
КУЛЬТУРНЫЕ И КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

DOI 10.34685/HI.2024.23.60.020

Коренной Александр Сергеевич
младший научный сотрудник Сибирского филиала
Российского научно-исследовательского института
культурного и природного наследия имени Д.С.Лихачёва (Омск)
Email: akorennoy@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены структура и предметное наполнение культурных индустрий, их границы, охарактеризована связь с креативными, творческими индустриями. Определено место в структуре художественно-творческой деятельности. Охарактеризованы современное состояние и мировые тенденции в развитии культурных индустрий, характер их влияния на социокультурную динамику. Выявлены направления трансформации российской культуры в современных условиях. Сделан вывод относительно тенденций развития и перспективных направлений культурных индустрий в российской культуре.

Ключевые слова: культурные индустрии, продукция культурных индустрий, культурные ценности, функции, креативные индустрии, креативная экономика, трансформация культуры, российская культура.

В культурном производстве современным трендом выступают культурные индустрии. Сегодня они рассматриваются как стратегический ресурс социально-экономического и культурного развития, что постоянно подчеркивается в выступлениях культурологов на научных конференциях, дискуссионных панелях, экспертных встречах, в том числе на базе ведущих научно-образовательных центров регионов России. Среди активных исследователей этой темы можно назвать О.Н.Астафьеву, Л.Е.Вострякова, А.В.Вейнмейстер, Н.В.Гладких, Е.Н.Зеленцову, С.Э.Зуева, Ю.В.Иванову, Г.М.Казакову, М.В.Казакову, Н.В.Недосвитий, Т.Н.Суминову, В.В.Чижикова и ряд других авторов, которые в своих работах анализировали особенности этого феномена, типологию, освещали опыт развития отечественных культурных индустрий в контексте мировых тенденций. В большинстве работ указанных авторов акцент делался на территориальном размещении культурных индустрий, их локации в городской среде, на попытке решить вопрос, как это производство сделать доходной отраслью экономики.

Сегодня крайне важно определение приоритетов в развитии культурных индустрий для выхода российской культуры на новый уровень. Однако определенную сложность представляет неясность исходных установок в определении сущности культурных индустрий, структуры и предметного наполнения объема понятия, в установлении их границ в соотношении с близкородственными сферами творческой деятельности – креативными и творческими индустриями. Это предопределяет актуальность рассматриваемой проблематики.

Целью данной работы является попытка определить место культурных индустрий в современном российском культурном ландшафте, охарактеризовать их особенности, позволяющие разграничить вышеуказанные феномены, а также обосновать наличие у них собственного предмета, сферы функционирования, субъектов и способов производства культурного продукта.

Исторический отрезок с момента появления культурных индустрий хоть и короткий, но путь ими пройден большой. Этот феномен претерпел парадоксальную эволюцию содержательного наполнения и внешней оценки своего потенциала. Известно, что изначально он использовался в негативном смысле, обозначая некоторую примитивизацию культурных ценностей, которая произошла благодаря

постановке их производства на поток. Именно так Т.Адорно и М.Хордхаймер на начале XX в. трактовали этот феномен, когда вводили его в научный оборот [11].

Начиная с середины и до конца XX века, когда производимая в сфере культурного производства продукция стала пользоваться повышенным массовым спросом благодаря развитию технологий и выросшему мастерству творцов, негативная окраска сменилась нейтральной, а определение культурных индустрий стало практически совпадать с понятием массовой культуры.

С конца XIX и в начале XX вв. из всей совокупности продукции массовой культуры стали вычлняться технологически сложные, инновационные направления, которые в силу новизны и креатива стали воплощать в себе новые культурные смыслы и ценности. Ориентированные на свою целевую аудиторию, преимущественно молодежную, они были активно востребованы, экономически прибыльны и поэтому инвестиционно привлекательны. Благодаря этому фактору сформировались новые социально-коммуникативные практики, получили развитие новые культурные формы и институты. А понятие культурных индустрий несколько изменило сферу своего применения и обрело позитивную коннотацию.

