

*Социологические науки*

УДК 338.2

**А.Н. Пушкиков**



**Пушкиков Артем Николаевич**, магистрант 1 курса факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: fine10000@yandex.ru

Научный руководитель: **Мартиросян Карен Минасович**, доктор философских наук, профессор кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: karen\_mm@rambler.ru

## **УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ КАК ПЛАТФОРМА КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ**

В статье анализируются причины становления креативной экономики, ее связь с креативными индустриями и появление нового функционала учреждений культуры как полноценного экономического актора, действующего в принципиально новых социальных и технологических условиях. Указывается, что учреждения культуры могут стать центром так называемого креативного кластера и тем самым выступать платформой креативной экономики.

**Ключевые слова:** учреждение культуры, креативная экономика, платформа, креативные индустрии, цифровые технологии, творчество, интеллектуальная собственность, нематериальные активы.

**A.N. Pushnikov**

**Pushnikov Artem Nikolaevich**, 1st year master student of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: fine10000@yandex.ru

Research supervisor: **Martirosyan Karen Minasovich**, doctor of philosophy, professor of department of socio-cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: karen\_mm@rambler.ru

## **CULTURAL INSTITUTIONS AS A PLATFORM FOR THE CREATIVE ECONOMY**

The article analyzes the reasons for the formation of the creative economy, its connection with creative industries and the emergence of a new functionality of cultural institutions as a full-fledged economic actor operating in fundamentally new social and technological conditions. It is indicated that cultural institutions can become the center of the so-called creative cluster and thereby act as a platform for the creative economy.

**Key words:** cultural institution, creative economy, platform, creative industries, digital technologies, creativity, intellectual property, intangible assets.

В последние годы в гуманитарных и социальных науках часто в качестве синонимов стали использоваться термины «креативная экономика» и «креативная индустрия».

Понимание производства нематериальных продуктов (ценностей) как самостоятельных отраслей экономики (например, кинопроизводство, шоу-бизнес) возникло у практиков и части теоретиков-экономистов достаточно давно. Но современный термин «креативные индустрии» и точное общепринятое определение, закрепившееся у зарубежных и российских исследователей, были предложены Департаментом культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании в 1998 году: «Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [1, с. 131]. Чуть позже возник и термин «креативная экономика»: «В 2000 году в журнале Business Week впервые было введено в оборот понятие “креативная экономика”, а в 2001 году вышла книга Джона Хоукинса “Креативная экономика”, возвестившая наступление постинформационной эпохи, для которой информация и знания – это ресурсы, а движущей силой и главной ценностью выступает творчество» [1, с. 132].

Креативная экономика – это сектор экономики, основанный на использовании для производства продуктов и услуг искусства, творчества, дизайна, инноваций, индивидуального предпринимательства для создания востребованных ценностей и стимулирования роста экономики. Она включает в себя сферы искусства, дизайна, медиа, развлечений, образования и информационных технологии. В этом секторе работают люди, так называемого, «креативного класса», занимающиеся различными видами творчества: музыкой, кино, литературой, дизайном, рекламой, модой и т.п.

В российской научной литературе укрепилось мнение, что: «Креативные индустрии – это синтез креативности, культуры, экономики и технологий. Они строятся на талантах и идеях людей и служат драйвером экономики. Создание добавленной стоимости и рабочих мест в креативных индустриях основывается на индивидуальном творчестве, талантах и

навыках, а также на формировании и использовании интеллектуальной собственности. Сектор креативной экономики насчитывает до 16 направлений в зависимости от классификации и включает в себя искусство, дизайн, моду, компьютерную графику, анимацию, разработку компьютерных игр, IT, архитектуру и урбанистику, кино, ТВ, новые медиа, музыку и саунд-дизайн, маркетинг и коммуникации, издательское дело, журналистику, образование в области креативных индустрий. В креативных индустриях главным фактором, выделяющим их, является неповторимость продуктов, производство которых очень сложно автоматизировать или заменить машинами» [2, с. 4].

Основная идея креативной экономики: творческие индустрии и талантливые люди могут стимулировать экономический рост, создавая новые рабочие места, улучшая качество жизни и способствуя социальной интеграции. Креативная экономика способствует созданию принципиально новых идей, продуктов и услуг, привлекая инвестиции и тем самым повышая конкурентоспособность страны на мировом рынке. Она стимулирует развитие культуры, туризма, образования, информационных технологий и других отраслей, дающих реальные экономические выгоды стране и ее населению.

