ), Музей каталонского модернизма, Музей современного искусства Барселоны, известный как MACBA.

Ежегодно министерство культуры выделяет гранты на проекты в области культурных индустрий. Например, проект Wallspot¹³¹ – это платформа для управления и продвижения городского искусства, которая связывает новые технологии с возрождением общественного пространства. Wallspot возник из-за потребности в едином, унифицированном способе интеграции и объединения всех, кто занимается городским искусством: художников, фотографов, арт-менеджеров и промоутеров, широкой публики и местных органов власти. Wallspot стремится стать международной платформой, предназначенной для создателей и любителей городского искусства, и стремится объединить всех профессионалов, занимающихся этим видом искусства, создавая глобальное сообщество городского искусства.

Париж всегда ассоциировался с творчеством. Муниципалитет города уже несколько лет стремится развивать растущие усилия в пользу творческих индустрий во многих секторах: ремесла, дизайн, музыка, цифровые технологии, мода и т. д. Мэр Парижа поставила перед собой серьезные цели в области развития культурных индустрий. Это поддержка творчества, художников, мастеров искусств, культурных предприятий и усиление культурного влияния Парижа, развитие мест, предназначенных для инноваций и творчества (инкубаторов, производственных площадок), стремление повысить узнаваемость художественных промыслов и ремесел, связанных с творчеством, мода и дизайн (разработка пространств для совместного

¹³¹ Painting everywhere // Wallspot [Electronic resource]. – URL: www.wallspot.org (date of access: 02.03.2023).

творчества-fablabs), а также поддержка стартапов, особенно в сфере цифровых технологий¹³². В столице есть большая сеть парижских инкубаторов, занимающихся творческой и культурной индустрией, в том числе Bureau du Design, de la Mode et des Métiers d'Art (ранее называвшееся Ateliers de Paris). Этот инкубатор, связанный с творческими профессиями, объединяет ремесла, моду и дизайнерские профессии. В области высокой моды, где создано более 30 000 рабочих мест, Париж признан мировой столицей моды и французского ноу-хау. Что касается инноваций и дизайна цифрового творчества, школа TUMO проводит с 2018 года Forum de Images, в рамках которого молодые люди в возрасте от 12 до 18 лет могут представить свое искусство. В секторе обучения цифровым профессиям город Париж привержен плану действий ParisCode для поддержки обучения и доступа к занятости для 1000 разработчиков и ИТ-специалистов.

Более 150 стартапов из культурных индустрий в настоящее время размещены во многих инновационных центрах, открытых благодаря поддержке города. Таким образом, с 2016 года были открыты L'Espace E, посвященный хип-хоп предпринимательству в La Place, или Le Cargo, который резервирует более 2500 м² для творческих индустрий. Париж также поддерживает появление инновационных и вдохновляющих мест с гибридными проектами и экономическими моделями, такими как Hasard Ludique.

В течение нескольких лет Париж прилагал все усилия для развития сектора современной музыки: строительство общественных объектов; гранты концертным залам; помощь в найме музыкантов и техников или даже помощь в открытии музыкальных магазинов.

Таким образом, важно отметить, что во многих развитых европейских странах доля культурных индустрий непропорционально велика. Некоторые государства еще 20 лет назад активно поддерживали развитие культурных

¹³² Gonguet, J. P. Les créatifs sont complètement à l'ouest / J. P. Gonguet // La Tribune. – 2015. – URL: <https://www.latribune.fr/regions/ile-de-france/les-creatifs-sont-completement-a-l-ouest-468667.html>

индустрий и креативных кластеров. Например, проведение картирования в Великобритании и Германии, результатом которого стала государственная программа поддержки различных секторов культуры в регионах. Сегодня государства вынуждены пересматривать свою политику в отношении культурных индустрий, как, например, это происходит в настоящее время в России.

2.2. Внедрение и распространение культурных индустрий в России

Культурные индустрии – это уникальные институты современности. Они функционируют на стыке политики, культуры и экономики. Также они не могут развиваться без связи с искусством и экономикой. Рассмотрим теперь, как происходит формирование такой связи между инновационными идеями и бизнесом в России.

В основе развития городов сегодня лежит теория культурных индустрий. В Европе такая тенденция зародилась еще 20 лет назад, но для России она до сих пор относительно нова. На развитие культурных индустрий значительное влияние оказал Институт культурной политики и его проекты.

Внедрение проектов в сфере культуры привело к возрождению городов. Благодаря успешным проектам по их развитию города постепенно превратились в площадки по созданию культурных продуктов, тем самым повышая возможности для своих жителей и становясь более конкурентоспособными.

М. В. Гнедовский отметил, что «культуру следует рассматривать как фактор, который способствовал становлению и развитию городов. Урбанистические тенденции стали явными благодаря революционному вмешательству культуры в динамику городской жизни. Теория креативной экономики в своей основе имела важнейшие концепты мира, роль которых возрастала»¹³³. К таким концептам можно смело следует отнести символичные

¹³³Гнедовский, М. В. Творческие индустрии: политический вызов для России / М. В. Гнедовский // Отечественные записки. – 2005. – № 4. – С. 45–52.

образы, картины, звуки и тексты. Исследователь в сфере культуры Л. И. Шептухина уделяла особое внимание творческим индустриям и позиционировала их как глоток свежего воздуха для современной экономики. Экономика знаний смогла прекрасно соединить многие сектора, в том числе туда вошел и сектор креативных индустрий, в котором прорывные продукты появляются благодаря имеющимся культурным ресурсам и оригинальным идеям творческих личностей.

Развитие города исторически неотделимо от культуры. Во все времена люди тянутся к культуре, а создавая и внедряя инновации, города повышают свою привлекательность для жителей. Классическая культура объединила в себе стандартный набор инструментов и звенья, которые дают добавленную стоимость, сгенерированную креативщиками. Для этого они опираются на свой опыт, знания, применяют нестандартные умения, внедряют смелые идеи и демонстрируют готовый продукт на рынке, в первую очередь, информационных услуг. Данные проекты и примеры мы подробно рассматривали в статье «Развитие культурных индустрий в регионах России (на примере Ростова-на-Дону)»¹³⁴.

Изменения в экономике привели к тому, что предприниматели вынуждены стали разрабатывать и внедрять новые технологии и идеи. Новизна является самой необходимой движущей силой развития и служит мощным мотиватором для городов, чтобы они стремились к внедрению всего нового и современного, передового, идеально отвечающего требованиям времени. В Европе именно малое предпринимательство оказывает существенное влияние на развитие городов. Малый бизнес смог разработать и предложить креативные идеи тем городам, которые изначально были туристическими и конкурентоспособными, с целью для повышения туристического потока. Это значительно повысило рост доходов городов,

¹³⁴ См.: Савельева, К. В. Развитие культурных индустрий в регионах России (на примере Ростова-на-Дону) / К. В. Савельева // Наука. Искусство. Культура. – 2022. – № 4(36). – С. 200–205.

которые с производства перепрофилировались только на предложения туристического продукта¹³⁵.

Малые предприятия более гибкие по сравнению с крупными корпорациями и легко трансформируются под веяния времени, предлагая потребителям то, что нужно и актуально. В России с 2003 года в сотрудничестве с экспертами Института культурной политики работает программа «План действий для России». Там в частности уделяется внимание проектам, направленным на стимулирование развития творческих индустрий.

Большую работу по развитию творческих индустрий в России ведет и Координационный совет. «Центр развития творческих индустрий»¹³⁶ на принципах партнерства осуществляет независимую деятельность в этой сфере. Некоторые проекты реализуются в крупных российских городах (Москва и Санкт-Петербург). Эффективными стали программы, уже реализованные в Карелии и Рязанской области. На высокую результативность влияют профессиональные советы и консультационные услуги, которые оказывают агентства, работающие в сфере креативных индустрий. Помимо этого, активно развивается культурный туризм, а информационные технологии участвуют в реализации крупных проектов¹³⁷.

Регионы развиваются и растут благодаря культурным индустриям. Этому также способствует предпринимательская деятельность. Молодые люди и женщины получают рабочие места, что значительным образом оживляет рынок труда. Феномен соединения сферы культуры и сферы бизнеса был отмечен теоретиками как сфера трансформации энергии. Э. Тоффлер, Х. Чарльз, К. Нордстрем и Й. Риддерстрале установили влияние

¹³⁵ Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида ; пер. с англ. – Москва : Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.

¹³⁶ Центр развития творческих индустрий [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.osbcreative.ru> (дата обращения: 27.03.2017).

¹³⁷ Шептухина, Л. И. Развитие креативных отраслей индустрии в моногороде / Л. И. Шептухина, Е. И. Фадеева // Кузнецк-Сталинск-Новокузнецк: проблемы города в переходный период : сб. науч. тр. II Всерос. науч.-практ. конф. Новокузнецк, 3–4 декабря 2010 г. – Новокузнецк : НФИ ГОУ ВПО «КемГУ», 2010. – С. 107–114.

предпринимательства на искусство и писали о том, что оно значительное и чувствуется, что идет оживление¹³⁸.

Власти России разрабатывают инициативы, направленные на стимулирование инновационности экономики и отход от чрезмерного расходования природных ресурсов и продажу их за границу. Экономика знаний становится приоритетной для правительства. Ее отрасли поддерживают власти. Региональные экономические системы ощущают дуновение инноваций, как свежего ветра, способного их оживить и обеспечить активный рост.

Зарубежные экономики уже ощутили и оценили важность креатива, инноваций, которые вывели их на новый этап развития. В структуре ВВП значительную долю занимают именно креативные индустрии¹³⁹.

А. А. Фурсин подчеркивал сильное влияние, которое креативные индустрии способны оказывать на экономику, делая ее более динамичной и активной. Инновации, в том числе и культурные, как он считает, стимулируют рост городов и, соответственно, экономики. Креативная экономика способна развиваться особенно бурно в крупных мировых мегаполисах, таких как Сеул, Лондон, Берлин, Москва. В рейтинге креативных городов Москва занимает 34-е место, а московский ВРП на 6,2 % составлен сектором креативной экономики. В целом по стране данный показатель составил 2,2 %. Москва является глобальным пространством, где креативщики вдохновляются на создание новых продуктов, стоимость которых составляет 1,1 трлн руб. Ежегодного в этом городе креативная индустрия дает 20 % прибавочной стоимости.

¹³⁸Нордстрем, К. А. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта / К. А. Нордстрем, И. Риддерстрале ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 280 с.

¹³⁹Бадлуева, М. П. Новые тенденции функционирования и развития социально-экономической системы региона: развитие креативного потенциала / М. П. Бадлуева, А. Б. Аюрзанайн // Креативная экономика. – 2015. – № 8. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-funktsionirovaniya-i-razvitiya-sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy-regiona-razvitie-kreativnogo-potentsiala> (дата обращения: 10.02.2017).

В Москве созданы условия для работы 113 тыс. предприятий креативной индустрии. Индивидуальные предприниматели также создают часть продуктов в 14 секторах. Особенно активно развиваются такие сферы, как продвижение, изобразительное искусство, кино, дизайн. Экономика города создается в значительной степени за счет функционирования креативной индустрии. В отрасли работают 463 тыс. чел. В традиционном секторе трудятся 430 тыс. чел., создавая интеллектуальный продукт¹⁴⁰.

Россия обладает большим потенциалом развития творческих пространств на площадях невостребованного индустриального наследия, но в настоящее время этот потенциал не реализован. Несмотря на то, что в целом креативная экономика в нашей стране растет достаточно быстрыми темпами, доля креативных индустрий составляет в ней всего 0,5 % от ВВП. Это связано, вероятно, с тем, что в России поддержка креативных индустрий пока не осуществляется на регулярной основе. Параллельно с этим сильно возрастает конкуренция за творческие и предпринимательские кадры. Правительство РФ для регулирования данного сектора уже согласовало и утвердило «Концепцию развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», подготовленную Министерством культуры Российской Федерации. Также утвержден План реализации данной Концепции. Правительство Российской Федерации также утвердило ключевые механизмы осуществления государственной поддержки развития креативных индустрий в крупных и крупнейших городских агломерациях на 2022–2024 гг.¹⁴¹ В нем прописаны нормативно-правовое обеспечение, закрепление института креативных индустрий в законодательстве,

¹⁴⁰ Фурсин А.А. Вступительное слово заместителя Председателя Совета Федерации, председателя Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации / А. А. Фурсин // Аналитический вестник. – 2020. – № 13 (756). – С. 32.

¹⁴¹ План мероприятий по реализации в 2022–2024 гг. Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления и государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утвержден Правительством Российской Федерации распоряжением от 17.08.2022 № 2290-р) // Правительство Российской Федерации : официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/docs/all/142659> (дата обращения: 24.06.2023).

формирование группировки общероссийского классификатора видов экономической деятельности для творческих (креативных) индустрий, финансовое обеспечение, экономическое стимулирование и инвестиции, создание цифровой платформы «Культурная карта 360» и мобильного приложения «Культурный навигатор». Создание арт- и литературных резиденций, инклюзивных творческих лабораторий, создание точек концентрации талантов «Гений места», творческих инкубаторов и центров прототипирования. Организация мероприятий, направленных на популяризацию и продвижение продуктов креативных индустрий, создание школ креативных индустрий и др.

Одна из значимых проблем культурных индустрий нашей страны заключается в неравномерном распределении креативных кластеров по территории России и сложности с принятием и внедрением концепции в регионах. Сегодня творческие кластеры организованы лишь в 28 городах нашей страны, и только четверть (24 %) из них расположены за пределами двух российских столиц: Москвы и Санкт-Петербурга. Это отображено на рисунке 4. Как результат, 42 % россиян не имеют представления о креативных кластерах.

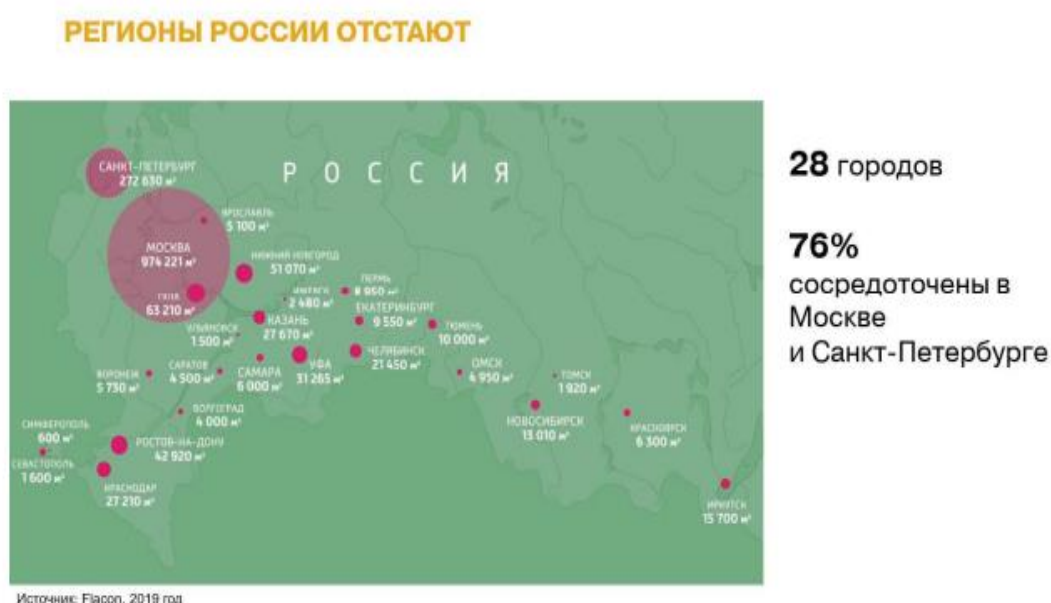


Рис. 4. Распределение культурных индустрий по регионам России¹⁴²

¹⁴² Площади креативных объектов // Flacon-X URL: <http://flaconx.ru/fund2019> (дата обращения: 26.06.2023).

Так как Москва является лидером креативных индустрий в России, мы представим ключевые проекты столицы. В столице открыты и действуют не только популярные музеи и галереи, но и многочисленные культурные кластеры, где посетители могут познакомиться с современным искусством и проникнуться московским креативным духом. Сегодня молодые активные предприниматели и художники переделывают заброшенные фабрики, заводы и склады под креативные пространства, вдыхая свежую творческую жизнь в бывшие промышленные помещения Москвы. Теперь на этих территориях открыты творческие мастерские, созданы рабочие места для фрилансеров, организованы лектории, проводятся выставки современного искусства, работают магазины, где можно купить эксклюзивные вещи ручной работы, кинотеатры на крыше и креативные кафе также ждут своих посетителей. Московский дизайнерский центр ArtPlay распахнул свои двери на фабрике «Красная роза». Работники фабрики «Красный Октябрь» могут ознакомиться с достижениями искусства в центре «АРТСтрелка», не выезжая при этом за ее пределы. Здесь представлены Институт архитектуры, медиа и дизайна, конструкторское бюро, современные магазины и бар с прекрасным видом и уникальной едой. На территории арт-кластера регулярно проводятся лекции, воркшопы, кинопоказы по темам урбанизма, развития городских пространств, дизайна среды. В Музее современного искусства «Гараж» проходят знаковые выставки современного искусства, интерактивные инсталляции, кинопоказы, концерты, фестивали, лекции. Дизайн-завод «Флакон» – один из лучших креативных кластеров Москвы и эпицентр культурной жизни столицы. Выставки, маркеты, вечеринки, концерты, фестивали стрит-арта, VR-аттракционы, квесты, офисы дизайн-студий и многое другое. Арт пространство ГЭС-2 открыто в здании старой электростанции, которая в свое время обслуживала Кремль. Сейчас помещение является резиденцией художников, архитекторов и других представителей творческих профессий. Проект реконструкции был разработан в бюро знаменитого Ренцо Пьяно. В обновленном помещении расположились апартаменты и мастерские для

художников, выставочные залы и огромная крытая пешеходная зона с разнообразными магазинами и кафе. Москва лидирует по числу организованных выставок в необычных местах. Организаторы надеялись, что такое размещение приблизит зрителя к объектам культурной сферы и стимулирует доходность подобной деятельности¹⁴³. Искусство создает продукт, ценность которого является безусловной. Общество готово его принять. Мир стремится к уникальности, которая наиболее ярко проявляется в местах, где есть традиции.

С 7 по 10 июля 2022 г. впервые в России прошел фестиваль «Российской креативной недели». В Парке Горького в Москве целый павильон был посвящен культурным индустриям и назывался «Created in Moscow», организованный Департаментом предпринимательства и инновационного развития Москвы и Агентством креативных индустрий. Павильон «Created in Moscow» – площадка для развития творческого бизнеса, где представители всех креативных индустрий столицы представляли свои проекты и арт-объекты. В павильоне проходила обширная программа для посетителей и представителей бизнеса, а также выставка современного искусства. В центре павильона разместилась цифровая выставка NFT-объектов платформы Masters digital. По QR-коду можно было не только посмотреть подробное описание каждой работы, но и приобрести их онлайн.

В рамках площадки была представлена Креативная Лаборатория (совместный проект со школой TUMO), в которой гости принимали участие в игровых активностях, связанных с графическим дизайном, 3D-моделированием, созданием музыки, разработкой игр, кинопроизводством, анимацией, программированием и робототехникой.

Также павильон включал в себя зону перформанса, где на протяжении первых двух дней фестиваля известный московский художник Bo Shee (Евгений Борщ) создавал свое произведение.

¹⁴³ Кулик, И. Художники осваивают заводы, фабрики и промзоны / И. Кулик [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/kulik.html> (дата обращения: 25.11.2022).

Опыт развития региональных городов России обратил наше внимание на программы Ростовской области¹⁴⁴. Стоит отметить, что Ростовская область всегда являлась промышленно развитым городом. Приборостроение и машиностроение – это ведущие сферы деятельности региона. Также в ВРП делают вклад химическая и пищевая промышленность.

В городе насчитывается более 25 заводов. Развитие области базируется именно на экономической прибыли от развития сельскохозяйственной отрасли и промышленности. Развитию культуры и сферы туризма отводится роль только в контексте одного из городов – организаторов Чемпионата мира по футболу 2018 года. В паспорте инновационного развития города фигурирует лишь одно культурно значимое место – Imaх кинотеатр.

В рейтинге регионов, которые активно занимаются разработкой инновационных продуктов, Ростов-на-Дону входит в первую двадцатку и занимает 19-е место. Согласно индексу креативных городов, Ростов-на-Дону занимает 425-е место. Это средний уровень креативности¹⁴⁵. С 2012 года в стране представляются лидеры инновационности и креативности. Рассчитывают показатели и оценивают эффективность регионов по таким важным направлениям:

- научные разработки;
- климат для осуществления инноваций;
- условия и принципы осуществления инновационной деятельности.

Однако, несмотря на такой взгляд администрации области, в Ростове-на-Дону формируются культурные кластеры, которые значительно влияют на весь культурный облик города. Как пример, культурно-деловой центр «С52»¹⁴⁶. Это креативное пространство вместило в себя всех желающих

¹⁴⁴ Инвестиционный паспорт города // Инвестиции и инновация Ростова-на-Дону [Электронный ресурс]. – URL: <http://investrostov.ru/?q=ru/node/151> (дата обращения: 15.01.2023).

¹⁴⁵ Об Ассоциации // Ассоциация инновационных регионов России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.i-regions.org> (дата обращения: 15.01.2023).

¹⁴⁶ Культурно-деловой центр // Креативный кластер с52 [Электронный ресурс]. – URL: <http://creativespace.pro/#promo> (дата обращения: 15.01.2023).

творческих представителей: там удачно созданы места как для работы, так и для досуга.

«Креативное пространство», расположившись в здании старой фабрики, смогло стать центром творческой и прогрессивной городской жизни. Здесь постоянно открываются самые современные выставки искусства, проводятся фестивали уличной культуры, организуются кинопоказы современных кинолент и проводятся лектории на интересные темы.

С целью создания обучающей инновационной среды был создан инженерный центр «Фабрика»¹⁴⁷. Это центр создан для предпринимателей и мастеров, которые развивают собственное дело. Специалисты Инженерного центра подсказывают за счет чего можно сократить издержки при производстве определенной продукции, а сам центр является пространством, где можно постигнуть новое ремесло и реализовать личные творческие идеи. Здесь, например, можно пройти такие курсы, как «Основы столярного дела», мастер-класс «Создание портрета в стиле поп-арт» или мини-курс «Основы кожевенного дела» и многие другие.