Но в научном, культурологическом дискурсе содержательное наполнение данного понятия пока не устоялось. Причиной этого является наличие и активное использование ряда других близкородственных понятий, и прежде всего таких, как креативные индустрии и творческие (креативные) индустрии.

Проанализировав разные точки зрения, в том числе позиции и подходы, представленные в официальных нормативных документах [1; 2], в аналитических сборниках компании InterMedia [9], а также в исследовательских работах А.В.Вейнмейстер [4], Е.В.Зеленцовой [6] и других авторов, нами установлены разные варианты соотношения культурных и креативных индустрий: ибо эти понятия рассматриваются как синонимы, либо культурные индустрии включают в свой состав креативные или, наоборот, креативные полностью поглощают культурные. Но очевидно, что этим перечнем не исчерпываются все возможности рассмотрения феномена культурных индустрий. Можно предложить еще один вариант, основывающийся на концепции перекрещивающихся понятий. Суть его в следующем.

При сопоставлении культурных и креативных индустрий очевидно, что и то, и другое – индустрии, основанные на промышленном способе производства продукции. Но в данном контексте правомерен вопрос: все ли продукты культурного производства опираются на креативные поиски и находки? Нет, не все. С одной стороны, есть кинофильмы, аудиопродукция, сетевой художественный контент, что подразумевает обязательное наличие креатива. Но есть и народное творчество, промыслы, работа художника, реставратора, где властвует традиция, ремесло. Следовательно, какие-то культурные индустрии по своей природе креативны, а каким-то это присуще в меньшей степени.

Но ведь и креативные индустрии не все имеют художественно-эстетическую сторону. Как, например, в случаях производства чипов, промышленных установок, композитных материалов. Креативные индустрии могут в какой-то части совпадать с культурными, а в какой-то – нет.

Таким образом, это классический случай пересекающихся понятий, когда в совмещающихся секторах двух рассматриваемых сфер деятельности их можно отождествлять. Но также остаются части, выходящие за пределы этой совместной сферы. Этим и объясняется тот факт, что нередко продукцию культурных и креативных индустрий невозможно четко разделить. А вот в варианте рассмотрения культурных индустрий, частично пересекающихся с креативными, они обретают свое место, свой предмет, отличный от предметов родственных видов деятельности.

Наличие собственного предмета позволяет выделить отличительные черты продукта культурных индустрий. Среди них, по нашему мнению, наибольшее значение имеют:

- наличие специфических качеств, эстетически воздействующих на внутреннее состояние людей и вызывающих у них эмоциональные переживания;
- производство высокотехнологичными, а иногда промышленными способами;

- требуют командной работы, финансового обеспечения, привлечения профессионалов и технологий из смежных отраслей знаний и производства;

- локацией такого производства являются крупные агломерации;

- движущей силой выступают молодые и амбициозные личности, воплощающие в нем свои мировоззренческие установки и доминирующие в молодежной среде ценности;

- продукция имеет товарные свойства и формирует рынок со специфическими сегментами, некоторые из которых являются привлекательными для инвестиций со стороны финансовых и производственных структур.

Присутствие всех вышеперечисленных отличительных черт свидетельствует о том, что эта данная продукция может быть отнесена к продукции культурных индустрий.

Но проблему терминологических сложностей дополняет введение еще одного близкородственного понятия – творческие (креативные) индустрии. Причем это понятие было закреплено в нормативных документах, регламентирующих современную сферу культурного производства [1; 2]. Закономерно возникает вопрос: можно ли это понятие рассматривать как синоним понятию культурных индустрий?

На первый взгляд – можно. Но ситуацию осложняет определение творческих (культурных) индустрий, закрепленное в указанных нормативных документах. В них творческие (креативные) индустрии трактуются как сферы деятельности, производящие «товары и услуги, имеющие экономическую ценность, а также способствующие формированию гармонично развитой личности и росту качества жизни российского общества» [2].

