

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

кафедра социологии молодежи

**КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ: СУЩНОСТЬ,  
МОДЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ, ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ  
В МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКЕ**  
(автореферат магистерской работы)

студентки 2 курса 263 группы  
направления 39.04.01 - «Социология»,  
профиль «Социология молодежной политики»  
Социологического факультета  
Ерохиной Дарьи Дмитриевны

Научный руководитель  
доцент кафедры социологии молодежи,  
к.с.н.

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

О.В.Мунина

Зав. кафедрой социологии молодежи  
профессор, д.с.н

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

С.Г.Ивченков

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования** обусловлена уникальными особенностями современной культуры и экономики. Современная социокультурная среда характеризуется динамичным развитием и перманентными трансформациями, вызванными внедрением информационных технологий и формированием принципиально новых отраслей. На этом фоне происходят заметные изменения в культурной сфере, направленные на достижение экономических целей, что видоизменяет онтологические измерения бытия и эволюции современной культуры. Все четче и ярче проявляет себя тенденция признания значимости культурного капитала и его вклада в экономику (хотя сами взаимосвязи между коммерческой и культурной деятельностью остаются противоречивыми).

В современной экономике все большую роль начинает играть сектор креативных индустрий, включающий в себя разнообразные отрасли, специализирующиеся на создании, производстве и распространении культурных и творческих товаров и услуг. В основе этих индустрий – интеллектуальный капитал. Объединяя творчество и коммерцию для создания инноваций, креативные индустрии на современном этапе демонстрируют успешную динамику.

Развитие креативных индустрий связано с расширением понятия «культура» и переосмыслением «культурных индустрий», концепции, предложенной Т.Адорно и М.Хоркхаймером. Их пессимистичный взгляд не учитывал растущую роль новых медиа, технологий и массовой культуры. Однако постепенно, избавляясь от негативных коннотаций, культурные индустрии, при поддержке экономической и культурной политики, трансформировались в креативные.

Актуальность исследования также определяется внутренним противоречием, присущим понятиям «культурные индустрии», «творческие индустрии» и «креативные индустрии». Суть проблемы заключается в их

изменчивом смысловом наполнении, зависящем от контекста применения. Это порождает путаницу и взаимозаменяемость терминов, затрудняя понимание уникальности обозначаемых явлений, усложняя прогнозирование их развития и снижая результативность культурной политики.

Кроме того, если говорить о России, нельзя не упомянуть о специфике, обусловленной языковыми особенностями, которая приводит к трансформации европейской концепции. В то время, как в Европе обсуждаются «креативные индустрии (*creative industries*)» и «культурные индустрии (*cultural industries*)», в России используются термины «культурные индустрии», «творческие индустрии» и «креативные индустрии». Границы между ними размыты и условны. С одной стороны, культурный или творческий компонент подразумевает символическую ценность или уникальность. С другой стороны, индустриальный или креативный подход предполагает массовость и воспроизводимость. Для разрешения этого противоречия необходимо четкое определение границ понятий культура, творчество, креативность и индустрии, а также установление факторов, стимулирующих появление концепций «культурные индустрии», «творческие индустрии» и «креативные индустрии».

В настоящее время наблюдается устойчивый рост интереса к проблематике креативных индустрий. Он обусловлен тем, что все чаще креативную экономику упоминают в долгосрочных прогнозах развития. В этой связи, нельзя не обратить внимания на роль молодежи, являющейся, на наш взгляд, движущей силой инноваций и прогресса. Молодое поколение, благодаря своей открытости новым идеям, технологической грамотности и непредвзятому взгляду на мир, способно генерировать свежие и оригинальные концепции, которые становятся основой для развития креативных индустрий. Молодежь обладает высоким уровнем предпринимательского духа и стремлением к самореализации, поэтому выбирает данную сферу для реализации своих талантов и амбиций.

Креативные индустрии – это ключевой сектор современной экономики, сочетающий художественное творчество, инновации и коммерцию. Их способность генерировать экономическую ценность делает их важными для культурного, социального и экономического развития.