Театрально-выставочный центр MAKARONKA¹⁴⁸ – известное арт-место в Ростове. Здесь на выставочной площадке художники могут продемонстрировать свои работы всем желающим. Площадка открыта для представителей таких направлений, как музыка, кино, театр и в целом искусство. Центр Современной Культуры «Степь» – новое и уникальное место в Ростове-на-Дону, направленное на транслирование культурной жизни региона, страны. Основным направлением деятельности ЦСК «Степь» является ведение просветительской и выставочной работы. Центр на своем личном примере показывает доступность культуры для всех жителей и гостей города. И новый креативный кластер D30 – здесь проводят выставки

¹⁴⁷ Место, где вы можете начать свой бизнес с минимальными затратами // Инженерный Центр Фабрика [Электронный ресурс]. – URL: <http://fabrika-ic.ru> (дата обращения: 15.01.2023).

¹⁴⁸ Галерея 16-я линия – галерея современного искусства в Ростове-на-Дону // Арт-центр MAKARONKA [Электронный ресурс]. – URL: <http://16thline.ru> (дата обращения: 15.01.2023).

современных художников, театральные постановки и музыкальные фестивали.

Минкультуры Ростовской области на регулярной основе оказывает организационную и информационную помощь крупнейшей в регионе выставке «Арт-Ростов», которая проводится ежегодно в конгрессно-выставочном центре «Вертол-Экспо». Этот центр расположен в самом сердце столицы юга России и является крупнейшей региональной событийной площадкой такого плана.

В рамках популяризации и развития креативных индустрий Ростовской области заработал Центр «Мой бизнес» – предоставления господдержки Донскому бизнесу. В рамках развития инициативы реализуются проекты «Модное сообщество», IT-песочница, Бесплатная школа для самозанятых «Работай на себя» и Медиапроект «Самозанятые 3.0». В 2022 году заработал Центр развития культурных индустрий: сообщество, медиа, проекты. Он ставит своей целью показать деловому сообществу культурных деятелей и обсудить, как использовать региональный потенциал в сфере культуры, а также развивать культурные индустрии и арт-практики в Ростовской области. А в 2023 году ожидается открытие Регионального центра молодежного инновационного творчества и креативных индустрий. Центр ставит перед собой задачи поддержки инновационного творчества в целях профессиональной реализации молодежи, поддержки предпринимателей, проведения обучающих мероприятий по освоению возможностей широкого спектра оборудования, по развитию предпринимательских и технических навыков.

При активном участии Совета Федерации и Президентского фонда культурных инициатив правительство уделяет особое внимание развитию потенциала креативной индустрии. Сфера играет важную роль в развитии регионов. Она делает вклад в экономическую диверсификацию и развитие производственного сектора. Благодаря этой составляющей экономика региона наращивает экспортный потенциал. Активно развиваются туристическая отрасль, малый бизнес. Рынок труда пополняется новыми рабочими местами

и наращивает динамичность. Создаются резервы для активного развития моногородов, отдельных территорий.

Культурные индустрии являются потенциальными драйверами роста российской экономики и фактором укрепления технологического суверенитета России: человеческий и научно-образовательный потенциал, наличие крупных городов и точек формирования инновационных и промышленных кластеров, территорий с высоким туристским потенциалом. В 2022 г. Президент России Владимир Путин запустил программу грантовой поддержки проектов в области культуры, искусства и креативных индустрий в отдельную структуру – Президентский фонд культурных инициатив. Тема развития культурных индустрий и современных арт практик стала особенно острой и актуальной. Правительство Российской Федерации утвердило ключевые механизмы осуществления государственной поддержки развития креативных индустрий в крупных и крупнейших городских агломерациях на 2022–2024 гг.

Регион может эффективно развиваться, если власти понимают тенденции и перспективы происходящих в нем процессов, способствующих созидательной мысли каждого гражданина. Успешность развития креативного сектора зависит от подхода: важно обращать внимание на те индустрии, которые отражают культурный код территории. Креативная экономика уже усилила рост многих регионов, о чем постоянно говорят эксперты. Согласно Индексу инновационных городов (Innovation Cities™ Index 2021) городом-лидером является Москва, глобально конкурентоспособными городами – Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург. Волгоград и Ростов-на-Дону вошли в число городов, стремящихся к глобальной конкурентоспособности (рис. 5).

Объем экспорта креативных услуг в регионах-лидерах		РФ, %
г. Москва	1 310,7	76,7
г. Санкт-Петербург	236,0	13,8
Московская обл.	31,0	1,8
Новосибирская обл.	25,7	1,5
Татарстан	11,0	0,6
Калининградская обл.	9,6	0,6
Краснодарский кр.	8,9	0,5
Пермский кр.	7,4	0,4

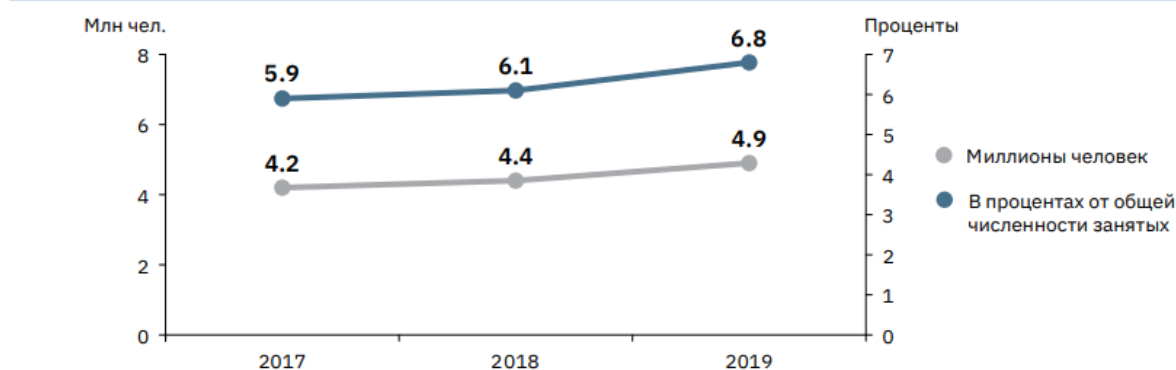
Источник: ЦБР РФ, аналитика LC-AV

Рис. 5. Объем экспорта креативных услуг в регионах-лидерах¹⁴⁹

Так, Н. Б. Маньковская отмечает, что изменяется и предпочтение развития качеств личности. Раньше ценились в человеке работоспособность и усердие, а сегодня упор делается на творчество, эмоции, способность предлагать неожиданные идеи¹⁵⁰.

В 2019 г. было зафиксировано, что в креативной экономике России работает 4,9 млн человек, это 6,8 % всех работающих взрослых людей в стране (рис. 6).

Занятость в креативной экономике России



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 6. Занятость в креативной экономике России¹⁵¹

¹⁴⁹ Index 2021: Europe // Innovation Cities. [Electronic resource]. – URL: <https://innovation-cities.com/europe-city-rankings-2021-most-advanced-innovative-cities/25737> (date of access: 20.01.2023).

¹⁵⁰ Маньковская, Н. Б. Эстетика постмодернизма = Esthétique postmoderne / Н. Б. Маньковская. – Санкт-Петербург : Алетей, 2000. – 346 с.

¹⁵¹ Эффекты коронакризиса для креативной экономики // Институт статистических исследований и экономики знаний URL: <https://issek.hse.ru/news/522653516.html?ysclid=ljf9ucuek1144310294> (дата обращения: 26.06.2023).

Подводя итоги, можно отметить, что культурные индустрии становятся важными движущими силами в развитии регионов России. На основе проведенного статистического и эконометрического анализа, даже в рамках первого этапа исследования, можно делать вывод о высоком потенциале трудовых ресурсов и больших накопленных нематериальных активах учреждений данных индустрий. Все это может быть конвертировано в экономическое развитие как отдельных организаций, так и в целом регионов, в которых они располагаются. В следующем параграфе мы рассмотрим роль и значение «творческого работника» в развитии культурных индустрий.

2.3. Творческий работник как субъект развития культурных индустрий

Согласно представлениям Д. Хезмондалша и Н. Гернхема, культурные индустрии появились и стали развиваться в условиях постиндустриального общества. Динамика этого процесса обусловлена наличием креативных ресурсов, способных обеспечить требования инновационной экономики, призванной решать проблемы общества. Ищутся новые смыслы. Авторы обращаются к уникальным формам, чтобы реализовать свой потенциал. В этом состоит значение культурных индустрий, которые дают такие возможности каждому творческому работнику¹⁵². Человеку интересна подобная занятость, он чувствует себя востребованным в условиях новой цифровой экономики.

Культурные индустрии стимулируют рынок труда, удовлетворяя потребности экономики и общества и давая возможность людям высказать свое мнение.

Внимание политиков, экспертов и ученых неизменно привлекают культурные индустрии в качестве перспективного сегмента экономики. Этот сектор демонстрирует наиболее значительный рост по сравнению с другими

¹⁵² Богатырёва, Е. А. Фактор времени в становлении культурных индустрий / Е. А. Богатырёва // Культурологический журнал. – 2012. – № 1 (7) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/118.html&j_id=9 (дата обращения: 24.11.2022).

отраслями экономики: он генерирует примерно 3 % мирового ВВП и обеспечивает работой около 1 % экономически активного населения планеты. Развитие культурных индустрий способствует росту малого и среднего предпринимательства, увеличению количества создаваемых рабочих мест, влиянию на диверсификацию и увеличение объемов несырьевого экспорта, привлечению талантливых личностей и формированию востребованных компетенций. Культурные индустрии также способствуют устойчивому инклюзивному росту, т. к. позволяют гражданам саморазвиваться, и способствуют формированию комфортного жизненного пространства.

Е. А. Богатырёва отметила, что культурные индустрии вносят свежую струю в занятость и оживляют рынок труда. Это ручная техника управления. Особенно важно вмешательство таких индустрий в состояние занятости, при котором она сокращена, и многие люди не могут приложить свои умения, не являясь активными участниками¹⁵³.

И здесь встает вопрос о роли творческого работника. Как современные представители Франкфуртской школы, такие как А. Хоннет, так и теоретики развития информационного общества, например Д. Белл, Дж. Бенигер, А. Тоффлер, Н. Гернхем, отмечают в своих работах, начиная с 1980-х гг., что культурные индустрии предоставляют все больше рабочих мест. Такую важную особенность развития современного общества необходимо тщательно анализировать в рамках разных теоретических парадигм, отвечая на такие существенные вопросы, как:

- Кто занимает рабочие места?
- Кто является новым работником?
- Какие основные характеристики ему присущи?
- Почему работники с данными характеристиками становятся ведущими в секторе культурных индустрий?

На эти вопросы мы постараемся ответить в данном параграфе.

¹⁵³ Богатырёва, Е. А. Фактор времени в становлении культурных индустрий / Е. А. Богатырёва // Культурологический журнал. – 2012. – № 1 (7). – С. 30 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.cjournal.ru/rus/journals/118.html&j_id=9 (дата обращения: 24.11.2022).

Сначала ответим на вопросы, какими компетенциями должен обладать новый работник культурной индустрии и кто является агентом культурных индустрий в современных городах. Творческие работники стали основным элементом развития культурных индустрий. Государство оказывало поддержку этой индустрии в сфере ИКТ.

«Креативный работник», который также известен как «творческий специалист», – это человек, которое создает или интерпретирует культурные ценности. Творческие профессии включают в себя журналистику, искусство, дизайн, театр, телевидение, радио, кино, связанные с ними ремесла, а также маркетинг, научные исследования и разработки.

Считается, что творческими работниками являются субъекты, которые имеют права, утвержденные Всемирной конвенцией об авторском праве и другими международными конвенциями, защищающими интересы производителей культурного продукта.

В России такие профессии регламентируются статьей № 27 Основ законодательства РФ о культуре¹⁵⁴.

Анализируя динамику расселения творческих работников по всему миру, британские и американские исследователи Ч. Лэндри, Ф. Бьянкини¹⁵⁵ и Р. Флорида¹⁵⁶ вводят понятие «креативного города» как места обитания «творческого работника», как приоритетное направление развития и управления городами. В политике и на местном уровне можно встретить стратегии, которые предполагают совершенствование жизни в городах.

«Креативные города» нуждаются в «культурных индустриях» и «творческих работниках». Города имеют возможность развиваться, только если эти элементы взаимодействуют между собой. Творческие индустрии развиваются благодаря происходящим в них инновационным процессам, предусматривающим использование креативных авторских идей.

¹⁵⁴ Закон Российской Федерации «“Основы законодательства Российской Федерации о культуре”» от 09.10.1992 № 3612-1 // КонсультантПлюс. – 01.01.2016.

¹⁵⁵ Landry, Ch. The Creative City / Ch. Landry, F. Bianchini. – London : Demos, 1995.

¹⁵⁶ Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида ; пер. с англ. – Москва : Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.

М. Матецкая установила¹⁵⁷, что творческий потенциал участвует не только в художественных процессах, создавая культурные блага. Креативность означает сегодня привлечение информации и уникальных знаний, которые стимулируют инновационные процессы. Подобная деятельность позволяет создавать идеи, которые впоследствии становятся общественными ценностями. Осуществление креативной деятельности по Й. Шумпетеру связано с использованием новаторских способностей. П. Дракер считал, что креативность подразумевает создание современных уникальных идей, которые воплощаются в различного рода ценности, важные для общества.

Общество стремится к высказыванию своих идей в творчестве. Компании уже поняли, что их конкурентное преимущество – внедрение в производство креативных нововведений. Такая деятельность давно осуществляется во многих областях человеческой деятельности. Управленческие технологии вобрали в себя множество творческих идей. Много их и в сфере образования, что уже повысило ее эффективность.

Р. Флорида отметил значительную роль творческого начала в формировании конкурентных преимуществ фирм на современном этапе. В своей книге он уделил внимание особенностям креативного класса, мощного человеческого потенциала, который может творить и поднимать компании на новый уровень развития¹⁵⁸.

Сфера культурной экономики масштабна и развивается особенно быстро в последние годы во всем мире. Конкурируют между собой креативщики, создавшие различные форматы и продукты. Компании, которые они представляют, функционируют с различной эффективностью. В творческих индустриях реализуется ресурс значительной интеллектуальной мощи, что аккумулируется в созданном креативном продукте.

¹⁵⁷ Матецкая, М. Творческие индустрии: перспективы социально-экономической трансформации / М. Матецкая // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2011. – № 3. – С. 192–206.

¹⁵⁸ Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида ; пер. с англ. – Москва : Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.

Р. Флорида указал на важность креативности в формировании новой экономики. Ее особенности проявляются в том, что это не товар, но объединяющее начало для системы, важными элементами которой являются нововведения, предпринимательство, экономические отношения, культура¹⁵⁹.

Креативщики нацелены не на карьеру, они не стремятся поддерживать имидж, и престиж для них находится на последнем месте. Материальная составляющая не является главным мотиватором в их деятельности. Им более важно работать в благоприятных условиях, которые позволят взрастить продукт с нуля, начиная с его идеи и раскрыть скрытые резервы своей личности. Для таких людей на первом месте находятся атмосфера в рабочем коллективе и стимулы творческого характера. Творческих работников Р. Флорида причисляет к когорте «богемы». Он пишет о том, что эффективность компании намного повышается, если в ее структуре трудятся творческие сотрудники и их достаточное количество. Они заражают своими идеями остальных, и производительность знаний значительно повышается.

При общении с людьми креативного мышления создаются новые идеи. Если сталкиваются творчество экономическое и технологическое, то создается принципиально иной продукт при непременном вмешательстве культуры и искусства. Художники передают свои знания другим сотрудникам предприятия. Это оказывает положительное воздействие на продуктивность труда всех работников, и компания выходит на новый уровень развития, генерируя еще больше прибыли. Многие сектора экономики уже ощутили на себе позитивное веяние и свежий воздух, идущий от области искусства. К ним относят сферы деятельности, близкие к созданию информационных технологий, рекламы и маркетинга, шоу-бизнеса, дизайна. Данные области в своей работе активно пользуются созданными культурными благами, внедряя культурные ресурсы в оборот.

¹⁵⁹ Florida, R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life / R. Florida. – Basic Books, 2002.

Творческие, креативные сотрудники наиболее восприимчивы к динамике, которая поглощает экономическую систему. Занятость в креативной сфере поступательно увеличивается и оплата труда в ней высокая. Согласно постулатам теории «эндогенного роста» успеха добиваются те страны, в которых больше всего компаний внедряют инновации и используют креативные возможности человеческого капитала. По мнению Р. Солоу, компании в сфере ИКТ развивались медленно вследствие того, что сотрудники не обладали необходимой квалификацией для создания новых продуктов. Развитие культурного сектора со значительным средоточием креативных работников при приемлемом уровне государственной поддержки подняло уровень многих государств и сделало их лидерами. Темп роста культурного сектора в таких странах обычно очень значителен¹⁶⁰.

В 1996 году американское господство в мировых СМИ является результатом усиленного внимания со стороны общества к высшему образованию и профессиональной подготовке при соответствующих инвестициях. Именно тогда Н. Гернхем¹⁶¹ создал документ, в котором приводит доводы в пользу получения высшего образования и уменьшения среднего уровня безработицы в этом секторе¹⁶².

Основным тезисом политики в отношении творческой отрасли является идея разрыва с прошлым. С одной стороны, это сдвиг фокуса от поддержки «традиционного» «высокого» искусства в направлении к поддержке «молодого», «модного» и «крутого». С другой стороны, это проведение в повседневную жизнь идеи творческой политики, которую можно представить, как «доступ», «совершенство», «образование» и «экономическая ценность». Н. Гернхем отмечает, что первоначально поддержка «культурных индустрий

¹⁶⁰ Солоу, Р. М. Экономическая теория ресурсов или ресурсы экономической теории. Лекция в честь Ричарда Т. Эли / Р. М. Солоу // Вехи экономической мысли. Т. 3. Рынки факторов производства / под общ. ред. В. М. Гальперина. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 1999. – С. 304–311.

¹⁶¹ Gorham and Partners Export Potential of the Cultural Industries, British Council. – London, 1996.

¹⁶² Garnham, N. Information society as theory or ideology / N. Garnham // Information, Communication and Society. – 1 June 2000. – Vol. 3, No. 2. – P. 139–152.

была направлена только на распределение и потребление товаров¹⁶³. Расширение доступа к искусству относится не только к аудитории, но и к производителям, что позволяет максимальному количеству людей реализовать свой творческий потенциал, накопить человеческий капитал и при этом быть конкурентоспособными на международной арене. «Креативный художник» занимает центральное место в таком развитии. Для креативного художника главным становится источник его гения, вдохновения или таланта.

Отметим также, что культурные индустрии развивались в социокультурном аспекте, и он признается весьма важным. Становление таких индустрий происходило в XX веке. В этот период происходили культурные изменения наряду с глобализацией всех процессов, усилившейся вследствие внедрения технологий информационного порядка. Таким образом, были заложены основы формирования общего культурного пространства.

М. П. Бадлуева и А. Б. Аюрзанайн отметили важность реализации проектов социокультурной и образовательной направленности в регионах, которые развивают территории¹⁶⁴. Это является частью реализации концептов креативных городов. Здесь задействованы образовательный и культурный концепты, которые развивают городскую инфраструктуру и усиливают потенциал территории. Воспитание таких работников – отдельная тема для исследования, так как значимость их растет в современном мире. Мы рассмотрим этот вопрос на примере реализации проекта «Мир на ладони» (Ростов-на-Дону).

При движении от сырьевой к инновационной экономике подготовка специалистов в сфере культурных индустрий приобретает особое значение. Эксперты отмечают возросшую роль образовательной среды современных колледжей и университетов, т. к. в учебных заведениях студенты уже не

¹⁶³ Garnham, N. Afterword: The cultural commodity and cultural policy, in The UK Cultural Sector / N. Garnham ; Ed. S. Selwood. – Policy Studies Institute, London, 2000.

¹⁶⁴Бадлуева, М. П. Новые тенденции функционирования и развития социально-экономической системы региона: развитие креативного потенциала / М. П. Бадлуева, А. Б. Аюрзанайн // Креативная экономика. – 2015. – № 8. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-funktsionirovaniya-i-razvitiya-sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy-regiona-razvitie-kreativnogo-potentsiala> (дата обращения: 10.02.2023).

только обучаются, но и разрабатывают творческие стартапы и инновационные продукты. В этом контексте следует отметить важность культурной компетентности человеческих ресурсов. Это понятие рассматривается без отрыва от понятия «культура». Так, компетентность означает наличие определенного опыта в некоторой сфере деятельности, о чем можно узнать из современных литературных источников¹⁶⁵.

В свою очередь культурная компетентность означает, что субъект в культурной среде обладает соответствующими навыками, используя умело определенные средства. Многие авторы сделали предметом своего изучения эту проблематику. Среди них можно назвать имена М. Н. Лебедевой, Т. А. Колосовской, М. Хэнсона, В. А. Адольфа и др. Российское пространство науки сравнительно недавно стало оперировать этим термином. Такая потребность обусловлена переходом к цифровой экономике. Общество стремится к информатизации. Новые требования предъявляются к творческим работникам в связи с этим.

Культурная компетентность предстает в разных видах, обладая чертами многокультурности, обретая особенности интеркультурности. Данные выражения синонимичны. Кристофер Эрли и Сун Анг предоставили трактовку этого понятия первыми в труде, посвященном феномену культурной образованности¹⁶⁶. Далее представления были развиты Д. Ливермором, который ввел в оборот понятие «кросс-культурная компетентность»¹⁶⁷. Культурная компетентность – это широкое понятие. Это не просто способности кросс-культурного вида. Данный навык развивается в течение всей жизни.

Эрли, Анг и Ван Дин считали, что культурная компетентность позволяет человеку общаться с разными народами наравне. Понятие находит свое

¹⁶⁵ Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – Москва : Изд. дом ИНФРА-М, 1998. – 476 с.

¹⁶⁶ Earley, P. C. Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures / P. C. Earley, S. Ang. – Stanford university press, 2003. – 400 p.

¹⁶⁷ Livermore, D. Leading with Cultural Intelligence / D. Livermore. – New York : AMACOM, 2015. – 241 p.

проявление в поведении, мотивации и способности к восприятию мира¹⁶⁸. В мире принята оценка культурной компетентности по установленной шкале. На основе такой шкалы также измеряют коэффициент интеллекта. Показатель определен по методике Л. Дина и С. Анга. Оценку уровня культурной компетентности ведут американские и сингапурские специализированные организации.