Креативная экономика идеологически основана на нескольких базовых принципах:

1. Принцип инновационности: постоянная поддержка и поощрение новаторских идей и подходов для создания уникальных продуктов или услуг.
2. Содействие развитию культуры и искусства. Развитость культурной инфраструктуры и культурной жизни делает регион привлекательным и для туристов, и для местных жителей, что становится важным фактором устойчивого экономического роста.
3. Принцип создания благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса: поддержка предпринимательства и креативных отраслей экономики.

4. Ориентация на непрерывное обучение и развитие человеческого капитала, поддержка инвестиций в образование, обучение и развитие навыков, необходимых для творчества и инноваций. Систематическое образование и подготовка кадров в области искусства, дизайна, медиа и информационных технологий.

5. Активное участие общества и граждан в культурной и социальной жизни: поддержка некоммерческих организаций и общественных инициатив, направленных на развитие культуры и творчества.

6. Развитие государственных и частных программ финансирования креативных инициатив, организация системы выдачи грантов и предоставления льгот.

7. Развитие материально-технической и информационно-коммуникационной инфраструктуры для творческих индустрий на базе реновации традиционных учреждений культуры: культурных центров, музеев, галерей, студий, мастерских и т.д.

8. Принцип сетевого сотрудничества между творческими индустриями и другими секторами экономики (промышленностью, туризмом, гостиничным бизнесом, ресторанным бизнесом, образованием и т.д.).

9. Развитие системы патентования и правовой защиты интеллектуальной собственности.

10. Максимальное содействие распространению творческих работ и продуктов, в т.ч. международное сотрудничество.

11. Доминирование интеллектуальной (нематериальной) собственности над материальной [2, с. 6].

12. Преобладание качественной оценки эффективности различных видов предпринимательской деятельности.

13. Получение прибыли через потребительскую стоимость экономических продуктов, в которых основную стоимость имеет их интеллектуальная составляющая [2, с. 6].

14. При производстве любых экономических продуктов обеспечивается свободный, эффективный и целенаправленный обмен продуктами творчества между всеми участниками рынка [2, с. 6].

15. Основным активом на предприятиях любых форм собственности являются интеллектуально-креативные ресурсы [2, с. 6].

16. При рациональном использовании интеллектуально-креативные ресурсы обеспечивают эффективное использование материальных и финансовых ресурсов организаций [2, с. 6].

Здесь возникает вполне логичный вопрос: в чем же подлинные причины появления креативной экономики? Определяющую роль сыграло несколько факторов современного экономического, социального и демографического развития.

Во-первых, это появление и внедрение в повседневную жизнедеятельность социума большого числа технологических инноваций: быстрое развитие информационных технологий и цифровых коммуникаций, что дало принципиально новые возможности и инструменты для творческого процесса и распространения креативных идей. Идет процесс очень быстрого появления и распространения новых идей и продуктов. Креативные индустрии благодаря этому получили мощнейший стимул для своей технологической инновационной трансформации.

Во-вторых, это глобализация как непосредственный спутник-следствие цифровизации и информатизации: возможность быстрого свободного международного перемещения капитала, товаров, услуг, информации, знаний, нематериальных активов стимулирует интенсивное сотрудничество и постоянный обмен идеями. Это способствует продуктивному развитию креативных отраслей экономики.

В-третьих, повышение уровня образования для определенных слоев населения стимулирует развитие творческих способностей, многие люди получают навыки креативной работы и творчества, а также навыки индивидуального предпринимательства. Такое увеличение человеческого

капитала и числа людей (рост креативного класса), способных к самостоятельному творчеству, дает приток специалистов и способствует росту креативных отраслей экономики.

В-четвертых, современная экономика в своем информационно-цифровом варианте больше зависит от сектора интеллектуальных услуг, инноваций и интеллектуальных продуктов, которые становятся все более и более востребованными и выгодными для их производителей в силу большой добавленной стоимости.

В-пятых, изменение социально-демографической структуры населения и общественного сознания закономерно привело к коренному изменению потребительских предпочтений: индивидуальность, уникальность и креативность в продуктах и услугах ценится значительно больше, чем раньше, структура потребительского спроса в принципе изменилась – всем нужны оригинальные и креативные продукты. При этом в мире наблюдается резкий рост спроса на культурные и развлекательные продукты: искусство, дизайн, музыку, кино и другие формы культуры. Все это существенно стимулирует развитие креативных отраслей.

В-шестых, оказалось, что креативные отрасли обладают большей гибкостью и способностью к инновациям. К тому же срок окупаемости проектов в этих отраслях значительно короче, чем в традиционной индустрии, что делает их более привлекательными для предпринимателей и инвесторов.

Эти факторы в совокупности способствуют развитию креативной экономики и росту ее значимости в современном мире.