**Степень научной разработанности проблемы** сложно оценить однозначно. Несмотря на достаточно богатую историю изучения различных аспектов развития культурных и креативных индустрий, все еще остается большое количество вопросов, требующих дальнейших изысканий.

Впервые о феномене превращения культуры в продукт коммерциализации заговорили А.Адорно и М.Хоркхаймер. Именно их труд послужил основой для дальнейших исследований в самых различных областях знания. Кроме того, их исследование положило начало продолжающимся и по сей день дискуссиям о разграничении таких категорий как творчество и креативность. Соглашаясь с аргументами М.Хоркмайера и Т.Адорно, Н. Гарнэм предложил различать культурные и креативные индустрии. Вслед за ним Д.Хезмондалш выдвинул идею о том, что «культурные индустрии управляют креативностью и распространяют ее». Аргументами в пользу такого методологического подхода послужили положения, сформулированные в работах Дж.Хокинса, К.А. Нордстрема и И. Риддерстрале и Р. Флориды.

Исследованию соотношения культуры и экономики посвящены работы Д.Тросби, Д.Хокинса, Д. Ньюбайджин, Дж. Б. Пайна и Дж. Х. Гилмора, Дж. Сибрука и др

Современные определения культурных индустрий проанализированы в работах Д. Хезмондалша, С. Рудхауза, А.Я. Флиера и М.В. Матецкой.

Технологический потенциал культурных и креативных индустрий рассматривал в своих работах Д.Хезмондалш и его последователи, в числе которых Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких, Т. Н. Суминова и др.

Креативные индустрии стали предметом многочисленных научных исследований из-за их значимости для экономического и культурного

развития. Исследования охватывают такие темы, как экономическая ценность творческих индустрий, политика, поддерживающая их рост, роль технологий и региональные особенности в развитии этих секторов.

Формирование понятийного аппарата креативной экономики связано с работами П. Коя, Т. Бентли, Ч. Лэндри, Д. Хокинса. Данные авторы рассматривали понятие креативности как главного ресурса эффективного развития новой экономики.

Как мы видим, западные ученые внесли весомый вклад в исследование процесса становления креативных индустрий и развития креативной экономики. Для отечественных исследователей эти работы стали основой для формирования собственного взгляда, который обусловлен спецификой российской действительности.

Особый интерес к данной теме возник в 1990-2000-х годах в связи с прикладными разработками в сфере культурных индустрий, в особенности, в рамках международных проектов. Опираясь на западные источники, С.Э.Зуева, Д.Э. Мильков, М.Б. Гнедовский, Е.В. Зеленцова раскрывают особенности креативных индустрий, анализируют опыт их развития и на их основе дают обоснование возможностям адаптации данного опыта к российским условиям.

В процессе внедрения теоретических подходов в практику, появляются работы, акцент в которых сделан на определенные области. Продолжается процесс формирования понятийного аппарата в работах М.А. Афанасьевой, А.В. Боковой, М.В. Казаковой, Н.Г. Федотовой и др. Активно изучается процесс внедрения и влияния креативных индустрий в российскую экономику.

За последнее десятилетие, стало очевидно, что большой вклад в развитие инновационной экономики вносит молодое поколение. То, как молодежь формирует современную действительность, и какие ресурсы и методы необходимы для этого – отдельная веха в изучении креативных индустрий.

Можно совершенно точно сказать, что в течение ряда десятилетий исследователями самых различных областей знания была проделана колоссальная работа по теоретико-методологической разработке различных аспектов изучения и формирования культурных/креативных индустрий. Тем не менее, данную область все еще сложно назвать достаточно хорошо исследованной и проработанной. Сектор креативных индустрий находится на самом пике своего развития, изо дня в день, увеличивая объем материала для ученых и практиков.

**Цель и задачи исследования.** Целью магистерской работы является научный анализ становления, функционирования и развития креативной индустрии как социального феномена, обладающего высоким потенциалом применения для экономики и культуры государства в целом, и молодежной политики, в частности.