Т. А. Колосовская отметила, что культурная компетентность показывает уровень развития человека, который понимает, в какой среде живет, способен осознавать нечто новое, присутствующее в иных культурах, уже контактировал с представителями других народов и умеет сопереживать и понимать потребности других¹⁶⁹.

Р. Хенви рассмотрел, как формируется культурная компетентность в различных средах, уделив особенное внимание аспекту понимания кросс-культурных отношений. Автор отметил важность кросс-культурной грамотности, которая, по его мнению, состоит в том, что человек понимает идентичность каждого народа и его уникальность и делает различия между культурами. Автор предположил, что кросс-культурная грамотность проявляется в четырех измерениях:

1) индивид видит поверхностные странности, понимаемые им как экзотические, уникальные, не укладывающиеся в рамки, которые в обществе регулируются общепринятыми нормами.

2) индивид интересуется глубиной культуры и понимает, что разные культуры отличаются между собой;

3) индивид отдает себе отчет в том, что особенности чужой культуры не укладываются в его мировоззрение и даже может считать их нелепыми;

4) индивид чувствует культуру как ее представители. Сложно достичь такого уровня восприятия в силу того, что человек не готов настолько

¹⁶⁸ Earley, P. Ch. Redefining interactions across cultures and organizations: moving forward with cultural intelligence / P. Ch. Earley. – Oxford : Elsevier, 2002. – P. 271–99.

¹⁶⁹ Колосовская, Т. А. Формирование кросс-культурной компетентности будущих учителей : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Т. А. Колосовская. – Челябинск, 2006. – 195 с.

меняться. Для этого нужно уметь встать на место представителя другой культуры¹⁷⁰.

Э. Ф. Зеер¹⁷¹, А. М. Новиков¹⁷² и Н. Н. Гез¹⁷³ писали о том, что культурная компетентность позволяет человеку правильно понять традиции и культуру другого народа. Однако это требует значительных психических усилий, которые следует приложить к достижению понимания других.

В свою очередь, К. Эрли и Э. Мосаковски в своей работе «Культурная компетентность»¹⁷⁴ выделяют в культурной компетентности следующие составляющие: когнитивную, физическую и эмоционально-мотивационную.

Для того чтобы достичь высокого уровня когнитивной компетентности, недостаточно просто изучить (самостоятельно или на специальных классах, курсах или тренингах) традиции, обычаи, табу иной культуры. Следует выработать свою стратегию обучения: например, развивать логическое мышление.

Физическая составляющая культурной компетентности предполагает, что действия, манеры поведения свидетельствуют об уважении традиций и этикета иной культуры. Физический элемент культурной компетентности важен с позиции реагирования на происходящее, используя определенные жесты. К. Эрли и Э. Мосаковски отметили, что мотивационный элемент важен для эффективной коммуникации и противодействует возникновению непонимания между представителями разных культур.

Для развития мотивационной составляющей очень эффективно выполнение ситуативных упражнений, в ходе которых человек получает опыт, позволяющий перейти к более сложным задачам. Культурный человек лучше

¹⁷⁰ Хенви, Р. Достижимая глобальная перспектива / Р. Хенви ; пер. с англ. Я. М. Колкера и др. – Рязань, 1994. – 69 с.

¹⁷¹ Зеер, Э. Ф. Психология профессий : учеб. пособие / Э. Ф. Зеер. – Москва : Акад. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. – 329 с.

¹⁷² Новиков, А. М. Профессиональное образование в России: перспективы развития / А. М. Новиков. – Москва : ИЦНПО РАО, 1997. – 253 с.

¹⁷³ Гез, Н. Н. Формирование коммуникативной компетентности как объект зарубежных методических исследований / Н. Н. Гез // Иностранные языки в школе. – 1985. – № 2. – С. 23–26.

¹⁷⁴ Эрли, К. Культурная компетентность [Текст] / К. Эрли, Э. Мосаковски // Harvard Business Review – Россия. – 2004. – № 2. – С. 15–19.

адаптируется к новым условиям, ему легко понять, в каком направлении двигаться, что повышает его успешность во всем.

Итак, культурная компетентность – это навыки субъекта, позволяющие свободно использовать культурные средства и объекты своей страны и других народов, что позволяет современному человеку стать творческим работником и свободно участвовать в любом производстве в системе культурных индустрий.

Как мы уже отмечали ранее, в современной «креативной экономике», ключевое место играет «творческий работник». Знание и творчество является источником стратегического преимущества. Сфера образования призвана передавать знания тем, кто к этому стремится, о чем сказано в соответствующем документе, выпущенном Министерством образования¹⁷⁵. Культура будет развиваться только при условии ее воспроизводства и передачи лучших практик потомкам.

Образование развивается благодаря происходящей в нем культурной социализации. Все действующие лица этого процесса должны успеть сформировать необходимый уровень компетентности и понимать особенности жизни в обществе. Им следует соблюдать законы и правила жизни в государстве. Приняты критерии, согласно которым оценивают уровень социальной адекватности каждого человека.

Сегодня в России особенно остро стоит проблема, заключающаяся в социокультурных преобразованиях. В середине прошлого столетия перед обществом стояли подобные проблемы. И сегодня важно вести работу, способствующую созданию стабильной и эффективной экономики¹⁷⁶. В системе образования закладываются основы культурной компетентности каждого гражданина, которому предстоит жить в условиях информационного общества.

¹⁷⁵ Публичная декларация целей и задач Министерства образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://минобрнауки.рф/документы/5366/файл/4266/aims2015.pdf> (дата обращения: 20.02.2023).

¹⁷⁶ Флиер, А. Я. Культурология для культурологов / А. Я. Флиер. – Москва : Академический Проект, 2000. – 496 с.

Мир изменяется, поэтому нужно быстро адаптироваться к рынку труда, найти работу по душе, идти к развитию и самореализации. Об этом пишут многие авторы. Самообразование и самопрезентация сегодня играют очень важную роль.

Экономика развивается при содействии информации. Новые знания – драйвер трансформации и изменений в обществе и государстве. Конкурентные преимущества страны обусловлены уровнем культурной компетентности граждан. Они являются ключом к будущему каждой страны. Эти знания разности народов и культур помогают осознать свое место в мире.

Сегодня в эпоху информационных технологий, урбанизации и глобализации воздействие искусства на личность определяется формированием социокультурных компетенций. Н. Д. Мартыненко¹⁷⁷ отмечал важность в современных условиях массового искусства, которое вытеснило все иные. Сегодня зритель желает развлечься, увидеть масштабное действо. В этом состоит смысл новой социокультурной теории. Личность развивается под воздействием современной культуры. Человек ищет свое «я» и цель жизни. Культурные ценности люди осознают благодаря созерцанию предметов современного искусства.

Н. Р. Пермякова установила, что ученики и студенты признают большое значение искусства в становлении их как личностей с детских лет. Этот ключевой вывод позволяет отмечать существенность искусства по всем позициям¹⁷⁸.

Если рассмотреть современные арт-практики в данном контексте, то можно сказать, что они реагируют на любое новое событие и удовлетворяют сиюминутные запросы людей. Арт-практики, в данном контексте, выступают как противоречивый феномен относительно национальной культуры и духовности, таким образом, ту роль, которую они выполняют в формировании

¹⁷⁷ Мартыненко, Н. Д. Искусство как фактор формирования социального типа личности в условиях современной городской культуры: дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Н. Д. Мартыненко. – Курск, 2007.

¹⁷⁸ Пермякова, Н. Р. Искусство как фактор социализации студенческой молодежи / Н. Р. Пермякова // Труды СПбГУКИ. – 2015. – Т. 206. – С. 227–235.

культурной компетенции, является очень важной проблематикой. Выбранный нами проектный метод является универсальным способом формирования необходимых компетенций.

Проанализируем теперь, как на практике возможна реализация воспитания культурной компетентности в системе образования и культуры. Проект «Мир на ладони», в котором автор диссертации участвовал (с 2012 по 2018 год), реализовывался Центром по работе с одаренными детьми «Дар» и был поддержан Французским культурным центром «Альянс Франсез»¹⁷⁹, культурно-просветительским обществом донских и приазовских греков «Танаис»¹⁸⁰ и Российско-итальянским культурным центром «Данте Алигьери». В 2012 году руководство Центра «Дар» решило реализовать проект «Мир на ладони». Цель проекта состоит в ознакомлении детей с особенностями других культур, а также в формировании у них толерантного отношения к представителям иных народов. Педагоги решили научить детей понимать и видеть мир во всем его многообразии. Молодое поколение приобщили к изучению феномена «культурная идентичность». Примером взаимодействия культур выступили отношения между людьми, живущими в ЕС и РФ. Цели и задачи проекта следующие:

- проект направлен на объяснение особенностей мультикультурности в современном мире и разрешение противоречий, которые могут возникнуть в процессе получения знаний о ней.

Проект решает такие задачи:

- раскрытие творческого потенциала посредством арт-практик;
- содействие заинтересованности в изучении других культур, языка своей страны и других;
- содействие креативности учеников в процессе познания нового;

¹⁷⁹ Альянс Франсез Ростов-на-Дону [Электронный ресурс]. – URL: <http://afrus.ru/rostov/ru/2014/12/895> (дата обращения: 10.03.2023).

¹⁸⁰ Грандиозный фестиваль греческой культуры прошел в Ростове-на-Дону // Культурно-просветительское общество донских и приазовских греков «Танаис» [Электронный ресурс]. – URL: <http://rostovgreek.ru/grandioznyj-festival-grechskoj-kul> (дата обращения: 20.02.2023).

- создание благоприятных условий для формирования основ коммуникативной компетентности;
- организация качественного процесса образования;
- использование в учебном процессе междисциплинарного подхода к получению новых знаний, изучение смежных областей наук (искусствоведение, иностранная филология, культура, история).

Проект направлен на наработку навыков межкультурного общения, содействие заинтересованности в изучении культуры народов Европы и своей страны. В ходе намеченных мероприятий молодые люди познают историю народов, которые проживают на российском юге, а также узнают особенности культуры иных народов, проживающих в других странах. Проект имеет практическое значение, определяющееся тем, что ученики контактируют и общаются с представителями иной культуры на их языке.

Предпринимались попытки сформировать терпимое отношение к другой культуре. Молодые люди принимали участие в конкурсах рисунков, мастер-классах, лекциях, участвовали в выставках городских музеев и центров современного искусства. В реализацию проекта вовлечено более 5000 учеников школ города. Мероприятия по проекту рассчитаны на одновременное участие в них 100 учащихся. Проводились интересные тематические викторины, целью которых было предоставление знаний о разных странах и культурах. В итальянском проекте участвовали 193 ученика. В днях Греции было задействовано 165 учащихся школ города. Такие культурные центры, как указанные нами выше, позволяют учащимся не только расширить свои знания о других культурах, приобрести коммуникативный опыт, но и «окунуться» в жизнь и мир этого народа. Сотрудничество с культурными центрами дает возможность победителям и участникам творческих инициатив проекта расширять не только свои знания о культурах, но и совершать географические открытия. Так, победителю Интернет-викторины «Православные святыни Греции» Культурно-просветительское общество «Танаис» в качестве подарка победителю преподнесло

паломническую поездку в Грецию¹⁸¹. Школьники, участвующие в Днях Европы, смогли познакомиться и пообщаться с послами Европы, представителями Болгарского, Польского, Британского культурных центров, послушать лекции, принять участие в дебатах и круглом столе преподавателей Германии, Англии и Южного федерального университета¹⁸².



Рис. 7. Количество учреждений-участников и учащихся за время реализации проекта¹⁸³

Молодые люди, интересующиеся языком, культурой и искусством других стран, выходят за рамки обыденности и применяют свои творческие способности, общаясь со сверстниками, проживающими в иных государствах. Проект имел целью расширение существующих горизонтов, формирование нравственных ценностей, тренировки терпимости. Стоит отметить изменения, которые коснулись культурной идентичности с течением времени и сменой эпох. Сегодня требуется культурная идентификация, которая только усиливается. Проект помогает детям определить свои жизненные приоритеты

¹⁸¹ В Ростове-на-Дону прошли Дни греческой культуры, приуроченные к празднованию Дня Независимости Греции // Ассоциация Греческих Общественных Объединений России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.agoor.ru/news/item/197-v-rostove-na-donu-proshli-dni-grecheskoy-kultury-priurochennye-k-prazdnovaniiyu-dnya-nezavisimosti-gretsii.html> (дата обращения: 20.02.2023).

¹⁸² Дни Европы в Ростове-на-Дону [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.eur.ru/rostov> (дата обращения: 10.02.2022).

¹⁸³ Рисунок составлен автором.

и высказывать свое мнение, показывать свои достоинства, говорить на других языках и познавать многоликость культур.

Проектный метод, который был использован нами, предполагает независимую познавательную активность школьников на заданную тему или проблему. Что важно, мы привлекаем внимание не только к гуманитарным предметам, но стараемся сделать этот проект междисциплинарным. Процесс формирования социально-культурной компетентности вполне трудоемкий и сложный. Проекты в данной сфере имеют большой потенциал для решения многих культурных и социальных вызовов нашего времени. Образование стимулирует развитие гражданского общества. Важно реализовать проекты, которые позволяют детям проявлять терпимость к непохожести других людей на всех уровнях, особенно познавая другие культуры.

Инновационная экономика нуждается в творческих людях с хорошим современным образованием. М. Кох отметила важность культурного образования для построения глобального взаимодействия людей, которые могут применить свои способности и умения для общего блага¹⁸⁴. Культура определяет личность и общество, позволяя им контактировать на принципах толерантности, с передачей лучших практических наработок последующим поколениям.

Вовлекать современных детей и молодежь в культурные проекты – это давать возможность социализироваться, осваивать знания, языки, символы, ценности, нормы, обычаи, традиции не только своего народа, своей социальной группы, но и всего человечества.

Культурные индустрии важны и интересны с разных ракурсов, как в теоретическом, так и в практическом измерениях. Это утверждение является обоснованным. Развитию культурных индустрий способствуют деятели искусства и ученые в разных сферах человеческой деятельности, власти городов. Городская среда нуждается в построении качественного креативного

¹⁸⁴ Kircher-Kohl, M. Diversity and Cooperation. Cultural Education in Austria – Strategies for the Future / M. Kircher-Kohl. – 15.05.2007.

пространства. Всё это лучшим образом реализуется в триаде «образование» – «культура» – «город».

Выводы:

В современной России анализ западного и отечественного подхода к созданию и функционированию культурных индустрий имеет принципиальное значение, так как страна ставит перед собой задачи модернизации и гуманизации производства. Важно сохранить исторические традиции и культурные ценности, одновременно интегрируясь в современное экономическое и культурное мировое сообщество. В последние годы в России уделяется повышенное внимание развитию культурных индустрий. Это связано с несколькими факторами, включая очевидные издержки сырьевой модели.

Проработанной нуждаются исследования и проекты такого рода, которые постепенно накапливают фонд как практических исследований, так и уже реализованных проектов в области культурных индустрий. Это связано с повышенным интересом администраций ряда регионов России к теме культурных индустрий, застарелым проблемам в сфере культуры, формированию новой «инновационной» модели экономики в отечественной экономике, функционированию культурных институтов, учреждений, организаций и творческих субъектов. Мировой опыт, в данном случае, должен быть основой для теоретической базы.

Творческие профессии существуют уже более 500 лет, однако за последние десятилетия восприятие и статус этих работников претерпели значительные изменения. Конец 1990-х годов стал переломным моментом, когда спрос на творческих работников стал расти, причиной этого послужил интернет-бум. Креативность, талант и творчество стали одними из ключевых ценностей экономического развития городов по всему миру. Эта тенденция была описана в книге Ричарда Флориды «Творческий класс». Корпоративные исследования и разработка продуктов и услуг специально для творческих

работников начали возникать, поскольку компании нанимают всё большее число творческих сотрудников, чтобы иметь конкурентное преимущество в области инноваций. Труд стал пониматься как «нематериальный», «креативный» и «нестабильный».

Культурные индустрии не могут развиваться бессубъектно, таким субъектом в данном контексте выступают «творческие работники», «творческий класс».

Рассмотрев некоторые примеры становления культурных индустрий в ряде европейских и отечественных регионов, мы делаем вывод, что во многих регионах России данный процесс происходил спонтанно и, в основном, благодаря «творческим работникам», которые привносят в города новый формат галерей, театров, центров и других культурных объектов. Однако с 2022 года, после принятия ряда законов и инициатив, развитие культурных индустрий принимает системный характер за счет политического курса. Экономическая выгода и бизнес-проекты таких культурных объектов четко регламентируются на законодательном уровне.

Опираясь на анализ европейских и российских городов, отметим, что наибольшее количество творческих работников находится в крупных городах и столицах. Например, Берлин превратился в один из самых горячих стартап-центров Европы. Столица Германии – это молодой, динамичный город, полный творческих, неординарных людей. Он вдохновляет и позволяет познакомиться с новыми людьми, акционерами. Такие города становятся не только привлекательными для творческих работников, но и повышают свою экономическую и культурную значимость. В России такие города – Москва и Санкт-Петербург.

Сеть творческих городов ЮНЕСКО¹⁸⁵ организована в 64 городах мира. Здесь царит инновационный и креативный дух, который стимулирует развитие

¹⁸⁵ 64 города включены в Сеть творческих городов // ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.unesco.org/news/64-goroda-vklyucheny-v-set-tvorcheskih-gorodov-yunesko> (дата обращения: 04.02.2018).

территорий, власти осуществляют поддержку этой инициативы. Список таких городов пополняется с каждым годом.

Современное искусство является одним из ключевых соединительных элементов трех важных составляющих: творческих работников, культурных индустрий и креативных городов. Современное искусство обладает важными характеристиками, которые следует учесть. Целесообразно в комплексе проводить оценку жанров и стилистики, объективно оценивая и прогнозируя тенденции будущего развития культурных индустрий. Оценки затрагивают не только сектор искусства. Интересным будет также исследование текущего состояния и тенденций развития кино, игр, дизайна, музыкальной отрасли. Данный феномен мы рассмотрим в третьей главе.

ГЛАВА 3. АРТ-ПРАКТИКИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

3.1. Социокультурный контекст возникновения и развития современных арт-практик

В начале 2008 года был опубликован первый отчет о креативной экономике Организации Объединенных Наций (ООН). Культурные индустрии играют все более важную роль в развивающихся странах, предоставляя новые возможности для бурного роста. Вместе с самыми динамично развивающимися секторами мировой экономики, культура и искусство могут стать мощными драйверами создания рабочих мест, развития инноваций и социальной интеграции. Современные арт-практики, которые ранее считались периферийными в экономическом развитии, теперь занимают центральное место. Это является одним из ключевых выводов, изложенных в докладе. В настоящий момент мировая экономика проходит через сложный переходный период, отмеченный глобальной рецессией и замедлением прогресса в достижении целей развития тысячелетия. Однако, несмотря на эти вызовы, культурные индустрии предлагают уникальные возможности для развивающихся стран. Во-первых, они способствуют созданию рабочих мест. Культурные проекты, такие как фестивали, выставки и театральные постановки, требуют участия множества людей, от художников и актеров до технического персонала и организаторов. Это создает новые рабочие места и способствует развитию местной экономики. Во-вторых, культурные индустрии способствуют инновациям. Творчество, знания и технологии, объединенные в сфере культуры и искусства, стимулируют развитие новых идей и подходов. Культурные проекты могут быть источником инноваций в различных областях, включая дизайн, моду, мультимедиа и многие другие. Это способствует развитию экономики и повышению конкурентоспособности страны. Наконец, культурные индустрии способствуют социальной интеграции. Они объединяют людей разных культур, национальностей и

возрастов вокруг общих ценностей и интересов. Культурные проекты могут стать площадкой для диалога, взаимопонимания и сотрудничества, способствуя созданию гармоничного общества. В заключение, культурные индустрии представляют собой новые возможности для развивающихся стран. Они могут стать мощными драйверами экономического роста, создания рабочих мест, развития инноваций и социальной интеграции. Важно осознать потенциал, который культура и искусство могут предложить, и инвестировать в их развитие. Это позволит странам достичь устойчивого развития и процветания в глобальной экономике. Причиной тому стали социокультурные события XX века, когда происходили знаковые события, навсегда изменившие облик западноевропейской цивилизации. Серьезные изменения затронули все сферы жизнедеятельности человека: политическую, экономическую, социальную, культурную. Вторая мировая война (1939–1945 гг.) стала кульминацией цепи кризисов первой половины XX века. Во время войны были уничтожены памятники культуры и искусства, разрушены города и человеческие судьбы. В результате всех произошедших трансформаций коренным образом изменилось мировоззрение человека и тип его сознания, что привело к формированию новой культурной ситуации, охватившей обозначенный временной период. Весь социокультурный фон двадцатого столетия пронизывают две магистральные парадигмы, которые принципиально отличаются от всей предшествующей культуры – это модерн и постмодерн.

XX век – один из самых противоречивых культурно-исторических периодов в мировой культуре. Он ознаменовал новый виток в формировании человечества, который в корне изменил парадигму развития западной цивилизации. Видоизменялись и перестраивались практически все сферы жизнедеятельности, происходило прогрессивное развитие в области науки и технологии, появлялись новые отрасли, улучшался уровень жизни. Индустриализация, захватившая западноевропейский мир в XIX веке, трансформировала социально-экономический уклад, внедряя промышленное

производство в повседневный обиход. Страны Запада постепенно развивали экономические отношения, имеющие капиталистический окрас, что впоследствии привело к процессам индустриализации, поменявшим на протяжении XIX века социальную и экономическую жизнь общества. В XX век человек «шагнул» уже из мира, в котором производство и техника были его неизменными спутниками. Произошли многочисленные открытия в области естествознания, подняв такие науки как физику, биологию, химию на несколько ступеней выше в своем развитии. Двадцатый век, столь развитый и подкованный во всех областях жизнедеятельности, всё же не был готов к кризисным ситуациям, которые оставили большие «борозды» на поле культуры. Вместе с тем человек терялся и растворялся в этом меняющемся до неузнаваемости мире.