То есть, судя по формулировке, на первое место в их производстве поставлена экономическая ценность продукции, а вектор их движения направлен в сторону оформления научно-технических разработок в качестве объектов интеллектуальной собственности и капитализации. Участие же в формировании гармонично развитой личности находится лишь на втором месте. Это обстоятельство и позволяет разграничить творческие (креативные) индустрии, с одной стороны, и культурные индустрии, с другой. Ведь у культурных индустрий вектор несколько иной. Не отрицая участия в решении задач экономического плана, все-таки их цель – гармонизировать культурное пространство, сохранять и развивать традиционные культурные ценности, формировать художественный вкус, выявлять, сглаживать и устранять средствами культуры и искусства социальные противоречия. Но делать все это нужно новыми средствами, используя весь инновационный потенциал творческих (креативных) индустрий.

Таким образом, можно сделать вывод, что творческие (креативные) индустрии в большей степени являются элементом креативной экономики, а культурные индустрии, смыкаясь в чем-то с ними, также пересекаясь в каких-то направлениях деятельности, используя их разработки, тем не менее, выходят за ее рамки своей гуманистической направленностью, влиянием на мысли и сердца людей.

Такой подход заставляет более четко определить место культурных индустрий в структуре художественно-творческой деятельности. Безусловно, культурные индустрии полностью относятся к художественно-творческой деятельности. А вот некоторые виды художественного творчества в качестве культурных индустрий могут быть рассмотрены лишь условно, в зависимости от степени их насыщенности отличительными признаками. Критериями именно культурных индустрий в структуре художественно-творческой деятельности в данном случае могут служить: базирование на новых технологиях, возможность тиражирования продукта в промышленных масштабах, солидная финансовая отдача и инвестиционная привлекательность.

Движение в производстве культурных ценностей от расширительного понимания этого феномена с постепенным повышением инновационности приводит к статусу именно индустрий, т.е. высокотехнологичных, инновационных разработок в сфере культуры. Если вышеперечисленные моменты присутствуют – это в полной мере культурные индустрии. Если же применяются в большей степени традиционные технологии, производится штучный культурный продукт, который имеет малую

финансовую отдачу, низкую инвестиционную привлекательность, то он может быть рассмотрен как культурная индустрия, но с некоторыми оговорками.

Таким образом, граница между культурными индустриями и в целом художественным творчеством выглядит довольно нечеткой. Критерии же, которыми руководствуются исследователи в причислении видов художественно-творческой деятельности к культурным индустриям, зачастую субъективные, оттого и дискуссионные. В разных странах по-разному решают эту проблему. В некоторых из них расширительно трактуют это понятие, включая в его состав архивы, библиотеки, все визуальные искусства, все виды музыки, все виды образования, дизайн, защиту авторских прав, игры, киноиндустрию, культурные организации, культурный туризм, литературу и даже спорт. В некоторых – ограничивают лишь сферой культурного производства. Единства взглядов нет. Но в то же время появление феномена культурных индустрий в мировой практике носит объективный характер, представляя собой адекватный ответ на цивилизационные вызовы постиндустриального общества, и каждая страна проходит этот путь по-своему.

Российское общество на путь постиндустриального развития в силу объективных исторических причин вступило позже западных стран с их развитой экономикой и рыночными отношениями. Это обстоятельство стало причиной некоторого отставания в развитии культурных индустрий, особенно в части экономической отдачи. Частично этому способствовал десятилетиями взращиваемый патернализм в российской культуре, когда она зависела исключительно от бюджетного финансирования, а все российские социокультурные институты были государственными. А с начала 1990-х гг. агрессивное проникновение на российский рынок западных творческих компаний, невозможность и неумение конкурировать с ними существенно затормозило создание собственного высокотехнологичного контента.