Достижение поставленной цели предполагает решение взаимосвязанных **научных задач:**

- 1) раскрыть содержание понятия «креативная индустрия»;
- 2) концептуализировать феномен креативной индустрии;
- 3) дифференцировать термины «культурная индустрия» и «креативная индустрия» через определение их специфических характеристик;
- 4) проанализировать уже существующий опыт других стран для выявления основных моделей реализации креативной индустрии;
- 5) произвести оценку тенденций и потенциала применения креативных индустрий в настоящее время и на ближайшую перспективу, опираясь на российский опыт.

В качестве **объекта исследования** выпускной квалификационной работы выступает креативная индустрия как социокультурный феномен.

**Предметом исследования** является потенциал креативной индустрии для общества, государства, экономики, культуры и, непосредственно, молодежной политики.

**Теоретическая и методологическая основа выпускной квалификационной работы.** Концептуальной основой послужили вышеупомянутые работы А.Адорно, М.Хоркхаймера, Н.Гарнэма, Д.Хезмондалша, Дж.Хокинса, К.А.Нордстрема и И.Риддерстрале и Р.Флориды. Автор также обращался к трудам П. Коя, Т. Бентли, Ч. Лэндри, анализирующим креативность как ресурс развития экономики и государства.

В качестве основных методов исследования магистерской работы используется совокупность приемов, среди которых междисциплинарный подход, сравнительный анализ и научные обобщения, системный метод и структурно-функциональный анализ.

**Эмпирическую базу исследования** составили материалы статистики, результаты вторичного анализа опубликованных в периодических изданиях исследований.

**Научная новизна магистерского исследования** заключается в следующем:

- осуществлена систематизация теоретических подходов, анализирующих культурную индустрию, что, в свою очередь, позволило концептуализировать данный феномен;
- феномен культурной индустрии проанализирован в динамике исторических изменений государства и общества со второй половины XX века по настоящий момент;
- выявлены тенденции и высокий потенциал применения креативных индустрий в настоящее время и на ближайшую перспективу для экономики, культуры, молодежной политики.

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Магистерское исследование расширяет проблемное поле социологии культуры, экономической социологии, социологии молодежной политики. Результаты исследования могут быть использованы при разработке социальных проектов и программ, при чтении научных курсов.

**Апробация работы.** Теоретические положения, выводы и

рекомендации, изложенные в магистерском исследовании, обсуждались на научно-практических конференциях. Основные положения магистерского исследования изложены автором в следующих научных публикациях:

1) Ерохина Д.Д. Организация досугового творчества студентов как средство развития их потенциала // Регион глазами студентов: Межвуз. сборник науч. работ студентов. Саратов: Издательство "Саратовский источник", 2024. 140 с.;

2) Ерохина Д.Д. Креативные индустрии: экономическое и культурное значение для России // Российская цивилизация: социологическая рефлексия современной реальности: материалы XII Всеросс. научно-практ. конференции «Дыльновские чтения» (в печати).

**Структура работы.** Магистерская работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**В первом разделе «Концептуализация категории «креативная индустрия»»** автором был рассмотрен генезис понятия креативная индустрия в исторической ретроспективе от культурных индустрий с критикой массовой культуры Франкфуртской школой до современных теорий креативной экономики. Отсутствие единого подхода к классификации креативных индустрий на сегодняшний день, по мнению автора, обусловлено тем, что в некоторых странах их определение тесно связано с искусством и культурой, в других приводится более широкое понимание, которое включает, например, ресторанный и гастрономический бизнес на том основании, что еда и национальная кухня имеют как экономическое, так и культурное значение. В некоторых формулировках в определение креативных индустрий включены отдельные отрасли бизнеса, такие как издательское дело, программное обеспечение и реклама. В ходе анализа

автор выделяет ключевые характеристики креативных индустрий, которые признаются многими исследователями:

- основа на интеллектуальном капитале и творчестве;
- ориентация на коммерциализацию культурных продуктов;
- главенствующая роль технологий и инноваций.

Отдельно автор подчеркивает, что в России пока еще формируется единое понимание сути исследуемых феноменов, социально-экономического, культурного и политического влияния креативных /творческих /культурных индустрий на различные сферы общественной жизни, а термины «культурные», «творческие» и «креативные» индустрии часто используются как синонимы, что затрудняет их четкое разграничение.