В этот период утверждается индустриальный тип культуры. Переход к индустриальному производству повлек за собой перестройку практически всех сфер жизнедеятельности. Машинное производство вошло в жизнь человека, заменяя ручной труд. Изначально стремительные процессы роста заводов свидетельствовали о продуктивности работы, но достаточно скоро стало очевидно, что человеческий потенциал остается «неизрасходованным», в результате наметились тенденции безработицы, спад капиталовложений, повлекший экономический кризис, низкие покупательские способности. Очень быстро обнаружились минусы нового экономического уклада и социального положения человека.

Поэтому наиболее сильные изменения произошли в мире искусства. Художники и писатели изменили свой взгляд на жизнь после войны и стали привносить в искусство совершенно новые формы, вкладывать иные цели и значение в свое произведение. После войны страсти улеглись, не желая больше смерти и отчаяния, художники искали вдохновения в развитии искусства.

Среди видных представителей философии осознания кризиса, которое формируется в это время, выделяются Н.А. Бердяев, О. Шпенглер, К. Ясперс,

Й. Хейзинга, Х. Ортега-и-Гассет. Шпенглер связывает наступление эры цивилизации с смертью культуры, Хейзинга говорит о разрыве с основными устоями прошлого и об изменениях в духовной составляющей нашей эпохи: «Шатается все то, что прежде казалось незыблемым и священным: истина и человечность, право и разум»¹⁸⁶. В этот период происходит утрата базовых ценностей мира, что представляет собой определенный переломный момент и смену модели мира. Ортега-и-Гассет подчеркивает важность высших ценностей, которые оказались «заблокированными» в ходе истории и предостерегает общество от дегуманизации искусства и утрате ориентира на духовные ценности. Эти высшие ценности в ходе истории оказались «заблокированными». В статье «Кризис искусства» Н. А. Бердяев обсуждает проблему дегуманизации искусства и превращения высокой культуры в массовую: «Окончательно померк старый идеал классически-прекрасного искусства. Создается бессилие творческого акта человека. Человек хочет сотворить еще никогда не бывшее, но он не создает уже тех совершенных и прекрасных творений, какие создал человек былых эпох. В современном искусстве дух как будто бы идет на убыль, а плоть дематериализуется. Это очень глубокое потрясение для пластических искусств. Мир меняет свои покровы. Ветхие одежды бытия гниют и спадают»¹⁸⁷. Именно поэтому начинается поиск новой формы, которая позволила бы создать новый творческий метод. Так, в искусстве появляется модернизм – как отдельное направление, которое включает совокупность разных стилей. Центрами модернизма, по мнению исследователей, считаются Франция, Германия, Италия и Россия.

Модерн есть социокультурная концепция, предопределившая дальнейшее развитие культурной ситуации конца XX и начала XXI веков. А модернизм, в свою очередь, понимается как художественная практика эпохи

¹⁸⁶ Хейзинга, Й. Тени завтрашнего дня. Человек и культура. Затемненный мир: эссе / Й. Хейзинга. – Санкт-Петербург : ИД Ивана Лимбаха, 2010. – Р. 19.

¹⁸⁷ Бердяев, Н. А. Кризис искусства / Н. А. Бердяев // Н. Бердяев. Философия творчества, культуры и искусства., Москва : Искусство, 1994. Т. 2.

модерна, как практика искусства, сформировавшая новый язык, отвечающий общим установкам модерна и способный отразить меняющийся до неузнаваемости мир человека. Направления в живописи, которые относят к эпохе модернизма: *кубизм* зачастую считают первым направлением в модернизме, *футуризм*, *экспрессионизм*, *абстракционизм*, *сюрреализм*, *дадаизм* и «*новая нью-йоркская школа*». Данные арт-практики сформировались в определенных условиях, которым свойственны изменения. Особое влияние на художников оказывали философия, психология и социокультурный контекст. Организуя движения и группы по направлениям живописи, художники проникались новыми идеями, освежали взгляд на обыденные вещи, меняли концепцию творчества¹⁸⁸. Например, футуристы, преследовавшие общие цели в искусстве. Данные партнерства содействовали установлению доверительных отношений между представителями творческих профессий. Если художник являлся членом такого сообщества, то его авторитет в этой среде был высоким, а заслуги оцененными.

Однако вхождение в такие сообщества мешает быть каждому художнику индивидуальным и противоречит закону создания уникальных работ в атмосфере независимости. Художники стремились искать новые способы самовыражения, используя для этого разные средства¹⁸⁹.

Модерн стремится разорвать нити, связывающие XX век с классическим наследием, он отторгает академизм в самом широком смысле слова. Парадоксальность отвержения заключается в обращении к тому, что отторгается в результате модерна (особенно в начале века), фактически «застревает» на прошлом, но это обращение имеет своей целью не только отрицание, но и пересмотр. Таким образом, антитрадиционные настроения разрушают классические концепции и рожают новое художественное и

¹⁸⁸ Глущенко, К. В. Многообразие форм современного искусства: контекстуальность проблемы / К. В. Глущенко // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2011. – № 3(4) [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/mnogoobrazie-form-sovremennogo-iskusstva-kontekstualnost-problemy> (дата обращения: 26.04.2023).

¹⁸⁹ Демпси, Э. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству / Э. Демпси ; пер. с англ.: В. Крючкова, Е. Чура. – Москва : Искусство-XXI век, 2008. – С. 23.

социальное сознание, которое выстраивается в единый вектор культуры – модерн. Модерн – сложен и неоднозначен, его оценки противоречивы, однако если обращаться к сфере искусства, то модерн можно назвать парадигмой, вдохнувшей «жизнь» в культуру. Ф. Гваттари, Э. Бенвенист, Н. Б. Маньковская, В.В. Бычков отмечают, что искусство играло в культуре уже принципиально иную роль, чем это было еще 100 лет назад. В настоящее время художникам уже не важен реализм изображения или традиционное техническое мастерство, так необходимые творцам прошлого.

И. Г. Мосин писал о том, что в искусстве традиционном особенную важность обрели сцены повседневности¹⁹⁰. Также автор акцентировал внимание на важности запечатления религиозных и мифологических объектов в культурных образцах прошлого. Много в культуре традиционной также показано исторических событий, которые трогали умы и воображение творцов. Искусство и общество далее стали объединяться другими связями. Что привело к изменению данной исторической связи между искусством и обществом? Эми Демпси отметила важность и роль фотографии в становлении и развитии искусства и восприятия художников, которые стали изображать картины более реальными. Абстрактное искусство возникло как ответ на запросы, поступающие от людей, желающих увидеть мир в нереальном представлении. Художники перестали работать на заказ, продавая свои работы аристократам и обеспеченным людям. Если была возможность писать не на заказ, художник мог более свободно творить¹⁹¹.

Постепенное крушение основополагающих установок модерна привело к формированию новой культурной парадигмы – постмодерну. В. Пигулевский отмечает, что на восприятие искусства с середины XX века влияют мастерство и вкус: «Искусство переосмысливается онтологически как бытие в контексте культуры, и в результате возникает постклассическая

¹⁹⁰ Мировое искусство. Направления и течения от импрессионизма до наших дней (Иллюстрированная энциклопедия) / автор-сост. И. Г. Мосин. – Санкт-Петербург : СЗКЭО Кристалл, 2006. – 189 с.

¹⁹¹ Демпси, Э. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству / Э. Демпси ; пер. с англ.: В. Крючкова, Е. Чура. – Москва : Искусство-XXI век, 2008.

модель, где может быть использовано все что угодно, смысл и значение чего определяется не мастерством и вкусом, а контекстом культуры»¹⁹². Дальнейшее развитие концепций становится особенно важным. Художник в своих работах отражает свой личный замысел, взгляд на мир, это и сама презентация арт-объекта. В целом, идея обладает значительным художественным интересом. Под идеей понимается совокупность художественных ценностей. В этой связи стоит отметить принципиальную роль, которую начинает играть концептуальное искусство, которое определило вектор развития всего общества. Искусство уже не заключается в строгие этические рамки. Обыденность оставлена далеко позади. Современное искусство пронизано прорывными идеями. Авторы воспринимают мир по-своему. Материальный мир представлен ими в деталях в виде объектов художественной ценности. Арт-практики отличаются тем, что важным в них является идея или посыл автора.

Задача арт-практик – показать во множестве форм, представить, какими различными способами находит свое воплощение внутренняя потребность художников. «Сама по себе художественная активность проявляется в осознании красоты внешнего мира и предоставления своего взгляда на нее с использованием конкретных средств передачи. Окружающая художника реальность – это источник вдохновения, материал для творчества и создания арт-объекта»¹⁹³.

Искусство постмодернизма акцентируется на регулярно меняющемся представлении об окружающей действительности, а это в свою очередь ведет к изменению форм и средств воплощения творческих идей. Сегодня искусство вышло за пределы музеев и выставок и поглотило пространства заводов и фабрик. Выставки современного искусства проходят в стенах больших зданий, ранее отведенных под производство. Выставки произведений проходят в

¹⁹² Пигулевский, В. О. Искусство и арт-практика / В. О. Пигулевский. – Харьков : Гуманитарный центр, 2019. – 195 с.

¹⁹³ Энциклопедия искусства XX века / автор-сост. О. Б. Краснова. – Москва : ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2002. – С. 94.

новых креативных пространствах. На фабриках и заводах работников знакомят с объектами современного искусства. Промзоны отведены под устройство арт-центров, пользующихся популярностью у посетителей.

Один из главных отечественных исследователей направления постмодернизма И. П. Ильин писал: «Прежде всего, постмодернизм выступает как характеристика определенного менталитета, специфического способа мировосприятия, мироощущения и оценки как познавательных возможностей человека, так и его места и роли в окружающем мире»¹⁹⁴.

Искусство XX века возникло именно благодаря техническому прогрессу. Отметим, что для искусства ориентир на научные достижения – вполне характерная черта. Это проявляется не только в архитектуре, поскольку именно она напрямую связана с развитием науки и техники. На протяжении всей мировой истории культуры две картины мира: научная и художественная – тесно переплетаются друг с другом. В конце 1950-х гг. в художественной культуре возникает новый феномен, который нарекают оригинальным названием «поп-арт». Поп-арт – это определенный промежуточный период в искусстве между модернизмом и постмодерном. Наиболее яркими и важными направлениями в художественной культуре постмодернизма являются: *поп-арт, хеппенинг, движение «флюксус», концептуализм, минимализм и видео-арт*. Данные направления мы подробнее рассмотрим в следующем параграфе.

Современные художники вынуждены работать в быстро меняющемся и постоянно технологически развивающемся мире, который еще и культурно разносторонний. Их искусство – это яркое сочетание материалов, методов, концепций и предметов, которые противоречат традиционным нормам и далеко не всегда поддаются понятному объяснению. Современное искусство достаточно разнообразно, но оно не подчиняется общим принципам и идеям.

¹⁹⁴ Ильин, И. П. Постмодернизм. Словарь терминов / И. П. Ильин. – Москва : ИНИОН РАН (отдел литературоведения) – INTRADA. 2001 – 206 с.

В социуме регулярно наблюдается культурный диалог в разных ракурсах, с привлечением как творческих личностей, так и профессиональных сообществ.

Современный художник может принадлежать к определенному «сообществу», сформированному вокруг конкретной художественной деятельности, или же быть «художником-предпринимателем». В первом случае он не выступает как отдельная личность, а является частью коллективного процесса творчества. Во втором случае он становится участником социально-экономических отношений. Вместе с тем искусство развивается как индустрия, и процесс художественного творчества претерпевает значительные изменения. Таким образом, коммерциализация культуры влияет как на саму модель культурного пространства, так и на художников, которые в него включены. На протяжении последних десятилетий художники сталкиваются с новыми вызовами и возможностями. Развитие информационных технологий и интернета позволило им расширить свою аудиторию и продвигать свое искусство в масштабах, недоступных ранее. Многие художники используют социальные сети и онлайн-платформы для продажи своих работ, привлечения спонсоров и установления контактов с другими творческими людьми. Однако эти новые возможности также создают конкурентные условия, где художники должны уметь продвигать себя и свои работы. Они должны быть не только талантливыми художниками, но и уметь осваивать маркетинговые и предпринимательские навыки. Большинство современных художников сталкиваются с необходимостью разработки стратегий самопродвижения, создания уникального бренда и управления своими финансами. Таким образом, современный художник должен быть гибким и адаптивным, способным находить свое место в развивающейся индустрии искусства. Он должен уметь сочетать свое творчество с предпринимательским мышлением, чтобы добиться успеха и признания в современном мире искусства.

Как отмечает О. А. Чуворкина, «современный художник обращается к социальным проблемам с целью зацепить внимание зрителя: само именование социальных проблем становится актом коммуникации»¹⁹⁵.

Арт-практики оказали сильное влияние на развитие городов, музеев, библиотек и галерей, поскольку они являются неотъемлемой частью креативной экономики, основанной на культуре, искусстве и непосредственно экономике.

Одна из главных идей данной главы заключается в том, что вариант интерпретации креативной экономики имеет особую важность. Этот вариант позволяет рассмотреть не только культуру и искусство, но и их тесную связь с производством, а также влияние на распределение прибыли и потребление товаров и услуг. Как отмечают исследователи креативной экономики Е. В. Егоров и Е. А. Мешек, «культура и искусство являются не только важным компонентом экономического развития, но и пронизывают все отрасли креативной экономики»¹⁹⁶.

К культурным индустриям относят архитектуру, дизайн, моду, музыку, кино и т. д. Всего, как определили, опираясь на классификации зарубежных стран, в ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, в России их 16¹⁹⁷. Самым ключевым и быстроразвивающимся сектором культурных индустрий является ИТ и видеоигры, реклама, мода и арт-индустрия.

Культурные индустрии развивались под влиянием современного искусства. Искусство и культурные индустрии взаимодействовали между собой, что не обошлось без таких противоречий:

- наличие креативных секторов, которые сложно причислить к культурным индустриям;

¹⁹⁵ Чуворкина, О. А. Фигура автора после «Смерти автора» / О. А. Чуворкина // Артикульт. – 2013. – № 2 (10). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/figura-avtora-posle-smerti-avtora> (дата обращения: 24.04.2023).

¹⁹⁶ Егоров, Е. В. Место культуры и искусства в креативной экономике / Е. В. Егоров, Е. А. Мешек // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 4. – С. 331.

¹⁹⁷ Салтанова, С. В. Картоотека: креативные индустрии в России. Творчество как двигатель экономики / С. В. Салтанова // Научно-образовательный портал IQ. – 06.08.2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://iq.hse.ru/news/492970553.html> (дата обращения: 26.04.2023).

– неопределенность творческих секторов с позиции важности для политики, которые нередко не заинтересованы в развитии культуры, если она не приносит дохода.

Общество вкладывает в развитие искусства усилия, политики хотят видеть в нем возможность генерации прибыли.

Согласно данным «Института статистических исследований и экономики знаний», в 2019 году большой процент прироста креативного рынка в России (348 из добавочных 399 млрд руб.) обеспечили именно реклама (+48 %) и информационные технологии (+36 %). В пятерку наиболее динамично развивающихся прочно вошли такие сферы, как мода, телерадиовещание, музыка, исполнительское искусство и культурно-досуговые учреждения. Арт-индустрия 14,8 млрд руб. и культурное наследие 4,9 млрд руб., что является достаточно хорошим показателем для творческого сегмента.

Галереи, музеи, выставочные комплексы создают уникальные выставки, перформансы, мультимедийные пространства, чтобы привлекать зрителей, увеличивать прибыль и создавать уникальный продукт. Всё это в культурных индустриях возможно благодаря художникам, «творческим работникам», а также современным направлениям и стилям в арт-практиках.

3.2. Стили и направления в современных арт-практиках

Современное искусство представлено в разнообразии периодов и форм, что обусловлено особенностями использованного для создания арт-объектов материалов. Отметим, что принцип нарратива, активно используемый постмодерном, раскрывает вторую базовую черту этого культурного феномена – плюрализм. Важный момент заключается в том, что любой рассказ, любое повествование в постмодерне имеет право на существование, следовательно, будет признаваться, но без возможности претендовать на объективную истину – в этом суть постмодернистского плюрализма. «Именно принцип плюрализма является фундаментальным для осмысления

постмодернизма, и уже непосредственно из него вытекают такие производные его характеристики, как фрагментарность, децентрация, изменчивость, контекстуальность, неопределенность, ирония, симуляция, которые, в свою очередь, определяют специфику постмодерной культуры – культуры, пронизанной постмодернистским мироощущением»¹⁹⁸. Ему не свойственно следование идеологии, общепринятой на данном этапе развития общества¹⁹⁹. Целесообразно изучить направления, свойственные для арт-практик, реализуемых сегодня.

В. В. Бычков отметил характеристики и признаки арт-практик современности. Прежде всего, в этом контексте он упомянул их экспериментальность. Сегодня авторы сконцентрировались на ненатуральном отображении реальности. Реализм в картинах современности практически отсутствует. Автор вводит понятие «изоморфная парадигма» представления мира. Современный художник стремится создать нечто совсем новое, используя нетрадиционные средства передачи смысла увиденного и облекая его в художественную форму²⁰⁰.

В современных арт-практиках принцип искусства используется принципиально иной, чем в другие времена. Обычные вещи помещены художниками в непривычное пространство, в котором они играют другие роли. Направления арт-практик современности показаны в работе Э. Демпси, в которой она рассматривает важные стили этого течения. Характерная особенность современных арт-практик кроется в том, что они объединяют понятия и стирают границы: вслед за исчезновением жанров пропадают и некоторые виды искусства. Так, в современных инсталляциях теперь тесно переплетаются живопись, скульптура, дизайн и архитектура, которые могут размещаться в любом пространстве.

¹⁹⁸ Емелин, В. А. Постмодернистская философия и постмодерная культура : учебное пособие / В. А. Емелин. – Москва : МАМАРМЕН, 2000. – 23 с.

¹⁹⁹ Contemporary Art in Context // Art21 [Electronic resource]. – URL: <https://art21.org/for-educators/tools-for-teaching/getting-started-an-introduction-to-teaching-with-contemporary-art/contemporary-art-in-context> (date of access: 05.02.2023).

²⁰⁰ Бычков, В. В. Эстетика : учеб. для гуманитар. направлений и специальностей вузов России / В. В. Бычков. – Москва : Гардарика, 2002. – 556 с.

Арт-практики сформировались в период 1960–70-х годов. В их развитии явственно наметились определенные этапы. Векания модернизма повлияли на искусство. Нынешний вид современного искусства сформировался в 1960–1970-х годах. Тогда творцы (в том числе и художники) старались найти альтернативу модернизму, отрицая давно устоявшиеся принципы искусства.

Как отмечает В. О. Пигулевский, «термин арт-практики вводится для характеристики нетрадиционных направлений эстетической деятельности, возникших в ситуации постмодерна. Под арт-практикой понимаются такие феномены культуры и эстетической деятельности как сюрреальный *objet trouvé*, ассамбляж, конструкция, инсталляция, перформанс, хэппенинг, алеаторика, “конкретная музыка”, сериализм, сонорика и др.»²⁰¹

Под *арт-практиками* мы понимаем такие течения и направления современного искусства, которые представлены новыми техниками и способами выражения, поочередно сменяющихся и взаимодействующих между собой, а также находящие проявление в творчестве самобытных художников, эталонных личностей, дающих миру образцы индивидуальных стилей. Современные практики способны преобразовывать социальные пространства, превращая их в выставочные, где посетители могут одновременно ощущать себя и художниками, и художественными произведениями. Все больше и больше художников стремятся к тому, чтобы их произведения стали мостом между различными языками и культурами. Они используют искусство как средство для общения и передачи идей, вызывая диалог и взаимодействие с посетителями. Такие произведения искусства становятся не только объектами наблюдения, но и активными участниками социальных и культурных пространств. Сегодня художник уже не ограничивается только творческим процессом, но также принимает на себя роль исследователя, критика, куратора и предпринимателя. Он исследует новые техники и материалы, анализирует и интерпретирует искусство,

²⁰¹ Пигулевский, В. О. Арт-практика: ирония и коннотации / В. О. Пигулевский // Южно-Российский музыкальный альманах. – 2019. – № 3 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-praktika-ironiya-i-konnotatsii> (дата обращения: 11.01.2023).

организует выставки и сотрудничает с другими художниками и кураторами. Таким образом, художник становится центром сети, объединяющей различные аспекты искусства и общества. Важно отметить, что роль потребителя искусства также претерпевает изменения. Посетители выставок больше не являются пассивными наблюдателями, а становятся активными участниками процесса. Они могут взаимодействовать с произведениями искусства, создавать собственные интерпретации и даже вносить свой вклад в создание произведения. Таким образом, потребитель становится неотъемлемой частью художественного произведения, завершая его своими собственными взглядами и эмоциями. Все эти изменения в искусстве и его потреблении открывают новые возможности для развития художественного сообщества и взаимодействия между художниками и публикой. Они позволяют создавать уникальные и инновационные произведения искусства, которые вдохновляют, провоцируют и расширяют наше понимание мира. Таким образом, современные практики искусства превращают социальные пространства в места, где художники и посетители могут вместе создавать и наслаждаться уникальным искусством²⁰². В наши дни зритель остается самым активным участником-создателем творческого пространства коммуникации, где существует современное произведение искусства, и благодаря которому оно приобретает свой статус.

Поиски новых способов самовыражения привели к частичной дематериализации объектов. Так сформировались одни из самых известных течений современного искусства – хеппенинг и перформанс. Характерные черты данных направлений – атака на чувства, основанная на синтезе разных средств выражения и предметов. Изменяется и место проведения, теперь пространство для представлений выбирается автором. Художники ищут современные образы и подбирают средства представления их в новой

²⁰² Duchamp, M. The creative act / M. Duchamp [Electronic resource]. – URL: <https://www.fiammascura.com/Duchamp.pdf> (date of access: 05.06.2023).

реальности. Ощущение раскрепощенности артистов и зрителей было заразительным и перформансы всё больше набирали популярность.

Перформанс и хэппенинг сами претерпели изменения, но ключевая особенность – это отношения «зритель – творец». Как отмечает Д. Ф. Булычева, «в перформансе зритель является только сторонним наблюдателем, которому художник открывает переживания эстетического опыта через свои действия. В хэппенинге зритель становится полноправным творцом художественной реальности, ее демиургом»²⁰³.