С другой стороны, западная модель развития культурных индустрий и не могла быть гармонично интегрирована в российские условия. Если в западных странах одной из важнейших функций культурных индустрий выступает экономическая, то в России она уступает первое место другим социально значимым функциям, в том числе – сохранению традиций и осуществлению равноценного культурного обмена. Этими факторами обусловлена специфика развития культурных индустрий в условиях российских реалий. Российскому обществу вообще присуще особое внимание к культуре как важному элементу государственной политики. А определенный патернализм как наследие советской эпохи, выражающийся в сохранении федеральных и местных бюджетных учреждений культуры, в настоящее время приносит только пользу.

В настоящее время в развитии российских культурных индустрий исследователями отмечается ряд проблем. В частности, сравнительный анализ социокультурных практик в рамках культурных индустрий в крупных агломерациях и отдельных регионах Российской Федерации показал пространственную неравномерность их локализации. Это объективная реальность, с которой приходится считаться. Наша страна огромна и разнообразна, пространственная неравномерность проявляет себя повсюду: и в плотности населения, и в транспортных коммуникациях, и в производственных предприятиях. Поэтому неравномерность в распространении культурных индустрий не может быть исключением.

Было бы неверным утверждать приоритет в этом направлении лишь столичных субъектов – Москвы и Санкт-Петербурга, где сосредоточены мощные финансовые и человеческие ресурсы. Каждый регион, опираясь на свои возможности, историко-культурный опыт, традиции, находится в поиске путей своего развития. Анализ опыта городов Якутска, Омска, Нижнего Новгорода, Владимира и других подтверждает большое их внимание, уделяемое развитию культуры и культурных индустрий.

Во многих российских регионах разработаны специальные программы, нацеленные на модернизацию социокультурной сферы. Разумеется, они разные, обусловлены экономическими, природосообразными и ментальными факторами, что выражается в пространственной локальной активности. Разработчики программ опирались на разные концепции и подходы развития культурных индустрий. Какие-то программы были сосредоточены на визуальном преобразовании городской среды (Пермь, Якутск), какие-то – на развитии туристической инфраструктуры (Омск, Владимир). В настоящее время успешно реализуется «Концепция развития креативных индустрий в Новосибирской области», в которой большое значение уделяется формированию креативных кластеров, ревитализации заброшенных предприятий и промзон, созданию арт-резиденций. Интересный опыт по развитию культурных

индустрий продемонстрировала Ульяновская область благодаря программе «Ульяновск – культурная столица содружества стран СНГ».

Анализ показал, что приоритетными направлениями развития российских культурных индустрий является нацеленность на:

- модернизационное развитие досуговых социокультурных технологий, ориентированных на разные группы потребителей;
- креативное преобразование городской среды в крупных агломерациях;
- развитие туризма и туристических объектов в регионах;
- сохранение национальной культуры народов России;
- воспроизведение и трансляцию образцов высокого искусства и шедевров мировой и отечественной культуры;
- разработку новых презентационных технологий, их внедрение в воспитательную, просветительскую и пропагандистскую деятельность.

Перспективы культурных индустрий во многом связаны сегодня с развитием цифровой среды. Компьютерная графика, компьютерное звучание музыкальных инструментов и голосов формируют новые жанры и направления. В результате развития экранной культуры происходит расширение доступности элитарной высокой культуры для различных слоев населения (например, онлайн трансляции оперных, балетных и драматических спектаклей ведущих театров мира и России), что приводит к развитию новых культурных форм. Активно развиваются стриминговые технологии, позволяющие, с одной стороны, представителям творческих профессий продвигать свои произведения при посредничестве сетевых инструментов, а с другой стороны, автоматически выходить на своего зрителя в соответствии с его индивидуальными вкусами и предпочтениями. Так называемые дипфейковые технологии с использованием нейросетей делают попытку создавать виртуальных клонов персонажей, генерируя или копируя образ человека на основе использования компьютерной графики. В современной музыкальной индустрии нейросеть пытается моделировать голоса действующих и умерших артистов, их музыкальную стилистику. За счет интерактивности развивается практика соучастия.