Под платформой креативной экономики обычно понимается онлайн-пространство – сфера культурной цифровой коммуникации, где творческие люди могут представить свои идеи, работы и услуги и взаимодействовать с потенциальными заказчиками и партнерами. На такой платформе могут быть представлены различные виды творчества, такие как дизайн, искусство, музыка, литература, а также услуги по проектированию и маркетингу.

Платформы креативной экономики способствуют развитию сотрудничества и создания сообществ профессионалов. Важнейшая функция таких платформ – помощь в продвижении творческих идей и поиск финансирования и собственно работы на рынке.

Учреждения культуры тоже выступают в качестве инфраструктурных платформ для развития креативной экономики, содержание их деятельности очень близко, можно сказать, родственно креативным индустриям. Это обусловлено несколькими причинами.

Во-первых, учреждения культуры способствуют развитию творческих навыков и способностей разных социально-демографических и этнокультурных групп (детей, молодежи, людей среднего и пожилого возраста, пенсионеров и т.п.) путем предоставления образовательных программ, проведения мастер-классов, выставок, конкурсов, фестивалей, соревнований и других мероприятий.

Во-вторых, учреждения культуры выступают как полифункциональные площадки для отдыха и общения, для совместной работы членов различных сообществ, предоставляют возможности для самореализации.

В-третьих, учреждения культуры могут служить платформой для творческого общения, обмена идеями, развития совместных проектов и других видов сотрудничества для профессионалов в области креативной экономики – художников, дизайнеров, музыкантов и других специалистов. В данном случае учреждения культуры конструируют креативное пространство – питательную среду, способную стимулировать проявления креативности. Учреждения культуры тем самым становятся некими порталами, точками входа в креативные индустрии [3].

В-четвертых, учреждения культуры могут способствовать активному продвижению и монетизации творческих продуктов и услуг, создавая как их самих, так и условия для их продажи и распространения. Примером служит организация музеев, выставок, концертов, фестивалей и других мероприятий,

на которых профессионалы и любители могут представить свои работы и найти покупателей.

В-пятых, учреждение культуры, активно оказывающее платные услуги, становится опорным пунктом построения постоянной сбытовой инфраструктуры благодаря привлечению партнеров для оказания участникам и посетителям разнообразных услуг – организации питания на мероприятиях, копировальных сервисов, мелкой торговли сувенирами и продуктами творческих студий, фотоателье и других сервисов. Здесь реализуется принцип преимущественного присоединения – благодаря возможности получения самого широкого спектра услуг учреждение культуры становится центром притяжения для населения региона.

В этом плане учреждения культуры могут стать точкой зарождения, так называемого, креативного кластера.

«Креативный кластер» – взаимосвязанные организации и предприятия, размещенные на территории компактно расположенных объектов недвижимости. Креативные кластеры развиваются управляющей компанией под единым брендом и объединяют резидентов (арендаторов) из секторов творческих (креативных) индустрий, субъектов творческого (креативного) предпринимательства в целом, имеют необходимую инфраструктуру для творческой и (или) предпринимательской деятельности, являются центром для создателей и потребителей творческого продукта и позитивно воздействуют на территорию своего присутствия. В этом определении очевидны три характеристики креативного кластера: объект недвижимости с развитой инфраструктурой, арендаторы креативной направленности и управляющая компания» [2, с. 99]. Например, в Свердловской области создано пять таких креативных кластеров: «Лето на заводе» (г. Сысерть), креативный кластер в Черноисточинске, «Самородок» (г. Нижний Тагил), креативный кластер на Арамильской суконной фабрике (г. Арамиль), креативный кластер «Домна» (г. Екатеринбург) [2, с. 99]. Подобные кластеры успешно действуют и в других регионах.

Таким образом, учреждения культуры выступают важным звеном в развитии креативной экономики. Они, в качестве инфраструктурной платформы, поддерживают у креативного класса творческий потенциал и предоставляют возможности для реализации культурного продукта с дальнейшей монетизацией.

### **Список источников**

1. *Кононов, О.И.* Некоторые подходы к развитию креативной экономики в сфере культуры / О.И. Кононов // Вестник МГУКИ. – 2010. – № 6. – С. 131-134. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-podhody-k-razvitiyu-kreativnoy-ekonomiki-v-sfere-kultury> (дата обращения: 25.05.2024).

2. Креативные индустрии как императив экономического роста: кросс-инновации и устойчивое развитие: монография / [Е.Н. Бабина, Е.В. Барашкина, И.Ю. Беганская и др.], под ред. И.Ю. Беганской, О.А. Подкопаева. – Самара: ООО НИЦ «ПНК», 2024. – 214 с.

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