Хэппенинг появился вначале в США, затем в Европе в 1950-х гг. Первый, кто озвучил идею стирания границы между произведением искусства и зрителем, был Аллан Капроу (1927–2006). Именно ему принадлежит авторство термина «хэппенинг». Этот жанр появился практически параллельно с перформансом, но отличается от него тем, что предполагает вовлечение зрителей и при этом не имеет такого продуманного сценария. Одним из первых ярких хэппенингов считается работа Капроу «18 Happenings in 6 parts», которая была представлена публике в Нью-Йорке в 1959 году. Это был своеобразный спектакль с вовлечением зрителей в импровизационное действие. Идея Капроу заключалась в разрушении границы между зрителем и актером или художником и полном исчезновении «четвертой стены», традиционно разграничивающей сцену и публику.

Хэппенинги Капроу быстро стали набирать популярность за счет оригинальности идеи, и в 1966 году автор в работе «How to Make a Happening»²⁰⁴ сформулировал принципы создания хэппенинга. В этом произведении Капроу призывал отойти от традиционных жанров и стремиться сотворить что-то принципиально новое, а вдохновение он призывал искать в реальной жизни. Данные установки были правильно восприняты многими

²⁰³ Булычёва Д. Ф. Перформанс и хэппенинг: общее и частное / Д. Ф. Булычёва // Вестник КГУ. – 2010. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/performans-i-heppening-obschee-i-chastnoe> (дата обращения: 13.12.2022).

²⁰⁴ Kaprow, A. How to Make a Happening / A. Kaprow // Published by Primary Information. 2009 [Electronic resource]. – URL: <https://primaryinformation.org/files/allan-kaprow-how-to-make-a-happening.pdf> (date of access: 26.06.2023).

художниками, которые пытались по-иному взглянуть на современное искусство.

Как направление искусства перформанс возник в 1960-е годы в творчестве таких художников, как Ив Кляйн, Вито Аккончи, Герман Нич, Крис Бурден, Йоко Оно, Йозеф Бойс. В наше время в этом направлении работают Олег Кулик, Марина Абрамович, Ваграм Зарян, Стивен Коэн и др. В 1964 году в Нью-Йорке впервые в мире прошел известный перформанс Йоко Оно «Cut Pease», во время которого каждый зритель мог отрезать кусочек платья художницы. Марина Абрамович в 2010 году в МоМа реализовала перформанс «В присутствии художника». На протяжении всей выставки в данном нью-йоркском музее ежедневно любой желающий мог взглянуть в глаза художнице, которая находилась в МоМА постоянно.

Одним из направлений, заимствовавших приемы перформанса и хэппенинга, является движение «флюксус» (от лат. *fluxus* – «поток жизни»). В истории искусств XX века флюксус выделяется как особенно странный феномен. Ивенты (от англ. *event* – «событие») считаются одной из наиболее популярных форм представления флюксуса. «Партитуры» ивентов представляют собой инструктивные пьесы, где прописаны главные параметры представления. Как правило, тексты таких пьес очень короткие (от одного слова до нескольких предложений), и исполнитель вправе пересказать это сообщение на свой лад. Основоположник направления Дж. Мачюнас ставил перед участниками флюксуса цель – это слияние в одном «потоке» различных способов художественного выражения и средств коммуникации конкретной и электронной музыки, визуальной поэзии, движения, символических жестов. К отличительным особенностям флюксуса относятся: глобализм, широкое использование интермедиа, случайность, игра, простота, экспериментальный характер творчества, музыкальность. В отличие от других движений, флюксус не был привязан к определенной географической точке, в его состав входили художники, композиторы, поэты и другие деятели искусств из Франции,

Западной Германии, Японии, Кореи, Чехословакии, Дании и Соединенных Штатов (Дэвид Т. Дорис)²⁰⁵.

Минимализм привлек внимание художественного мира Нью-Йорка в 1963–1965 годах, после выставок художников-минималистов «Первичные структуры: молодые американские и британские скульпторы», прошедшей в США. Минимализм в теории искусства представляет собой уникальную реакцию на художественные формы абстрактного экспрессионизма и связанные с ними дискурсы, институции и идеологии. В отличие от символизма и метафоричности, минимализм характеризуется очищенными геометрическими формами, повторяемостью, монохромностью, нейтральными поверхностями, промышленными материалами и особым способом изготовления. Основной целью минимализма является передача упрощенной сути и формы предметов, избавление от лишних вторичных образов. Цвет, пятна и линии играют особую роль в символике минимализма. Карл Андре, Дэн Флавин, Сол Ле Витт, Дональд Джадд и Роберт Моррис - все они являются выдающимися представителями минимализма и в своих работах отражают его принципы. Карл Андре, известный своими инсталляциями, использует повторяющиеся геометрические формы и простые материалы, чтобы создать эффект простоты и чистоты. Дэн Флавин, своими неоновыми инсталляциями, играет с пространством и светом, создавая минималистические композиции. Сол Ле Витт, известный своими стеновыми рисунками, использует геометрические формы и линии для создания абстрактных композиций. Дональд Джадд и Роберт Моррис также вносят значительный вклад в развитие минимализма. Джадд создает скульптуры из промышленных материалов, простых форм и чистых линий. Моррис, в свою очередь, экспериментирует с геометрическими формами и пространством, создавая абстрактные композиции. Минимализм в искусстве является не только стилем, но и философией. Он призывает зрителя сосредоточиться на

²⁰⁵ Fluxus Reader – Free Digital Edition – Announcements – Art & Education [Electronic resource]. – URL: www.artandeducation.net (date of access: 10.01.2023).

самой сути искусства, отбросив все лишнее. Минимализм может вызывать разные эмоции и толкования, и каждый зритель может найти в нем что-то свое. Таким образом, минимализм в теории искусства представляет собой уникальную форму самовыражения, которая отличается от традиционных художественных подходов. Он призывает нас отказаться от излишеств и сосредоточиться на простоте и чистоте формы, чтобы передать упрощенную суть предметов²⁰⁶. К минималистическому течению были причислены работы данных творцов, которые были представлены в виде геометрических фигур. Известно, что сами авторы старались не употреблять данный термин, т. к. считали, что он несет негативный контекст и как будто упрощает искусство. Некоторые эксперты отдельно выделили направления искусства унитарных объектов и первичных структур²⁰⁷. Искусство становилось в большинстве своем неутилитарным и не носило изобразительного характера. Минималисты брали за начальную точку своего направления произведение Малевича «Белого на белом». Именно эта картина однажды на экспозиции в нью-йоркском Музее современного искусства поразила самого Фрэнка Стеллу.

Хотя официально в архитектуре не существует минималистской школы, многие архитекторы-модернисты стремятся в своих работах к чистоте и строгому стилю, который и именуется минимализмом. В 80-е годы это направление уже не пользовалось популярностью. Однако стиль оказал воздействие на молодых художников и до сих пор проявляется в дизайне, архитектуре и моде²⁰⁸.

С 70-х годов в моду входит информационное искусство или как его называли, концептуальное искусство – ведущее направление в искусстве, оформившееся в Америке и Европе в конце 60-х – начале 70-х годов XX века. Авторство термина «концептуальное искусство» приписывают

²⁰⁶ Минимализм в искусстве 1960–70-х годов // Искусствовед.ру – сетевой ресурс об искусстве и культуре : [сайт]. – 2019 [Электронный ресурс] – URL: <https://iskusstvoed.ru/2019/09/25/minimalizm-v-iskusstve-1960-70-h-godov> (дата обращения: 15.12.2022).

²⁰⁷ Демпси, Э. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству / Э. Демпси ; пер. с англ.: В. Крючкова, Е. Чура. – Москва : Искусство-XXI век, 2008. – С. 236.

²⁰⁸ Там же. – С. 239.

американскому философу и музыканту Генри Флинту. Так называлось его эссе 1961 года (Conceptual Art), опубликованное в 1963 году в книге *An Anthology of Chance Operations*.

Это направление основано на принципе существования идей, которые закладывают фундамент произведения. Идея в этом виде искусства передана в письменной форме. Демонстрируется отказ от объекта в его физическом представлении²⁰⁹. М. Дюшан предложил идеи, которые развили направление концептуализма. Замысел и проект превалируют над материальным воплощением.

У. Майер отметила, что концептуальное искусство, в основе которого материал, представленный в виде концепции, играет важную роль. В музыкальном направлении материал – это звук²¹⁰. Концепции имеют связь с языком. Искусство концепции основано на языке, выступающем его материалом.

Поскольку круг проблем концептуального искусства и минимализма единый, то зачастую оба эти направления объединяются в одну концепцию, именуемую постминимализмом. Концептуализм – это художественное направление, которое утверждает превалирование мысленной концепции над визуальным впечатлением. Вместо акцента на восприятии, концептуализм ставит важность на идеи и замыслы. Это подход, который игнорирует визуальную привлекательность и может быть использован в качестве уловки, чтобы отвергнуть коммерциализацию и сфокусироваться на художественном выражении. Концептуализм подчеркивает значимость мыслей и концепций в искусстве, а не только внешнего вида. Одним из представителей первого направления является американский художник Джозеф Кошут, известный своими работами. В своем эссе «Искусство после философии» Кошут писал: «Все искусство (после Дюшана) – концептуально по своей природе, потому

²⁰⁹ Демпси, Э. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству / Э. Демпси. – Москва : Искусство-XXI век, 2008. – С. 240.

²¹⁰ Meyer, U. *Conceptual Art* / U. Meyer. – New York, Dutton, 1972. – 204 p.

что искусство и существует лишь в виде идеи»²¹¹. Одним из классических примеров концептуализма является его композиция «Один и три стула» (1965), в которую входит сам стул, его фотография и описание предмета из словаря²¹².

Боди-арт появился в 60-х годах, как ответ художников на минимализм. Здесь тело выступило материалом. Нередко художник использовал свое тело для создания художественного произведения. Зрители делятся на две категории – простые наблюдатели и вуайеристы. Здесь особенно были популярны трехмерные картины. Среди представителей боди-арта могут быть отмечены В. Аккончи, Б. Науман, Р. Шварцкоглер, К. Берден, Б. Маклин, Дж. Пане и др.²¹³

Создавались также произведения, в которых было показано пространство, течение получило название «инвайронментализм». В переводе с английского на русский слово *environment* означает именно «окружающая среда». Две главных идеи инвайронментализма состоят в следующем: необходимо, во-первых, беречь планету от окончательного замусоривания, и во-вторых, пытаться сохранить исчезающие виды флоры и фауны. В искусстве данное направление представлено в течении «лэнд-арт», которое предусматривает подготовку инсталляций с использованием экологических материалов или созданных самой природой. Художники создавали работы на природе, где есть открытое пространство и важно, что оно было удалено от городов и деревень. В данных условиях художники испытывали максимальное единение с природой и могли всецело отдаваться творчеству. Активным и популярным стал стиль «лэнд-арт». Эксперты называли его средством уйти от себя и своих проблем. Многим становится тесно в городе, который не дает дышать и быть собой. В этом стиле продемонстрировано желание уйти из пространства. Стиль пропагандирует защиту природной среды, выбирая те

²¹¹ Кошут, Дж. Искусство после философии (1969) / Дж. Кошут ; пер. с англ. А. А. Курбановского // Искусствознание. – 2001. – № 1.

²¹² Левитт, С. Параграфы о концептуальном искусстве (1967) / С. Левитт // Художественный журнал. – 2008. – № 69. – [Электронный ресурс]. – URL: http://vcsi.ru/files/sol_levitt.pdf (дата обращения: 08.08.2022).

²¹³ Rorimer, A. New Art in the 60s and 70s: Redefining Reality / A. Rorimer. – Thames & Hudson, 2004. – 304 p.

объекты, которые не могут быть застроены человеком, а должны остаться в первозданном виде.

Особенно этот вид искусства развит в США и Великобритании. Они стремятся на свои полотна перенести пейзажи, природу, представляя объекты так, как они существуют в пространстве. Признанными авторитетами в этой области считаются Карл Андре, Элис Эйкок, Уолтер Де Мария, Ханс Хээк, Майкл Хейзер, Нэнси Холт, Деннис Оппенхейм, Эндрю Роджерс, Чарльз Росс, Роберт Смитсон, Алан Сонфист и Джеймс Террелл.

Проекты, выполненные в этом стиле, не отличаются долговечностью. Оставлены документальные свидетельства о многих проектах, которые были в этом стиле реализованы ранее. Нередко единственной возможностью передать суть объекта является его фото, так как локация не позволяет к нему приблизиться. Однако художники имеют средства, позволяющие сохранить многие виды для потомков. Произведения искусства, выполненные в этом стиле, заслужили популярность среди зрителей, которые могли легко их увидеть в удобном месте. Искусство вышло из музея, расширив тем самым свое присутствие. Провозглашался лозунг о том, что искусство должно идти в массы²¹⁴.

Сегодня российская деревня в Калужской области Никола-Ленивец является крупнейшей площадкой, куда приезжают как отечественные, так и зарубежные лэнд-артисты. Николай Полисский с 2000 года является создателем крупных арт-объектов в природной среде и из естественных материалов. Его первый проект «Снеговики» представлял собой целое войско из 220 снеговиков, стоящих на берегу реки Угры. За данным проектом пошли другие монументальные объекты из природных материалов – сена, дерева, лозы: «Сенная башня», «Дровник», «Медиа башня», «Маяк» и другие. Помимо этого Полисский с 2006 года организовывает в Никола-Ленивце фестиваль «АрхСтойание», благодаря которому на территории этого культурного центра

²¹⁴ Andrews M. (Ed.): Land, Art: A Cultural Ecology Handbook. – London, 2006.

появляются яркие интересные работы различных авторов, в том числе и зарубежных²¹⁵.

В 2017 г. в Новосибирске состоялся первый ежегодный фестиваль Лэнд Арт Сибири²¹⁶. Данный проект нацелен на ознакомление широкой публики с интересным направлением Лэнд Арта. В центре города-миллионника создавались объекты Лэнд Арта. Несколько команд флористов и дизайнеров в течение недели работали над арт-объектами, а все желающие могли в режиме онлайн проголосовать за понравившийся объект. Искусство вышло из музея, и теперь площадкой для творчества может выступить любое место, даже географическая точка на карте.

Одной из популярных арт-практик является «инсталляция», данное направление оказалось чрезвычайно мощным средством воздействия, используемым художниками-активистами. Инсталляция – пространственная композиция, созданная из различных готовых материалов и форм (природных объектов, промышленных и бытовых предметов, фрагментов текстовой и зрительной информации) и являющую собой художественное целое. Инсталляции содержали стили и средства выражения видения художника. Этот вид искусства в XXI веке считается ключевым. Э. Демпси отметила, что таких работ с каждым годом становится все больше. По стилистике они разнообразны. Художники используют этот гибкий стиль выражения своих идей очень охотно²¹⁷.

Инсталляции можно подразделить на три основных вида: сюжетно-повествовательные (И. Кабаков), объектно-предметные (имитации научных лабораторий, реальных и псевдо-реальных бытовых и музейных интерьеров, В. Рябченко и Р. Уайтрид) и зрительно-визионерский (где делается акцент на созерцание некоего изображения или сооружения, Р. Раушенберг).

²¹⁵ Орлова, О. Н. Полисский: «Главное – не обучить, а побудить к действию» / О. Орлова // ЭКА.ru. – 24 августа 2009 года [Электронный ресурс]. – URL: https://www.eka.ru/index.php?mn=razdel&mns=gvj137vemqzjw_ru (date of access: 17.04.2023).

²¹⁶ Лэнд-арт // Лэнд-арт Сибири [Электронный ресурс]. – URL: <https://newflorist.school/landart/2017/about> (дата обращения: 23.06.2023).

²¹⁷ Blurring the Boundaries. Installation Art 1969–1996. – Exhibition catalog. – Museum of Modern Art, San Diego, 1997.

Автором направления «бедное искусство» выступил Д. Челант, который предложил его в 1967 году²¹⁸. Творцы готовили на суд публики свои инсталляции и перформансы. Использовались необычные материалы, такие как овощи и фрукты, составлявшие натюрморты. Воск и медь, бронза помогали передавать основной замысел творцов. Средства эти были, однако, дорогими, поэтому никак не оправдывали название этого направления в искусстве.

Авторы применяли материалы, обладавшие особенной чувственностью, используя их многослойность для передачи основного посыла. Материалы могли также быть нетрадиционными и уникальными. Творцы в этом стиле представляли небедное итальянское сословие севера страны. В центре их произведений посыл о том, что нравы общества оскудели, люди забыли о главных ценностях и морали в погоне за богатством²¹⁹. На картинах в единстве образа представлены неожиданные соседи. Авторы пытаются соединить прошлое и настоящее, используя различные необычные материалы, вовлекая природные объекты и жизнь в картины.

Минимализм более не удовлетворяет потребности зрителя, жаждущего новизны. Ответом на этот вызов стало возникновение нового стиля – «неоэкспрессионизма». В моде нескрываемые чувства, открытость – всё то, что раньше зрителем не воспринималось – субъективный взгляд на мир, оголенное тело. В стиле неоэкспрессионизма в частности творили немецкие живописцы в 80-е годы²²⁰. Георг Базелиц и Ойген Шёнебек вместе учились в Берлинском колледже изящных искусств, составили «Первый пандемонический манифест», в котором заявили, что намерены восстать против устоявшихся форм искусства и требовать создания нового выразительного стиля живописи. Свои произведения они демонстрировали в галерее Михаэля Вернера и Бенджамина Каца в Берлине. Пределы этого термина весьма широки, в его границах выделены тенденции развития явления

²¹⁸ Gilman, C. *Arte Povera: Selections from the Sonnabend Collection* / C. Gilman. – Columbia University, 2001. – 55 p.

²¹⁹ Демпси, Э. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству / Э. Демпси. – Москва : Искусство-XXI век, 2008. – С. 268.

²²⁰ Там же. – С. 276.

в течение многих лет. Новая творческая идея отличается тем, что для нее характерны разные тематики и техники. Художник стремится как можно больше охватить объект реальности, старается усилить его осязание разными способами. Используются техники, способствующие лучшей передаче смысла, усиливающие чувственность и выразительность.

Сюжеты погружают зрителя в прошлое, исторические события. Потребитель культурного продукта уходит в свои чувства и переживания, связанные с прошлым. Художники используют для этого средства символизма и употребляют аллегории, стараясь передать основной посыл полотна. Э. Демпси, анализируя стиль, писала о том, что творцы вдохновились опытом прошлого, картинами, представленными другими субъектами культуры. При этом материалы используются обычные²²¹.

Футурологи отметили, что XXI век наметил пределы перехода в пространство, которое не имеет ничего общего с реальностью, а полностью виртуальное. На это указывали Д. Белл, А. Тоффлер. Художники показали миру, как эту новую реальность нужно воспринимать. Однако их творения не дают полного представления об этом, так как многие из них поверхностно затрагивают эту проблему. В. Бычков отметил, что современные творцы используют такие средства передачи своих чувств и эмоций²²²:

- фототехнику;
- средства компьютерной графики;
- звукозапись;
- средства передачи света.

Многие показывают свое мировосприятие, передавая переживания на видеополитэкранах, используя средства анимации. Электронный уровень выводит представление реальности в пространство, доступное для зрителя. Пространство и направление его развития предсказать сложно, а иногда не

²²¹ Демпси, Э. Стили, школы, направления. – С. 280.

²²² Бычков, В. В. Лексикон неонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века / В. В. Бычков. – Москва : РОССПЭН, 2003. – 606 с

представляется возможным. В культурном продукте современности в обобщенном виде заложены технологии и искусство.

XXI век позволяет художникам использовать в своих произведениях компьютерные спецэффекты, приложения, графический дизайн и многое другое. Таким образом, произведения носят принципиально иной характер, однако в какой-то мере передавая особенности нового мира и пространства.

Далее мы выделим направления арт-практик, которые наиболее используют компьютерные технологии в создании своих произведений: видео-арт, компьютерное искусство, NFT-искусство и др.²²³

Художники получили возможность использовать средства портативной техники. Творцы готовят видеоинсталляции. Такой подход больше не позволяет существовать ограничениям реальностей. Границы между созданной и природной реальностью стерты. Уже не видно, где жизнь, а где она подменена искусством. Отношения с действительностью показаны как они есть. Авторы могут воспользоваться звуком, средствами освещения, применить практики, свойственные театральной деятельности²²⁴.

Люди могут теперь сбежать в нереальность, уйти от бытия, получив новые неизведанные ранее эмоции. Зритель заинтересован в таких творениях, он ждал их много лет. Б. Науман – творец в этом новом стиле, отмечал, что дает призыв выйти за пределы изведенного, найти нечто новое, на что вы не можете совершенно влиять²²⁵. Выставочная организация в связи с этим стала происходить по новым требованиям. Используются теперь огромные инсталляции, изображающие видение творца. Зритель видит мир глазами художника, иногда использующего обычные средства и материалы для передачи основного посыла. Светопередача – это важное средство,

²²³ Некоторые положения этого параграфа относительно цифровых трансформаций арт-практик опубликованы в см.: Савельева, К. В. Современные арт-практики в контексте цифровых трансформаций / К. В. Савельева // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2022. – Т. 11. № 6-1. – С. 176–183.

²²⁴ Rush, M. *New Media in Late 20th Century Art* / M. Rush. – London : Thames & Hudson, 2005.

²²⁵ Дианова, В. М. Постмодернизм в философии, искусстве, культуре / В. М. Дианова // Постмодернистская философия искусства: истоки и современность. – СПб.: Петрополис, 1999. – 240 с.; Учебно-методический комплекс дисциплины «Художественные практики XX века как школа толерантности» / сост. Т. А. Галеева. – Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного ун-та, 2008. – С. 48–63.

использующееся в современных инсталляциях. Мир постоянно созерцает масштабные такие инсталляции в рамках проходящих фестивалей.

В Москве проходит подобный фестиваль под названием «Круг света». Здесь представлены работы ведущих специалистов в сфере аудиовизуального творчества. Световые дизайнеры представляют город в ином отображении, используя магию света. Видеомэппинг – это широко применяемая техника. Средствами светотехники украшены важные здания города – Большой Театр, ВДНХ и прочие. Они как видеопроекции для творений художников света²²⁶.

Активно вошло в жизнь обывателя сетевое искусство. Оно существует в особенном пространстве – электрических сетях. Такие объекты не зафиксированы в реальности, они постоянно переходят в новые виды, видоизменяемые пользователем. Не предусмотрено полное погружение в виртуальную реальность. Зритель и картинка взаимодействуют через экран монитора. Организованы музеи и проходят виртуальные выставки, связанные с известными событиями. Искусство создает новое смоделированное человеческой рукой пространство. Сетевой энвайронмент²²⁷ – это новый вид творчества, покоривший сердца многих зрителей.