Культурные индустрии своим нетрадиционным подходом задают некие тренды, которые постепенно завоевывают внимание аудитории, начинают воспроизводиться повсеместно и занимать доминирующие позиции. Таким образом формируются новые социально-коммуникативные практики и, соответственно, новые культурные формы и институты. Все это в совокупности даст мощный синергетический эффект принципиально нового индустриального культурного производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Российской Федерации 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» (с изменениями на 25 января 2023 г.). – Текст : электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/420242192> (дата обращения: 19.12.2023).
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/608746222> (дата обращения: 19.12.2023).
3. *Астафьева, О. Н., Малыгина, И. В.* Российская культура в контексте динамики экономических стратегий // Вестник МГУКИ. – 2022. – № 4. – С. 15-26.
4. *Вейнмейстер, А. В., Иванова, Ю. В.* «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1. – С. 38-48.

5. *Востряков, Л. Е., Каверга, В. А.* Творческие индустрии как фактор государственной культурной политики // *Культура и образование*. – 2019. – № 2. – С. 86-97.
6. *Зеленцова, Е. В., Гладких, Н. В.* Творческие индустрии: теории и практики. – Москва, 2010. – 240 с.
7. *Казакова, М. В.* Креативные индустрии как новый фактор роста российской экономики // IV Российский экономический конгресс «РЭК-2020». – Москва, 2020. – Т. XV. – С. 78–92.
8. *Казакова, Г. М.* Культурный капитал, культурные индустрии и индустрии культуры: понятийные поиски // *Вестник ТомГУ. Культурология и искусствоведение*. – 2020. – № 37. – С. 14-20.
9. *Культура и культурные индустрии в РФ 2016-2018. Результаты комплексного исследования; Культура и культурные индустрии в РФ. Аналитика 2018-2020; Сфера культуры и культурные индустрии в РФ – 2021 // InterMedia: информационное агентство : [сайт]. – URL: <https://www.intermedia.ru> (дата обращения: 19.12.2023).*
10. *Рудакова, О. В.* Культурные и творческие индустрии: Россия на фоне мировых тенденций / *Рудакова О. В., Михайлина А. В., Стеблецова Н. Н.* // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2021. – № 4. – С. 63–70.
11. *Хоркхаймер, М., Адорно, Т.* Диалектика просвещения. Философские фрагменты. – Москва; Санкт-Петербург, 1997. – 313 с.; *они же.* Культурная индустрия. Просвещение как способ обмана масс. – Москва, 2016. – 104 с.

CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES: COMMON AND SPECIAL

Korennoy Alexander Sergeevich

Junior Researcher, Siberian Branch of the Likhachev Russian
Research Institute for Cultural and Natural Heritage (Omsk)

Abstract. *The article examines the structure and subject content of cultural industries, their boundaries, characterizes the relationship with creative, creative industries. The place in the structure of artistic and creative activity is determined. The current state and global trends in the development of cultural industries, the nature of their influence on socio-cultural dynamics are characterized. The directions of transformation of Russian culture in modern conditions are revealed. The conclusion is made regarding the development trends and promising areas of cultural industries in Russian culture.*

Key words: *cultural industries, products of cultural industries, cultural values, functions, creative industries, creative economy, cultural transformation, Russian culture*

© Коренной А.С., текст, 2024
Статья поступила в редакцию 20.02.2024.

Ссылка на статью:

Коренной, А. С. Культурные и креативные индустрии: общее и особенное. – DOI 10.34685/ИИ.2024.23.60.020. – Текст: электронный // *Культурологический журнал*. – 2024. – № 2. – С. 64-69. – URL: http://cr-journal.ru/rus/journals/656.html&j_id=60.