Еще одно направление, которое стало развиваться с появлением Интернета – дуддл. Дуддлы – это гугловские картинки, пользующиеся интересом у пользователей Интернета во всем мире. Их можно создать, не будучи художником, но зная и умея использовать информационные технологии. Творец готов дать эмоции пользователям, при этом, не затрачивая много усилий. Искусство перешло в сеть, что убрало все ограничения во времени и пространстве, существовавшие ранее и мешавшие встретиться творцу и зрителю. Через сеть доставляется содержание творчества.

Цифровые технологии сегодня оказывают значительное влияние на все сферы жизнедеятельности, в том числе и на культуру и искусство. IT-

²²⁶ Международный конкурс видеомэппинга и виджеинга Art Vision // Московский Международный фестиваль «Круг Света» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lightfest.ru/about> (дата обращения: 23.11.2022).

²²⁷ Environmental Aesthetics / A. Carlson // Stanford Encyclopedia of Philosophy – Mon. 2007 [Electronic resource]. – URL: <http://plato.stanford.edu/entries/environmental-aesthetics> (date of access: 17.04.2023).

индустрия активно вошла в повседневную жизнь практически каждого человека. Современное искусство в новых условиях переплетается с наукой и цифровыми технологиями, вовлекает новые виды инновационных возможностей²²⁸. Начиная с 2020 года, когда мир поразила пандемия коронавируса, зародились новые направления в искусстве и творчестве. Всем культурным пространствам пришлось трансформировать свою работу, чтобы не потерять аудиторию и выжить в условиях отмены массовых мероприятий. Так, музеи теперь организуют виртуальные выставочные пространства, мини-экскурсии по музею в социальных сетях или оцифровывают коллекции в Google Arts & Culture. Ярким примером является цифровое, крипто- и NFT-искусство. Актуальность и популярность данного направления идут от концепции дематериализации искусства и отказа от традиционных правил на арт-рынке. Самые известные музеи мира стали переходить в глобальную сеть Интернет, предлагая там виртуальные экскурсии. Современные художники также постепенно начинают отказываться от традиционной живописи и переходят в виртуальный мир, создавая свои произведения в цифровом виде и развивая крипто-арт. Оцифрованные произведения искусства теперь продаются в виде NFT – это невзаимозаменяемый токен (non-fungible token). Картины зашифровываются в виде единицы криптовалюты – при этом современные NFT-картины иногда оцениваются гораздо дороже привычных нам произведений искусства²²⁹. Рынок невзаимозаменяемых токенов (NFT) в последние годы стремительно растет. Концепция NFT изначально исходит из стандарта токенов Ethereum, целью которого является различение каждого токена с помощью различных признаков. Этот тип токена может быть связан с виртуальными/цифровыми свойствами в качестве их уникальной идентификации. Как только возникла необходимость, стали оформляться разные торговые площадки (Nifty Gateway, Rarible или SuperRare), где

²²⁸ Лепина, М., 2022. NFT-искусство: миллионы из виртуальной реальности / М. Лепина // Газета "Культура", 5. Date Views 20.09.2022 [Электронный ресурс]. – URL: portal-kultura.ru/articles/world/341440-nft-iskusstvo-milliony-iz-virtualnoy-realnosti.

²²⁹ Хоменко, Б. 2021. NFT. Новый этап в истории искусства / Б. Хоменко // Cabinet de l'art, #27. Date Views 08.09.2022 [Электронный ресурс]. – URL: cabinetdelart.com/iskusstvo/nft-novyy-etap-v-istorii-iskusstva.

процветает торговля криптоискусством. Платформы построены по типу аукционных домов, где есть свои галереи и специалисты. С помощью NFT все отмеченные свойства можно свободно продавать с настраиваемыми значениями в зависимости от их возраста, редкости, ликвидности и т. д.²³⁰

Невзаимозаменяемые токены используют в первую очередь для продажи картин, музыкальных композиций, видеоинсталляций и прямых эфиров со знаменитостями. Данный успех объясняется легким проведением финансовых операций в отличие от сделок с конкретными физическими объектами. Помимо этого, главным плюсом NFT является его программируемость. Автор легко может получать прибыль при использовании в интернет-пространстве своего произведения другими людьми. Это наглядно демонстрирует то, как искусство превращается в цифровой актив.

Основатель CEO NFT STARS и SpaceSwap Б. Хоменко отмечает: «Свою роль в цифровизации искусства сыграла пандемия. Для многих художников криптоискусство подарило дополнительные возможности для заработка и поддержания интереса к личному бренду. Причем, чем выше упоминаемость имени художника, тем больше интереса к нему будет приковано на NFT-аукционах, что всегда отражается на финальной стоимости работы, если говорить о ее продаже»²³¹.

В 2021 году незаменимый токен (NFT) стал новым символом цифрового искусства. Благодаря рекордным продажам, разработки, связанные с произведениями искусства в данном сегменте, выручили колоссальную финансовую прибыль, что кардинальным образом изменило арт рынок и в целом культурную индустрию²³².

Интерактивный характер данного искусства позволяет сделать вывод, что это искусство будет развиваться наиболее перспективно. Виртуальное

²³⁰ Wang, Q. Non-fungible token (NFT): Overview, evaluation, opportunities and challenges / Q. Wang et al. // arXiv preprint arXiv:2105.07447. – 2021.

²³¹ Хоменко, Б. 2021. NFT. Новый этап в истории искусства / Б. Хоменко // Cabinet de l'art, #27. Date Views 08.09.2022 [Электронный ресурс]. – URL: cabinetdelart.com/iskusstvo/nft-novyj-etap-v-istorii-iskusstva.

²³² Velthuis, O. Art Markets / O. Velthuis // R. Towse (Ed.). A Handbook of Cultural Economics, Second Edition. – Edward Elgar Publishing, 2011. – P. 33–42.

пространство дает возможность творить. Здесь можно изобразить людей, показать окружение, показать, как нужно действовать в новой реальности. В. В. Бычков и Н. Б. Маньковская установили, что место реальных действий в пространстве заняла симуляция. Традиционное искусство изменило пределы своего существования и существует в другой форме²³³. Технологии развиваются стремительно и поддерживают искусство. Чтобы объять пространство, авторы прибегают к новым техническим решениям. Однако традиционное искусство также существует наряду с новым, переносящим в пространство виртуальной реальности.

В ходе развития художественная культура выразилась в новых течениях. Нет парадигмы, способной описать вектор этого развития. Художники пытаются продвинуть свой продукт разными способами. Мы также можем сделать вывод, что современные художники рассматривают свои произведения как способ коммуникации со зрителями, политиками и общественностью. Информационные технологии всё больше входят в современную жизнь и представляют собой не только механизмы создания арт-объектов, но и способы презентации арт-практик. В среду искусства ворвались новаторские арт-практики, принципы реализации которых, коренным образом изменили отношение к искусству. Объект искусства вышел за пределы музеев и выставок. Обычные вещи стали играть не утилитарную роль.

Интерактив, виртуальная реальность, искусственный интеллект, проекции на дыме, 3D-копии экспонатов – все эти мультимедийные форматы арт-практик оживляют музейную реальность. Выставка сегодня представляет собой не просто культурное пространство, а место для коммуникации, обсуждения различных точек зрения художника и публики. Музеи стремятся быть интересными. Для удовлетворения интереса публики они осваивают новые технологии и пробуют углубить контекст восприятия экспонатов, стараются вовлечь посетителей в прямое взаимодействие с предметами

²³³ Бычков, В. Виртуальная реальность как феномен современного искусства / В. Бычков, Н. Маньковская // Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда. Вып. 2. – Москва, 2006. – С. 32–61 [Электронный ресурс]. – URL: <http://iph.ras.ru/page47631358.htm> (дата обращения: 08.08.2022).

искусства. Посещаемость музеев за счет этого увеличивается: в 2018 году Третьяковка, Гараж и Мультимедиа Арт Музей приняли на 1,5 миллиона больше людей, чем годом ранее.

Прежде всего, отметим, что приведенные выше определения культурных индустрий свидетельствуют о включении арт-индустрии и современных арт-практик в креативную экономику. Опыт развития культурных индустрий показал, что сочетание культуры и коммерции служит способом создания отличительного образа страны, города, городского района, помогая им выделиться на фоне конкурентов.

Современная культура и искусство играют ключевую роль в развитии креативного сектора экономики, проникая в различные отрасли и формируя новые направления в экономической деятельности. Изучение потенциала современных арт-практик и их влияния является важным аспектом формирования и развития этого сектора. Одним из неотъемлемых элементов развития креативного сектора является эффективный менеджмент, сосредоточенный на креативных управленческих кадрах. Креативные управленцы способны объединить творческий потенциал с коммерческими аспектами, что позволяет создавать инновационные продукты и услуги. Они обладают способностью видеть возможности там, где другие видят ограничения, и находить новые пути развития. Бюджетное и внебюджетное финансирование также являются неотъемлемыми частями развития креативного сектора экономики. Многоканальные формы финансирования позволяют поддерживать и стимулировать различные арт-практики, обеспечивая им возможность роста и развития. Инвестиции в культуру и искусство способствуют созданию благоприятной среды для творческой деятельности и способствуют появлению новых идей и концепций. Современная культура и искусство занимают ведущие позиции в формировании креативного сектора экономики. Они оказывают влияние на инновационность и качество товаров и услуг, производимых в различных отраслях. Арт-практики стимулируют развитие творческого мышления и

способствуют появлению новаторских решений. Кроме того, они способны привлечь внимание и интерес широкой аудитории, создавая новые возможности для бизнеса и развития экономики в целом.

Выводы:

Одно из направлений развития культурных индустрии – современные арт-практики. Следуя идеям Д. Хезмондалша и Н. Гернхема, еще раз отметим, что именно искусство формирует фундамент для экономических преобразований, результатом которых станет инновационная экономика.

Творчество оказало влияние на становление городов и их экономики, способствовало развитию рынка труда. Само понимание искусства изменилось и трансформировалось. Следует отметить его значительное участие в создании ценностей культурного характера. Политика в этой области направлена на поддержку привычных форм искусства. В городах аккумулируются усилия, связанные с использованием знаний экспертов, деятелей в сфере экономики и социальной поддержки. Однако не во всех странах эти знания объединяются.

Определим следующие преимущества развития современного искусства в контексте культурных индустрий.

1) Искусство как сектор культурных индустрий. Художники производят новые идеи, таким образом, способствуют общей креативности и обеспечивают инфраструктуру новыми идеями. Экспериментируя, они вносят ключевые навыки в творческие трудовые ресурсы, привлекают творческих работников и увеличивают туристический потенциал региона.

2) Культурные индустрии воздействуют на политику, реализуемую государством. Отмечается значительная роль таких индустрий в развитии культурного сектора. Политика в сфере культуры связана с направлением финансовых средств на развитие объектов, имеющих культурную ценность. Коммерческая культура способствует развитию городской инфраструктуры.

3) Творческие работники. Сфера искусства и творческих индустрий требует одних и тех же компетенций от специалистов – привлечение современных художников позволяет культурным индустриям получить необходимую критику и привлечь коммерческую деятельность в музеи, галереи и выставочные пространства.

4) Искусство связано с бизнесом. Город развивается благодаря инвестициям и продвижению туристической отрасли. Власти стремятся организовать досуг, используя современные средства интерактивности.

Современные арт-практики и современное искусство выполняют не только эстетические функции, но и играют важную роль в формировании гражданской позиции. Несмотря на то, что некоторые произведения современного искусства вызывают общественные противоречия, оно также заставляет думать об экологических, социальных и политических проблемах. Более того, современные арт-практики выполняют важную роль в воспитании мирознания современного человека, молодого профессионала и творческого работника.

По нашему мнению, и согласно исследованиям Т. Адорно, именно современное искусство и арт-практики выполняют роль главного оппозиционера массовой культуры в системе культурных индустрий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование посвящено изучению особенностей культурных индустрий и формированию их на современном этапе развития государства и общества. Культурные индустрии – это новая научная проблема, которая набирает актуальность и популярность с каждым годом. В результате проведенного исследования обоснована важность современных арт-практик в становлении и развитии культурных индустрий.

Настоящий вывод сделан на основании ключевых положений исследования, отражающих решение поставленных задач:

1. История становления и развития культурных индустрий заметно трансформировалась на протяжении всего времени. Она прошла путь от негативного отношения к такому явлению и восприятия его лишь как инструмента для влияния на общественное мнение в первой половине XX века (Т. Адорно, М. Хоркхаймер), которое было характерно на этапе восходящего развития информационного общества и распространения массовой культуры, до этапа, когда приходит более широкое понимание как всей культуры, так и ее ценностей. Это осознание связано с майскими событиями 1968 года, когда в Европе начали более лояльно относиться к маргинальным ценностям разнообразных культурных сообществ. Любая культура, в том числе субкультура, теперь стала считаться возможной и уникальной, что привело к ее популярности. Именно на данном историческом этапе произошло колоссальное расширение культурных индустрий. В ситуации перехода к постиндустриальному обществу и экономического кризиса 1980-х гг. было сформировано особое отношение к культурным индустриям, которое позволило воспринимать их как инструмент реализации политических целей. Сегодня, в начале третьего тысячелетия, происходит трансформация концепции культурных индустрий (Д. Хезмондалш и Н. Гернхем), соответственно самим креативным индустриям отводится особая роль как новейшему смыслообразующему элементу. Они в основном трактуются как

сплав творческой и деловой активности с социальной политикой. При этом в британской научной школе, в отличие от немецкой, культурные индустрии рассматриваются позитивно, как инновационный способ развития городов и креативной экономики.

2. В результате исследования процесса развития культурных индустрий в историческом контексте установлено, что постиндустриальное общество создало особые условия для формирования новой культуры, в основе которой лежат информация, знания, опыт, генерируемые творческими работниками, использующие лучшие достижения техники. Возникновение и развитие ряда современных процессов, особенно связанных с глобализацией, масштабным увеличением разнообразных цифровых новинок, формированием современных видов искусства, которые уже не контролируются со стороны государства и его институтов, сближение культуры, экономики и производства породили трансформацию культурных индустрий, изменения их роли в обществе и в научном дискурсе. Появление и развитие феномена «культурные индустрии» привело к тому, что значительно расширился список вопросов, которые интересуют ученых в области культурологии, их сфера деятельности стала включать многие новые темы. Сегодня ученые-культурологи изучают такие аспекты культурных процессов, как коммерциализация, особенности культурных продуктов, создаваемых обычными пользователями, которые еще вчера были в разряде потребителей, заметное размывание границ между профессиональным и непрофессиональным творчеством. Результаты этих исследований важны для самоопределения как общества в целом, так и для отдельных людей в частности.

3. Тема культурных индустрий в течение последних нескольких лет стала популярна в научной сфере всего мира. Об этом говорят теоретические работы и научно-практические исследования, опубликованные учеными разных стран от Юго-Восточной Азии до Латинской Америки, от Северной Африки до Восточной Европы. За последние 20 лет сформировался ряд

фундаментальных исследований, анализирующих культурные индустрии. Изучение и сравнение разнообразных моделей культурных индустрий, реализованных как в Европе, так и в России, показывает, что при всех имеющихся отличиях, культурные индустрии в целом являются перспективным направлением для изучения как на уровне отдельных стран, так и на мировом уровне.

4. Теория «культурных индустрий» тесно связана с инновационным развитием экономики России. Сырьевая модель экономики должна отойти на второй план. Перспективным направлением в инновационной экономике России может стать культурная экономика, основанная на творчестве и культурных индустриях. В настоящее время ведется активная работа по выпуску собственных смыслов, лежащих в основе культурных стандартов современности и созвучных мировосприятию россиян. Открытие культурных кластеров по всей России наглядное тому подтверждение. В Ростовской области открыт «Центр истинных ценностей», в котором оборудован парк с аппаратурой для обучения техническим специальностям, площадка для проведения обучающих, культурных, научных, инвестиционных мероприятий. Модель Центра истинных ценностей – уникальная площадка, сочетающая в себе науку и искусство, творчество и бизнес.

5. Для того чтобы стать важнейшим фактором производства, экономического роста, инновационного развития регионов, культурные индустрии нуждаются в формировании новых социокультурных кластеров, в основе которых лежат интеллект, знание и креативность. На творческий аспект делает упор в своей концепции Ричард Флорида, отмечая, что это один из положительных моментов, возникающих при становлении креативного класса. Творческие люди в современном социуме играют роль основной производительной силы, что порождает конкуренцию по их привлечению между работодателями разных компаний, городов и даже стран. Специалисты, принадлежащие к креативному классу, становятся основным «мотором» развития и конкурентоспособности не только культурных индустрий, но и

городов. Целенаправленное формирование креативных личностей, как показала реализация проекта «Мир на Ладони», является вполне осуществимой задачей. Установлена связь между теорией культурных индустрий и современным искусством. В ситуации господства визуальной культуры современные арт-практики оказываются тесно взаимосвязаны с культурными индустриями. Изменяется роль художника, который выступает не только субъектом творчества, но и агентом экономических отношений, производителем эффектов, приносящих прибыль. Искусство преодолевает собственные границы, включается в формирование культурной экономики, а арт-практики – течения и направления современного искусства, представленные новыми техниками и способами выражения, поочередно сменяющихся и взаимодействующих между собой, дающие миру образцы индивидуальных стилей – становятся не только способом самовыражения художника, но и катализатором развития культурных индустрий.

6. В настоящее время культурные индустрии как никогда активно воздействуют на изменения, которые происходят в сфере культуры, экономики и в целом в социуме. Фактически культурные индустрии совершают экспансию в экономическую деятельность. Происходит сращивание экономической и художественной ценности культурного продукта, а современные арт-практики усиливают коммодификацию культуры, трансформируя культурное пространство и функции всех его участников. Отныне они транслируют мнения самых разных слоев общества, в числе которых находятся и представители меньшинств.

В заключении стоит отметить, что современная культура и искусство играют важную роль в развитии креативного сектора экономики. Изучение потенциала арт-практик, эффективный менеджмент и многоканальные формы финансирования являются необходимыми факторами для стимулирования этого развития. Креативный сектор экономики является источником инноваций и новых возможностей, а современная культура и искусство являются его двигателем и вдохновением.

Мы считаем, что в данной работе реализован полноценный анализ процесса формирования и развития культурных индустрий именно с опорой на потенциал современных арт-практик, и таким образом одна из основных идей нашего исследования получила свое обоснование в процессе изложения, а сформулированную гипотезу можно считать доказанной. Вместе с тем несомненная актуальность широта и темы оставляют немало «научных лакун» для будущих исследований, касающихся определения границ между производителем и потребителем в современной креативной экономике, обоснования роли культуры и искусства в современной экономике, анализа перспектив развития современного арт-рынка, конкурсов и проектов в системе культурных индустрий и т. п.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адорно, Т. В. Избранное: Социология музыки / Т. В. Адорно ; пер. М. И. Левиной, А. В. Михайлова ; сост.: С. Я. Левит, С. Ю. Хурумов ; отв. ред.: Л. Т. Мильская. – Москва ; Санкт-Петербург : Университетская книга, 1998. – 445 с.
2. Адорно, Т. Исследование авторитарной личности / Т. Адорно ; под общ. ред. д. филос. н. В. П. Култыгина. – Москва : Серебряные нити, 2001. – 416 с.
3. Адорно, Т. Эстетическая теория / Т. Адорно ; пер. А. В. Дранова. – Москва : Республика, 2001. – 185 с.
4. Адорно, Т. Диалектика Просвещения / Т. Адорно, М. Хоркхаймер ; пер. с нем. М. Кузнецова. – Санкт-Петербург : Медиум, Ювента, 1997. – 310 с.
5. Алексеева, А. М. Конкурентные преимущества и их роль в рыночной экономике / А. М. Алексеева. – Москва : МАКС Пресс, 2003. – 50 с.
6. Альянс Франсез Ростов-на-Дону [Электронный ресурс]. – URL: <http://afrus.ru/rostop/ru/2014/12/895> (дата обращения: 10.03.2023).
7. Аристотель. Поэтика / пер. М. Л. Гаспарова. – Аристотель. Сочинения : в 4-х т. – Москва : Мысль, 1983. – Т. 4. – 830 с. – (Философское наследие Т. 90).
8. Арт-практики как культурные индустрии // Цифровой репозиторий [Электронный ресурс]. – URL: <https://hub.sfedu.ru/repository/material/800814321> (дата обращения: 26.06.2023).
9. Аукуционек, С. П. Теория перехода к рынку / С. П. Аукуционек. – Москва : SvR-Аргус, 1995. – 104 с.
10. Бадлуева, М. П. Новые тенденции функционирования и развития социально-экономической системы региона: развитие креативного потенциала / М. П. Бадлуева, А. Б. Аюрзанайн // Креативная экономика. – 2015. – № 8. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-funktsionirovaniya-i-razvitiya->

sotsialno-ekonomicheskoy-sistemy-regiona-razvitie-kreativnogo-potentsiala (дата обращения: 10.02.2023).

11. Бауман, З. Социологическая теория постмодерна / З. Бауман // Человек и общество. Хрестоматия. – Киев : Институт социологии НАН Украины, 1999. – С. 255–256.

12. Бауман, З. Индивидуализированное общество / З. Бауман ; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – Москва : Логос, 2005. – 390 с.

13. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; пер. с англ. – Москва : Academia, 1999. – 783 с.

14. Белл, Д. Массовая культура и современное общество / Д. Белл // Америка. – 1965. – № 103. – С. 11–29.

15. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе / В. Беньямин ; предисл., сост., пер. и примеч. С. А. Ромашко ; Немецкий культурный центр имени Гете. – Москва : Медиум, 1996. – 239 с.

16. Бердяев, Н. А. Кризис искусства / Н. А. Бердяев // Н. Бердяев. Философия творчества, культуры и искусства., Москва : Искусство, 1994. Т. 2.

17. Богатырёва, Е. А. Фактор времени в становлении культурных индустрий / Е. А. Богатырёва // Культурологический журнал. – 2012. – № 1 (7) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.cjournal.ru/rus/journals/118.html&j_id=9 (дата обращения: 24.11.2022).

18. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Текст / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – Москва : Культурная революция ; Республика, 2006. – 269 с.

19. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал: Ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг ; пер., с англ. Н. Мишакова. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 286 с.

20. Булычёва Д. Ф. Перформанс и хэппенинг: общее и частное / Д. Ф. Булычёва // Вестник КГУ. – 2010. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/performans-i-heppening-obschee-i-chastnoe> (дата обращения: 13.12.2022).

21. Бычков, В. В. Эстетика : учеб. для гуманитар. направлений и специальностей вузов России / В. В. Бычков. – Москва : Гардарики, 2002. – 556 с.

22. Бычков, В. Постнеклассическая философия искусства: система основных понятий / В. Бычков // Искусствознание: журнал по истории и теории искусства. – 2010. – № 3/4. – С. 487–519.

23. Бычков, В. В. Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века / В. В. Бычков. – Москва : РОССПЭН, 2003. – 606 с.

24. Бычков, В. Виртуальная реальность как феномен современного искусства / В. Бычков, Н. Маньковская // Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда. Вып. 2. – Москва, 2006. – С. 32–61 [Электронный ресурс]. – URL: <http://iph.ras.ru/page47631358.htm> (дата обращения: 08.08.2022).

25. В Ростове-на-Дону прошли Дни греческой культуры, приуроченные к празднованию Дня Независимости Греции // Ассоциация Греческих Общественных Объединений России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.agoor.ru/news/item/197-v-rostove-na-donu-proshli-dni-grecheskoy-kultury-priurochennye-k-prazdnovaniyu-dnya-nezavisimosti-gretsii.html> (дата обращения: 20.02.2023).

26. Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии // Организация объединенных наций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml (дата обращения: 12.06.2022).

27. Галерея 16-я линия – галерея современного искусства в Ростове-на-Дону // Арт-центр MAKARONKA [Электронный ресурс]. – URL: <http://16thline.ru> (дата обращения: 15.01.2023).

28. Гез, Н. Н. Формирование коммуникативной компетентности как объект зарубежных методических исследований / Н. Н. Гез // Иностранные языки в школе. – 1985. – № 2. – С. 23–26.

29. Глущенко, К. В. Многообразие форм современного искусства: контекстуальность проблемы / К. В. Глущенко // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2011. – № 3(4) [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/mnogoobrazie-form-sovremennogo-iskusstva-kontekstualnost-problemy> (дата обращения: 26.04.2023).

30. Гнедовский, М. Б. Творческие индустрии: стратегия инновационного развития / М. Б. Гнедовский // Творческие индустрии: модель для сборки. – Москва : Институт культурной политики, 2005. – С. 7–15 (Культурные стратегии: экспертный клуб. Вып. 4).

31. Гнедовский, М. В. Творческие индустрии: политический вызов для России / М. В. Гнедовский // Отечественные записки. – 2005. – № 4. – С. 45–52.

32. Горлова, И. И. Этнокультурная политика в регионах Юга России / О. И. Бычкова, И. И. Горлова // Вопросы культурологии. – 2016. – № 2. – С. 14–20.

33. Горлова, И. И. Духовное неравенство и прикладные задачи культурной политики / И. И. Горлова, Т. В. Коваленко // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 24 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/duhovnoe-neravenstvo-i-prikladnye-zadachi-kulturnoy-politiki> (дата обращения: 08.06.2023).

34. Грандиозный фестиваль греческой культуры прошел в Ростове-на-Дону // Культурно-просветительское общество донских и приазовских греков «Танаис» [Электронный ресурс]. – URL: <http://rostovgreek.ru/grandioznyj-festival-grechskoj-kul> (дата обращения: 20.02.2023).

35. Гриценко, В. П. Культурная компетентность в контексте культурного многообразия и лакуарности / В. П. Гриценко, Т. Ю.

Данильченко // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2014. – № 9 (180) [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-kompetentnost-v-kontekste-kulturnogo-mnogoobraziya-i-lakunarnosti> (дата обращения: 25.04.2023).

36. Гриценко, В. П. Интеграция гуманитарной науки, образования и социально-проектной деятельности как насущная задача современности / В. П. Гриценко // Интеграция науки и высшего образования в социально-культурной сфере: [сб. науч. трудов по материалам научн.-практич. конф.]. – Краснодар, 2003. – С. 3–12.

37. Дебор, Г. Общество спектакля / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. – Москва : Логос, 1999. – 224 с.

38. Демпси, Э. Стили, школы, направления. Путеводитель по современному искусству / Э. Демпси ; пер. с англ.: В. Крючкова, Е. Чура. – Москва : Искусство-XXI век, 2008. – 303 с.

39. Джеймисон, Ф. Постмодерн и общество потребления / Ф. Джеймисон // Логос. – 2000. – № 4. – С. 63–77.

40. Дианова, В. М. Постмодернизм в философии, искусстве, культуре / В. М. Дианова // Постмодернистская философия искусства: истоки и современность. – СПб.: Петрополис, 1999. – 240 с. // Учебно-методический комплекс дисциплины «Художественные практики XX века как школа толерантности» / сост. Т. А. Галеева. – Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного ун-та, 2008. – С. 48–63.

41. Дни Европы в Ростове-на-Дону [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.eur.ru/rostov> (дата обращения: 10.02.2016).

42. Драч, Г. В. Социальная креативность культуры / Г. В. Драч // Международный журнал исследований культуры. – 2014. – № 4 (17). – С. 53–64.

43. Драч, Г. В. Сущность и основные функции культуры / Г. В. Драч // Культурология : учебное пособие / под ред. проф. Г. В. Драча. – Москва : Альфа-М, 2003. – 432 с.

44. Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм ; пер. с франц. – Москва : Канон, 1996. – 432 с.
45. Дюркгейм Э. Самоубийство. Социологический этюд / Э. Дюркгейм. – Москва : Мысль, 1994. – 327 с.
46. Егоров, Е. В. Место культуры и искусства в креативной экономике / Е. В. Егоров, Е. А. Мешек // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 4. – С. 330–336.
47. Емелин, В. А. Постмодернистская философия и постмодерная культура : учебное пособие / В. А. Емелин. – Москва : МАМАРМЕН, 2000. – 23 с.
48. Ерасов, Б. С. Социальная культурология / Б. С. Ерасов. – Москва : Аспект Пресс, 1997. – 591 с.
49. Ерасов, Б. С. Социальная культурология : учебник для студентов высших учебных заведений / Б. С. Ерасов. – Издание третье, доп. и перераб. – Москва : Аспект Пресс, 2000. – 591 с.
50. Жданов, Ю. А. Сущность культуры / Ю. А. Жданов, В. Е. Давидович. – Ростов-на-Дону : Изд-во Ростовского государственного университета, 1979. – 264 с.
51. Жулина, Е. Г. Экономика и социология труда. Шпаргалка / Е. Г. Жулина, Н. А. Иванова. – Москва : Ай Пи Эр Медиа, 2009. – 48 с.
52. Заковоротная, М. В. Роль профессионального признания в культурной индустрии / М. В. Заковоротная, К. В. Савельева // Научная мысль Кавказа. – 2016. – № 2. – С. 31–37.
53. Заковоротная, М. В. Стратегии социального и культурного признания в эпоху постмодерна / М. В. Заковоротная // Ценности и смыслы. – 2016. – № 6 (46). – С. 27–35.
54. Заковоротная, М. В. Становление информационного общества: история и изменение образовательных перспектив / М. В. Заковоротная. – Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2013. – 144 с.

55. Закон Российской Федерации «“Основы законодательства Российской Федерации о культуре”» от 09.10.1992 № 3612-1 // КонсультантПлюс. – 01.01.2016.
56. Зеер, Э. Ф. Психология профессий : учеб. пособие / Э. Ф. Зеер. – Москва : Акад. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. – 329 с.
57. Зеленцова, Е. В. От творческих индустрий к творческой экономике / Е. В. Зеленцова // Управленческое консультирование. – 2009. – № 3 [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ot-tvorcheskih-industriy-k-tvorcheskoj-ekonomike> (дата обращения: 29.01.2023).
58. Зуев, С. Э. В начале был текст / С. Э. Зуев // Отечественные записки. – 2005. – № 4. – С. 76–86.
59. Зуев, С. Э. Культура как ресурс и ресурсы для культурной деятельности / С. Э. Зуев // Экология культуры: Инф. бюллетень. – 1998. – № 2 (5). – С. 21–32.
60. Зуев, С. Э. Несколько замечаний к понятию «рынок культуры» / С. Э. Зуев // Программирование культурного развития: региональные аспекты. Вып. II. – Москва : РИК, 1993. – С. 59–68.
61. Иглесиас, Гарсиа Рикардо. «Наше постчеловеческое будущее» в утопиях современного искусства = "Our Posthuman Future" in Utopias of Contemporary Art / Г. Р. Иглесиас, Т. С. Паниотова // Человек : иллюстрированный научно-популярный журнал. – 2021. – Т. 32, № 4. – С. 149–171.
62. Ильин, И. П. Постмодернизм. Словарь терминов / И. П. Ильин. – Москва : ИНИОН РАН (отдел литературоведения) – INTRADA. 2001 – 206 с.
63. Инвестиционный паспорт города // Инвестиции и инновация Ростова-на-Дону [Электронный ресурс]. – URL: <http://investrostov.ru/?q=ru/node/151> (дата обращения: 15.01.2017).
64. Инновационное развитие экономики России: междисциплинарное взаимодействие: Седьмая международная научная конференция; Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет; 16–18 апреля 2014

: сборник статей. – Москва : Экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. – 680 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://e.lanbook.com/book/73117> (дата обращения: 15.10.2022).

65. Инновационные волны Шумпетера // Синтез Бизнес Новаций (СБН) [Электронный ресурс]. – URL: <http://sbn.finance.ru/obzor/vench/vb012> (дата обращения: 15.10.2016).

66. Иноземцев, В. Л. Специфические особенности европейской социальной модели / В. Л. Иноземцев // Современная Европа. – 2004. – № 1 (17) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsificheskie-osobennosti-evropeyskoy-sotsialnoy-modeli> (дата обращения: 07.06.2023).

67. Институт культурной политики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cpolicy.ru> (дата обращения: 04.02.2023).

68. Испания 3.5.1 // Компендиум культурной политики и тенденций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.culturalpolicies.net/country_profile/spain-3-5-1 (дата обращения: 02.03.2023).

69. Каган, М. С. Философия культуры / М. С. Каган. – Санкт-Петербург : Петрополис, 1996. – 416 с.

70. Калиновская, М. С. Арт-практики андеграунда в системе современного философского дискурса / М. С. Калиновская // Вестник СПбГУКИ. – 2015. – № 4 (25). – С. 181–184.

71. Кант, И. Критика способности суждения / И. Кант // Собрание сочинений в 6 томах. – Москва : Мысль, 1966. – Т. 5. – 546 с.

72. Кармин, А. С. Основы культурологии. Морфология культуры : учебник для студентов вузов / А. С. Кармин. – Санкт-Петербург : Лань, 1997. – 507 с.

73. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

74. Ковалев, Г. А. Общение и проблема интериоризации / Г. А. Ковалев, Л. А. Радзиховский // Вопросы психологии : журнал. – 1985. – № 1. – С. 110–120.

75. Коваленко, Т. В. Теория стиля и проблема эволюционных исследований культуры / Т. В. Коваленко // Культурная жизнь Юга России. – 2011. – № 4 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-stilya-i-problema-evolyutsionnyh-issledovaniy-kultury> (дата обращения: 08.06.2023).

76. Коган, В. З. Теория информационного взаимодействия: философско-социологические очерки / В. З. Коган. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. ун-та, 1991. – 316 с.

77. Колинко, И. В. Общенаучный и междисциплинарный подходы в социокультурном проектировании / И. В. Колинко // Вестник МГУКИ. – 2011. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/obschenauchnyy-i-mezhdistsiplinarnyy-podhody-v-sotsiokulturnom-proektirovanii> (дата обращения: 21.11.2022).

78. Колосовская, Т. А. Формирование кросс-культурной компетентности будущих учителей : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Т. А. Колосовская. – Челябинск, 2006. – 195 с.

79. Кошут, Дж. Искусство после философии (1969) / Дж. Кошут ; пер. с англ. А. А. Курбановского // Искусствознание. – 2001. – № 1.

80. Кракауэр, З. Орнамент массы / З. Кракауэр ; пер. с нем. Е. Земсковой // Новое литературное обозрение. – 2008. – № 4 (92). – С. 69–77.

81. Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов : материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от 22.10.2020 // Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации : офиц. сайт. – Аналитический вестник. – 2020. – № 13(756). [Электронный ресурс]. – URL:

http://council.gov.ru/activity/analytics/analytical_bulletins/121689 (дата обращения: 22.06.2023).

82. Кулик, И. Художники осваивают заводы, фабрики и промзоны / И. Кулик [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cpolicy.ru/analytics/kulik.html> (дата обращения: 25.11.2022).

83. Культурно-деловой центр // Креативный кластер с52 [Электронный ресурс]. – URL: <http://creativespace.pro/#promo> (дата обращения: 15.01.2023).

84. Культурные и креативные индустрии // Программа ЕС и Восточного партнерства «Культура и креативность» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lecture-5> (дата обращения: 20.06.2022).

85. Левитт, С. Параграфы о концептуальном искусстве (1967) / С. Левитт // Художественный журнал. – 2008. – № 69. – [Электронный ресурс]. – URL: http://vcsi.ru/files/sol_levitt.pdf (дата обращения: 08.08.2022).

86. Лепина, М., 2022. NFT-искусство: миллионы из виртуальной реальности / М. Лепина // Газета "Культура", 5. Date Views 20.09.2022 [Электронный ресурс]. – URL: portal-kultura.ru/articles/world/341440-nft-iskusstvo-millions-iz-virtualnoy-realnosti.

87. Лешкевич, Т. Г. Основы философии : учебное пособие / Т. Г. Лешкевич, О. В. Катаева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2013. – 315 с. [Электронный ресурс]. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/908859> (дата обращения: 07.06.2023).

88. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар ; пер. с фр. Н. А. Шматко. – Москва : Институт экспериментальной социологии ; Санкт-Петербург : Алетейя, 1998. – 160 с.

89. Лэнд-арт // Лэнд-арт Сибири [Электронный ресурс]. – URL: <https://newflorist.school/landart/2017/about> (дата обращения: 23.06.2023).

90. Матецкая, М. Творческие индустрии: перспективы социально-экономической трансформации / М. Матецкая // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2011. – № 3. – С. 192–206.
91. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Understanding Media: The Extensions of Man / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. – 2-е изд. – Москва : Гиперборея : Кучково поле, 2007. – 462 с.
92. Маньковская, Н. Б. «Париж со змеями» : (Введ. в эстетику постмодернизма) / Н. Б. Маньковская ; Рос. АН, Ин-т философии. – Москва : ИФРАН, 1995. – 219 с.
93. Маньковская, Н. Б. Эстетика постмодернизма = Esthétique postmoderne / Н. Б. Маньковская. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. – 346 с.
94. Маркарян, Э. С. Очерки теории культуры / Э. С. Маркарян. – Ереван: Изд-во АН Армянской ССР, 1969
95. Маркарян, Э. С. О генезисе человеческой деятельности и культуры / Э. С. Маркарян. – Ереван: Изд-во АН Армянской ССР, 1973.
96. Маркузе, Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек / Г. Маркузе ; пер. с англ. – Москва : АСТ, 2002. – 526 с.
97. Мартин, Дж. Телематическое общество. Вызов ближайшего будущего / Дж. Мартин ; пер. Ю. В. Никуличева // Новая технократическая волна на Западе. – Москва : Прогресс, 1986. – С. 371–391.
98. Мартыненко, Н. Д. Искусство как фактор формирования социального типа личности в условиях современной городской культуры: дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Н. Д. Мартыненко. – Курск, 2007.
99. Международный конкурс видеомэппинга и виджеинга Art Vision // Московский Международный фестиваль «Круг Света» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lightfest.ru/about> (дата обращения: 23.11.2016).
100. Межуев, В. М. Культура и история / В. М. Межуев. – Москва : Политиздат, 1977.

101. Место, где вы можете начать свой бизнес с минимальными затратами // Инженерный Центр Фабрика [Электронный ресурс]. – URL: <http://fabrika-ic.ru> (дата обращения: 15.01.2023).

102. Мильков, Д. Э. Развитие творческих индустрий: аспект международного сотрудничества / Д. Э. Мильков // Культурное разнообразие, развитие и глобализация: По результатам дискуссий круглого стола (Москва, 21 мая 2003). – Москва : РИК, 2003. – С. 103–107.

103. Мильков, Д. Э. Творческие индустрии, или Культура в стиле funk / Д. Э. Мильков // Творческие индустрии в России. – Москва : Институт культурной политики, 2004. – С. 60–65. – (Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 3).

104. Минимализм в искусстве 1960–70-х годов // Искусствовед.ру – сетевой ресурс об искусстве и культуре : [сайт]. – 2019 [Электронный ресурс] – URL: <https://iskusstvoed.ru/2019/09/25/minimalizm-v-iskusstve-1960-70-h-godov> (дата обращения: 15.12.2022).

105. Мировое искусство. Направления и течения от импрессионизма до наших дней (Иллюстрированная энциклопедия) / автор-сост. И. Г. Мосин. – Санкт-Петербург : СЗКЭО Кристалл, 2006. – 189 с.

106. Новиков, А. М. Профессиональное образование в России: перспективы развития / А. М. Новиков. – Москва : ИЦПНПО РАО, 1997. – 253 с.

107. Нордстрем, К. А. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта / К. А. Нордстрем, И. Риддерстрале ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 280 с.

108. Об Ассоциации // Ассоциация инновационных регионов России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.i-regions.org> (дата обращения: 15.01.2023).

109. Обсерватория Land art // OBSART | Observatoire du Land Art [Электронный ресурс]. – URL: <https://obsart.blogspot.ru> (дата обращения: 24.11.2022).

110. Об утверждении государственной программы Ростовской области «Экономическое развитие и инновационная экономика» // Официальный портал Правительства Ростовской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.donland.ru/documents/Ob-utverzhdanii-gosudarstvennoj-programmy-Rostovskoj-oblasti-Ekonomicheskoe-razvitie-i-innovacionnaya-ehkonomika?pageid=128483&mid=134977&itemId=21712> (дата обращения: 15.01.2023).

111. Орлова О. Н. Полисский: «Главное – не обучить, а побудить к действию» / О. Орлова // ЭКА.ru. – 24 августа 2009 года [Электронный ресурс]. – URL: https://www.ec-a.ru/index.php?mn=razdel&mns=gvl37vemqzjw_ru (date of access: 17.04.2023).

112. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : Litres, 2017. – 256 с.

113. Ортега-и-Гассет, Х. Дегуманизация искусства / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : АСТ, 2008. – 189 с.

114. Паниотова, Т. С. Авангард в культуре XX века (1900–1930 гг.): Теория. История. Поэтика : в 2 кн. / под ред. Ю. Н. Гирина. – Москва : ИМЛИ РАН, 2010 / Т. С. Паниотова // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. – 2011. – № 1 (62). – С. 221–225.

115. Паниотова, Т. С. Культурная история Запада в контексте модернизации (XIX – начало XXI в.) / Т. С. Паниотова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 223 с.

116. Пермякова, Н. Р. Искусство как фактор социализации студенческой молодежи / Н. Р. Пермякова // Труды СПбГУКИ. – 2015. – Т. 206. – С. 227–235.

117. Пигулевский В. О. Арт-практика: ирония и коннотации / В. О. Пигулевский // Южно-Российский музыкальный альманах. – 2019. – № 3 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-praktika-ironiya-i-konnotatsii> (дата обращения: 11.01.2023).

118. Пигулевский, В. О. Инсталляция: преобразование означающих / В. О. Пигулевский, Л. А. Мирская // Южно-Российский музыкальный альманах. – 2020. – № 4 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/installyatsiya-preobrazovanie-oznachayuschih> (дата обращения: 08.06.2023).
119. Пигулевский, В. О. Искусство и арт-практика / В. О. Пигулевский. – Харьков : Гуманитарный центр, 2019. – 195 с.
120. План мероприятий по реализации в 2022–2024 гг. Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления и государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утвержден Правительством Российской Федерации распоряжением от 17.08.2022 г. № 2290-р) // Правительство Российской Федерации : официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/docs/all/142659> (дата обращения: 24.06.2023).
121. Платон. Собрание сочинений / Платон. – В 4 т. – Москва : Мысль, 1990–1995.
122. Площади креативных объектов // Flacon-X [Электронный ресурс]. – URL: <http://flaconx.ru/fund2019> (дата обращения: 26.06.2023).
123. Поппер, К. Открытое общество и его враги. Т. I: Чары Платона / К. Поппер ; пер. с англ. ; под общ. ред. В. Н. Садовского. – Москва : Междунар. фонд «Культурная инициатива», 1992.
124. Публичная декларация целей и задач Министерства образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://минобрнауки.рф/документы/5366/файл/4266/aims2015.pdf> (дата обращения: 20.02.2016).
125. Пьер Луиджи Сакко // Культурные и креативные индустрии [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lektsiya-5-kuljturnie-i-kreativnie-industrii> (дата обращения: 13.11.2022).

126. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест 2021 / С. В. Бредихин, В. В. Власова, Н. В. Гаврилова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг // [Электронный ресурс]. – URL: www.hse.ru/data/2021/10/04/1460587750/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf (дата обращения: 02.03.2023).
127. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш., Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – Москва : Изд. дом ИНФРА-М, 1998. – 476 с.
128. Режабек Е. Я. Когнитивный подход в науке о культуре / Е. Я. Режабек // Гуманитарные и социальные науки. – 2008. – №1. – С. 39–46.
129. Римский, В. П. Креативные инновации культуры или репродуктивные нововведения цивилизации? Опыт прочтения культурологии М. К. Петрова // Социальные трансформации культуры: наблюдаемые тенденции и перспективы : материалы 3-го Рос. культурологического конгресса с междунар. участием «Креативность в пространстве традиции и инновации» / С.-Петерб. отд-ние Рос. ин-та культурологии; отв. ред. А. В. Ляшко. – Санкт-Петербург : Эйдос, 2013. – С. 430–431.
130. Савельева, К. В. Развитие культурных индустрий в регионах России (на примере Ростова-на-Дону) / К. В. Савельева // Наука. Искусство. Культура. – 2022. – № 4(36). – С. 200–205.
131. Савельева, К. В. Современные арт-практики в контексте цифровых трансформаций / К. В. Савельева // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2022. – Т. 11, № 6-1. – С. 176–183.
132. Савельева, К. В. Феномен культурных индустрий в философско-культурологическом дискурсе / К. В. Савельева // Вестник Калмыцкого университета. – 2022. – № 4 (56). – С. 175–181.
133. Салтанова, С. В. Картотека: креативные индустрии в России. Творчество как двигатель экономики / С. В. Салтанова // Научно-образовательный портал IQ. – 06.08.2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://iq.hse.ru/news/492970553.html> (дата обращения: 26.04.2023).

134. Серостанова, О. Б. Культурные индустрии в условиях цифровизации общества: проблемы и перспективы / О. Б. Серостанова // Наука. Искусство. Культура. – 2023. – № 1 (37) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-industrii-v-usloviyah-tsifrovizatsii-obschestva-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 07.06.2023).

135. Скворцова, В. А. Интеллектуальный капитал: Методология исследования, концепция : монография / В. А. Скворцова. – Москва : МИЭМ: Учлитвуз, 2002. – 248 с.

136. Скотт А. Культурная экономика в городах / А. Скотт // Логос. – 2002. – № 3-4. – С. 34.

137. Соловьева, Г. Г. Теодор Адорно и его «Эстетическая теория»: современный взгляд / Г. Г. Соловьева // Историко-философский ежегодник. – Москва : Центр гуманитарных инициатив, 2011. С. 145–170.

138. Солонин, Ю. Н. Кризис культуры в контексте русского и западно-европейского менталитета / Ю. Н. Солонин // Вестник СПбГУ. – 1993. – Серия 6. Вып. 3 / № 20.

139. Солонин, Ю. Н. Аспекты моральной философии модернизма / Ю. Н. Солонин // Этическое и эстетическое: 40 лет спустя. Материалы научной конференции. 26–27 сентября 2000 г. Тезисы докладов и выступлений. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2000. – С. 148–152.

140. Солоу, Р. М. Экономическая теория ресурсов или ресурсы экономической теории. Лекция в честь Ричарда Т. Эли / Р. М. Солоу // Вехи экономической мысли. Т. 3. Рынки факторов производства / под общ. ред. В. М. Гальперина. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 1999. – С. 304–311.

141. Тенбрук, Ф. Репрезентативная культура / Ф. Тенбрук // Социологическое обозрение. – 2013. – Т. 12. – № 3. – С. 93–120.

142. Тойнби, А. Дж. Цивилизация перед судом истории : сборник / А. Дж. Тойнби ; пер. с англ. – Москва : Рольф, 2002. – 592 с.

143. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер ; пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др. – Москва : АСТ, 2009. – 784 с.
144. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер ; пер. с англ.: Е. Руднева и др. – Москва : АСТ, 2003. – 557 с.
145. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби ; пер. с англ. И. Кушнаревой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – 2-е изд. – Москва : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2018. – 256 с.
146. Турчин, В. С. По лабиринтам авангарда / В. С. Турчин. – Москва : Изд-во Московского государственного ун-та, 1993. – 248 с.
147. Философия техники: история и современность : коллективная монография / Институт философии Российской Академии наук ; отв. ред.: В. М. Розин. – Москва, 1997 [Электронный ресурс]. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3369>
148. Флиер, А. Я. Культурная компетентность личности: между проблемами образования и национальной политики / А. Я. Флиер // Общественные науки и современность. – 2000. – № 2. – С. 151–165.
149. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов / А. Я. Флиер. – Москва : Академический Проект, 2000. – 496 с.
150. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида ; пер. с англ. – Москва : Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.
151. Фромм, Э. Кризис психоанализа / Э. Фромм ; пер с нем. – Москва : АСТ, 2017. – 254 с.
152. Фурсин А.А. Вступительное слово заместителя Председателя Совета Федерации, председателя Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации / А. А. Фурсин // Аналитический вестник. – 2020. – № 13 (756). – С. 32.
153. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас ; пер. с нем. под ред. Д. В. Скляднева, послесл. Б. В. Маркова. – Санкт-Петербург : Наука, 2000.

154. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Д. Хезмондалш ; пер. с англ. И. Кушнareвой. – Москва : Высшая Школа Экономики, 2014.
155. Хейзинга, Й. Тени завтрашнего дня. Человек и культура. Затемненный мир: эссе / Й. Хейзинга. – Санкт-Петербург : ИД Ивана Лимбаха, 2010.
156. Хенви, Р. Достижимая глобальная перспектива / Р. Хенви ; пер. с англ. Я. М. Колкера и др. – Рязань, 1994. – 69 с.
157. Хокинс, Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс ; [пер. с англ.]. – Москва : Финансовая корпорация «Открытие», 2011. – 253 с.
158. Хоменко, Б. 2021. NFT. Новый этап в истории искусства / Б. Хоменко // Cabinet de l'art, #27. Date Views 08.09.2022 [Электронный ресурс]. – URL: cabinetdelart.com/iskusstvo/nft-novyj-etap-v-istorii-iskusstva.
159. Хоннет, А. Борьба за признание: нравственная грамматика социальных конфликтов / А. Хоннет ; пер. Дж. Андерсон. – Кембридж: Полити Пресс, [1986] 1995.
160. Центр по работе с одаренными детьми «Дар» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rostovdar.ru/index.php/2012-11-01-12-38-47> (дата обращения: 10.02.2023).
161. Центр развития творческих индустрий [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.osbcreative.ru> (дата обращения: 27.03.2023).
162. Цыганков, А. П. Современные политические режимы: структура, типология, динамика / А. П. Цыганков. – Москва : Интерпракс, 1995. – 296 с.
163. Чернов, А. А. Становление глобального информационного общества / А. А. Чернов. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – 232 с.
164. Чуворкина, О. А. Фигура автора после «Смерти автора» / О. А. Чуворкина // Артикульт. – 2013. – № 2 (10). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/figura-avtora-posle-smerti-avtora> (дата обращения: 24.04.2023).

165. Шептухина, Л. И. Творческие индустрии как сектор новой экономики города / Л. И. Шептухина // Мир современной науки. – 2012. – № 4 [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-industrii-kak-sektor-novoy-ekonomiki-goroda> (дата обращения: 10.02.2023).
166. Шептухина, Л. И. Развитие креативных отраслей индустрии в моногороде / Л. И. Шептухина, Е. И. Фадеева // Кузнецк-Сталинск-Новокузнецк: проблемы города в переходный период : сб. науч. тр. II Всерос. науч.-практ. конф. Новокузнецк, 3–4 декабря 2010 г. – Новокузнецк : НФИ ГОУ ВПО «КемГУ», 2010. – С. 107–114.
167. Штомпель, О. М. Явление кризиса: социокультурный диагноз / О. М. Штомпель. – Saarbrücken : Palmarium Academic Publishing, 2017. – 182 с.
168. Элиас, Н. Общество индивидов / Н. Элиас ; пер. с нем. – Москва : Праксис, 2001. – 336 с.
169. Энвайронментальное искусство XX в. // Scholar.su [Электронный ресурс]. – URL: <https://scholar.su/diplomnye/envaironmentalnoe-iskusstvo-20-v-p2> (дата обращения: 24.11.2022).
170. Энциклопедия искусства XX века / автор-сост. О. Б. Краснова. – Москва : ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2002. – 352 с.
171. Эрли, К. Культурная компетентность / К. Эрли, Э. Мосаковски // Harvard Business Review – Россия. – 2004. – № 2. – С. 15–19.
172. Эффекты коронакризиса для креативной экономики // Институт статистических исследований и экономики знаний [Электронный ресурс]. – URL: <https://issek.hse.ru/news/522653516.html?ysclid=ljf9ucuek1144310294> (дата обращения: 26.06.2023).
173. Яковлев, В. Ю. Культура. Мировоззрение. Наука. (Проблема оснований научного познания) : монография / В. Ю. Яковлев. – Кострома : Изд-во КГТУ, 2006. – 159 с.
174. Якушев, М. В. Социальные проблемы информационной эпохи / М. В. Якушев // Информационное общество. – 2001. – № 6. – С. 40–42.

175. Ярилова, О. С. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях / О. С. Ярилова // Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов : материалы заседания Совета по развитию социальных инноваций субъектов Российской Федерации при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации от 22.10.2020. – Аналитический вестник. – 2020. – № 13(756). – С. 21–25 <http://council.gov.ru/media/files/cArZsej5uEzf7rYuwtSduLBfl0bgYRUj.pdf> (дата обращения: 22.06.2023).

176. 64 города включены в Сеть творческих городов // ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.unesco.org/news/64-goroda-vklyucheny-v-set-tvorcheskih-gorodov-yunesko> (дата обращения: 04.02.2023).

177. Adorno, T. 'Letters to Walter Benjamin' / T. Adorno // *Aesthetics and Politics* / Eds T. Adorno et al. – London: Verso, 1980. – P. 110–133.

178. Adorno, T. *Freudian Theory and the Pattern of Fascist Propaganda* / T. Adorno // *The Essential Frankfurt school reader*. – 1982. – С. 118–137.

179. Amin, A. *Post-Fordism* / A. Amin. – Blackwell, Oxford, 1994.

180. Andrews M. (Ed.): *Land, Art: A Cultural Ecology Handbook*. – London, 2006.

181. Arrow, K. *The economics of information in the Computer Age: A Twenty-Year View* / K. Arrow ; Eds M. Dertouzos & J. Moser. – MIT Press, Cambridge, MA, 1979.

182. Bamford, A. *The WOW Factor. Global research compendium on the impact of the arts in education* / A. Bamford. – Waxmann ; Münster ; NewYork ; München; Berlin, 2006.

183. Baumol, W. J. *Performing Arts: The Economic Dilemma* / W. J. Baumol, W. G. Brown. – Twentieth Century Fund, New York, 1966.

184. Bell, D. *The Coming of Post-Industrial Society* / D. Bell. – Penguin, Harmondsworth, 1973.

185. Beniger, J. R. The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society / J. R. Beniger. – Cambridge, Massachusetts ; London: Harvard University Press, 1989. – 508 p.
186. Bjorkrgren, D. The Culture Business: Management Strategies for the Arts-Related Business / D. Bjorkrgren. – London : Routledge, 1996. – 60 p.
187. Blurring the Boundaries. Installation Art 1969–1996. – Exhibition catalog. – Museum of Modern Art, San Diego, 1997.
188. Brenner, R. The Boom and the Bubble / R. Brenner. – 6th Edition. – New Left review, 2000. – P. 5–43.
189. C2 MONTRÉAL [Electronic resource]. – URL: <http://www.c2montreal.com> (date of access: 20.06.2023).
190. Computer graphic installation // The Legible City [Electronic resource]. – URL: http://www.jeffrey-shaw.net/html_main/show_work.php?record_id=83 (date of access: 24.11.2022).
191. Contemporary Art in Context // Art21 [Electronic resource]. – URL: <https://art21.org/for-educators/tools-for-teaching/getting-started-an-introduction-to-teaching-with-contemporary-art/contemporary-art-in-context> (date of access: 05.02.2018).
192. Corner, J. "Influence": the contest core of media research in Mass Media and Society / J. Corner. – London : Edward Arnold, 2000. – 376 p.
193. Creative Industries Mapping Documents 1998 // GOV.UK [Electronic resource]. – URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (date of access: 25.09.2022).
194. De Fellippe, R. Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy / R. De Fellippe, G. Grabher, C. Jones // Journal of Organizational Behavior. – 2007. – P. 511–521 [Electronic resource]. – URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/job.466/abstract> (date of access: 12.06.2022).

195. Distrito 22@ // De Wikipedia, la enciclopedia libre [Electronic resource]. – URL: https://wiki2.org/es/Distrito_22@?ysclid=ler59ng4db501672468 (date of access: 02.03.2023).
196. Duchamp, M. The creative act / M. Duchamp [Electronic resource]. – URL: <https://www.fiammascura.com/Duchamp.pdf> (date of access: 05.06.2023).
197. Dyachenko, M. I. Psychological problems of readiness for activities / M. I. Dyachenko, L. A. Kandybovich. – Minsk : Publishing House of the Belarusian University, 1976.
198. Earley, P. Ch. Redefining interactions across cultures and organizations: moving forward with cultural intelligence / P. Ch. Earley. – Oxford : Elsevier, 2002. – P. 271–99.
199. Earley, P. C. Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures / P. C. Earley, S. Ang. – Stanford university press, 2003. – 400 p.
200. Environmental Aesthetics / A. Carlson // Stanford Encyclopedia of Philosophy – Mon. 2007 [Electronic resource]. – URL: <http://plato.stanford.edu/entries/environmental-aesthetics> (date of access: 17.04.2023).
201. Florida, R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life / R. Florida. – Basic Books, 2002.
202. Fluxus Reader – Free Digital Edition – Announcements – Art & Education [Electronic resource]. – URL: www.artandeducation.net (date of access: 10.01.2023).
203. Formation of Socio-Cultural Competence in Foreign Language Teaching // ScienceDirect [Electronic resource]. – URL: [S1877042814037732](https://doi.org/10.1016/S1877042814037732) (date of access: 20.02.2023).
204. Garnham, N. Afterword: The cultural commodity and cultural policy, in The UK Cultural Sector / N. Garnham ; Ed. S. Selwood. – Policy Studies Institute, London, 2000.

205. Garnham, N. Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information // N. Garnham. – London : SAGE Publications, 1990. – 224 p.
206. Garnham, N. From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industry" / N. Garnham // International Journal for Cultural Policy. – 2005. – No. 1(2). – P. 62–71.
207. Garnham, N. Information society as theory or ideology / N. Garnham // Information, Communication and Society. – 1 June 2000. – Vol. 3, No. 2. – P. 139–152.
208. Geddes, D. Creative Industries in Historic Buildings and Environments / D. Geddes // London : Colliers International Property Consultants Limited, 2018. – [Electronic resource]. – URL: <https://historicengland.org.uk/content/docs/research/creative-industries-summary-report> (date of access: 20.02.2023).
209. Gellner, E. Anthropology and politics: revolutions in the sacred grove / E. Gellner. – Oxford : Wiley-Blackwell, 1995. – 284 p.
210. Gilman, C. Arte Povera: Selections from the Sonnabend Collection / C. Gilman. – Columbia University, 2001. – 55 p.
211. Glynn, M. A. When Cymbals become Symbols: Conflict over Organizational Identity within a Symphony Orchestra / M. A. Glynn // Organization Science. – May-June 2000. – P. 285–298.
212. Gorham and Partners Export Potential of the Cultural Industries, British Council. – London, 1996.
213. Gonguet, J. P. Les créatifs sont complètement à l'ouest / J. P. Gonguet // La Tribune. – 2015. – URL: <https://www.latribune.fr/regions/ile-de-france/les-creatifs-sont-completement-a-l-ouest-468667.html>
214. Growing the UK's Creative Industries // wardwilliamscreative [Electronic resource]. – URL: https://wwcreative.co.uk/growing-the-uks-creative-industries/?utm_term=&utm_campaign=Traffic+New+Website&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7613117480&hsa_cam=12761683395&hsa_gr

p=121396040826&hsa_ad=519542278963&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-19959388920&hsa_kw=&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjwy7CKBhBMEiwA0Eb7ave99ltuvh8MoDGI9BVDeA_GSdgpMM0zQi41GUJkRUGsN2rstOHxGBoCFn8QAvD_BwE (date of access: 27.09.2021).

215. Harvey, D. *The Condition of Postmodernity* / D. Harvey. – Oxford : Blackwell, 1989.

216. Hesmondhalgh, D. *Cultural industries and cultural policy* / D. Hesmondhalgh, A. C. Pratt // *International Journal of Cultural Policy*. – 15 Aug 2006. – 19 p. [Electronic resource]. – URL: <http://www.tandfonline.com/loi/gcul20> (date of access: 20.02.2023).

217. Hesmondhalgh, D. *Production Media Entertainment* / D. Hesmondhalgh // Curran, J., Gurevitch, M. (eds.). *Mass media and society*. – London : Hodder Arnold, 2005. – P. 25.

218. Hirsch, P. *Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry system* / P. Hirsch // *Amer. J. Soc.* – 1972. – Vol. 77. – P. 639–659.

219. Honneth, A. *Recognition and Power Axel Honneth and the Tradition of Critical Social Theory* / A. Honneth. – New York : Cambridge University Press, 2007. – 256 p.

220. Honneth, A. *The Critique of Power: Reflective Stages in a Critical Social Theory* / A. Honneth. – Cambridge, Massachusetts, London, England : MIT Press, 1991. – 372 p.

221. Howkins, J. *The Creative Economy: How People make money from ideas* / J. Howkins. – New York : Allen Lane, 2001.

222. *Index 2021: Europe* // *Innovation Cities*. [Electronic resource]. – URL: <https://innovation-cities.com/europe-city-rankings-2021-most-advanced-innovative-cities/25737> (date of access: 20.01.2023).

223. Jameson, F. *Postmodernism & Cultural Theories* / F. Jameson. – Xi'an : Shaanxi Normal Univ. Press, 1987. – 232 p.

224. Kaprow, A. How to Make a Happening / A. Kaprow // Published by Primary Information. 2009 [Electronic resource]. – URL: <https://primaryinformation.org/files/allan-kaprow-how-to-make-a-happening.pdf> (date of access: 26.06.2023).
225. Kircher-Kohl, M. Diversity and Cooperation. Cultural Education in Austria – Strategies for the Future / M. Kircher-Kohl. – 15.05.2007.
226. Kracauer, S. Das Ornament der Masse. Essays / S. Kracauer. – Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1963. – S. 50–63.
227. Hübner, K. Philosophy of modern art and philosophy of technology / K. Hübner. – Kiel, Germany, 1998.
228. Lampel, J. Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries / J. Lampel, T. Lant, J. Shamsie // Organization Science. – May-June 2000. – Vol. 11, No. 3. – P. 263–269.
229. Landry, Ch. The Creative City / Ch. Landry, F. Bianchini. – London : Demos, 1995.
230. Leche, J. Fifty key Contemporary Thinkers / J. Leche. – London : New York : Routledge, 1994. – 283 p.
231. Livermore, D. Leading with Cultural Intelligence / D. Livermore. – New York : AMACOM, 2015. – 241 p.
232. Rush, M. New Media in Late 20th Century Art / M. Rush. – London : Thames & Hudson, 2005.
233. Meyer, U. Conceptual Art / U. Meyer. – New York, Dutton, 1972. – 204 p.
234. Mills, C. W. The Mass Society / C. W. Mills // The Power Elite. – Oxford Press, 1956.
235. Monitoring-Bericht: Kreativbranche erholt sich schrittweise // HTWK. – URL: <https://www.htwk-leipzig.de/studieren/newsdetail6/artikel/5995> (дата обращения: 26.06.2023).

236. Notestein, F. W. The Future Population of Europe and the Soviet Union: Population Projections, 1940–1970 / F. W. Notestein, I. B. Taeube, D. Kirk, A. J. Coale, L. K. Kiser. – Geneva : League of Nations, 1944.
237. O'Connor, J. The Definition of Cultural Industries / J. O'Connor. – [Electronic resource]. – URL: <http://www.mmu.ac.uk/h-ss/mipc>
238. Odlyzko, A. Content is not king / A. Odlyzko // First Monday [Electronic resource]. – URL: <http://firstmonday.org/article/view/833/742> (date of access: 20.08.2022).
239. OECD Content as a Growth Industry. – Paris : OECD, 1998.
240. Painting everywhere // Wallspot [Electronic resource]. – URL: www.wallspot.org (date of access: 02.03.2023).
241. Pinoncely, V. Culture Club: Social mobility in the creative and cultural industries / V. Pinoncely, M. Washington-Ihieme // Centre for London. – 2019. – № 2.
242. Pool, I. Technologies of Freedom / I. Pool. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1990.
243. Pound, R. Introduction to the Philosophy of Law / R. Pound. – New York, 1922.
244. Rorimer, A. New Art in the 60s and 70s: Redefining Reality / A. Rorimer. – Thames & Hudson, 2004. – 304 p.
245. Schumpeter, J. The Theory of Economic Development / J. Schumpeter. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1934.
246. Sidlee : Official website [Electronic resource]. – URL: <http://sidlee.com/en/about> (date of access: 20.06.2022).
247. Sonfist, A. Art in the land: a critical anthology of environmental art / A. Sonfist. – Dutton, 1983. – 274 p.
248. Stepanov, P. P. A tolerant person: How to bring him up / P. P. Stepanov // Public Education. – 2001. – No. 6. – P. 152–156.
249. Thrift, N. Capitalism's cultural turn in Culture and Economy After the Cultural Turn / N. Thrift ; Eds L. Ray, A. Sayer. – London : Sage, 1999.

250. Throsby, D. Economics and culture / D. Throsby. – Cambridge [etc.] : Cambridge university press, 2001. – 208 p.
251. Throsby, D. The concentric circles model of the cultural industries / D. Throsby // Cultural Trends. – 2008. – Vol. 17(3). – P. 147–164.
252. Toffler, A. The Third Wave / A. Toffler. – New York : Bantam Books, 1981.
253. Velthuis, O. Art Markets / O. Velthuis // R. Towse (Ed.). A Handbook of Cultural Economics, Second Edition. –Edward Elgar Publishing, 2011. – P. 33–42.
254. Vorobjev, G. A. The development of socio-cultural competence / G. A. Vorobjev // Foreign Languages in School. – 2003. – No. 2. – P. 30–35.
255. Wang, Q. Non-fungible token (NFT): Overview, evaluation, opportunities and challenges / Q. Wang et al. // arXiv preprint arXiv:2105.07447. – 2021.
256. White Paper on Intercultural Dialogue – Living Together as Equals in Dignity, Launched by the Council of Europe Ministers of Foreign Affairs at their 118th Ministerial Session (Strasbourg, 7 May 2008).
257. Williams, R. The politics of modernism / R. Williams. – London : Verso, 1989. – P. 38–56.
258. Wilson, M. Columbus Books / M. Wilson. – London, U.K. 1987. – 287 p.
259. Wolf, M. J. The Entertainment Economy / M. J. Wolf. – London : Penguin, 1999.
260. World Science Report 1998 // UNESCO [Electronic resource]. – URL: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/science-technology/prospective-studies/unesco-science-report/world-science-report-1998> (date of access: 10.02.2023).
261. Youth policies in Spain // Youth Wiki national description [Electronic resource]. – URL: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/sites/default/files/2021-02/spain2018.pdf> (date of access: 23.05.2023).