Так или иначе, в эпоху глобализации большинство страны признают, что сочетание культуры и экономики, которое и представляют собой креативные индустрии, является мощным средством создания уникального имиджа страны или города и помогает ему выделяться среди конкурентов, привлечь существенные финансовые потоки. Кроме того, развитие креативных индустрий обосновало появление большого числа работников принципиально нового формата. Человеческий и креативный капитал приобретает главенствующее значение. Главным «двигателем» общественного, культурного и экономического прогресса является человек, способный к творческому преобразованию окружающей его среды.

**Во втором разделе «Международный опыт деятельности в сфере креативной индустрии»** автором проведен сравнительный анализ моделей реализации креативных индустрий в разных странах и выделяет их характерные особенности:

- Великобритания - первая страна, официально включившая креативные индустрии в экономическую политику;
- США – делают акцент на коммерциализацию и частные инвестиции, развитие креативных кластеров в городах;

- Страны Скандинавии - сочетают государственную поддержку и предпринимательство;
- Страны Восточной Азии - ориентированы на экспорт культурных продуктов (Корея, Китай).

Автор отмечает, что несмотря на различия, общей тенденцией является интеграция креативных индустрий в стратегии экономического развития. Не существует разнообразия моделей креативных индустрий, есть политика с определённым набором инструментов, адаптирующая к собственной среде образец, предлагаемый Великобританией. Английский вариант заимствуется и применяется с оглядкой на сложившиеся институциональные и культурные традиции, а также на политические возможности в разных национальных и региональных контекстах. Этим разнообразием условий и обуславливаются различные результаты имплементации политики креативных индустрий, многообразие национальных «списков» отдельных отраслей, которые относятся к данному сектору.

Проанализировав зарубежный опыт реализации политики креативных индустрий, автор подчеркивает, что на Западе главенствующая роль в развитии новой экономической реальности занимают профессионалы – деятели креативного сектора и ставит вопрос о субъектах реализации креативных индустрий в России.

**В третьем разделе «Специфика внедрения и влияния креативной индустрии на российскую экономику и молодежную политику»** автором исследуется роль креативных индустрий в социально-экономическом и культурном развитии России, а также их влияние на молодежную политику. Анализируются ключевые тенденции, проблемы и перспективы интеграции креативного сектора в национальную экономику, его вклад в ВВП и занятость населения. Особое внимание автор уделяет государственным инициативам, направленным на поддержку креативных кластеров, бизнес-инкубаторов и молодежных проектов.

Молодежь, как активная часть общества, желает иметь возможность осознавать свою культурную принадлежность и обогащать свой культурный опыт. Грамотное следование политике креативных индустрий может дать такую возможность. Молодежь, как социальная группа, имеет наибольшее стремление к самореализации, и создание и распространение целостных креативных пространств может стать для этого одной из основных платформ. Автором приводятся примеры успешных российских креативных центров (ARTPLAY, «Винзавод», «Севкабель Порт», «Новая Голландия»), их влияние на урбанистическую среду и экономику регионов, а также рассматривается роль креативных инкубаторов в поддержке стартапов, развитии культурного предпринимательства и формировании молодежной идентичности. Креативные пространства выступают в качестве демонстрационного примера того, как молодежь и различные социальные институты влияют друг на друга.

Отдельно автором подчеркивается: при поддержке государства, бизнеса и общества, российская молодежь может внести значительный вклад в экономику и культуру нашей страны. Анализ российского опыта показывает, что такая поддержка уже оказывается в виде стратегии развития, создания многофункциональных креативных кластеров, креативных бизнес-инкубаторов, технопарков при вузах, ссузах, общеобразовательных учреждениях; предоставления льготных кредитов креативным субъектам, а также стимулирования выведения креативных индустрий из «серой зоны» экономики; популяризации и поддержки экспорта креативных продуктов и др.; выделения грантов, стипендий и инвестиции в перспективные проекты молодых специалистов, которые имеют отношения к креативным кластерам и многое другое.

**В заключении** автор резюмирует:

➤ креативные индустрии трансформируются из узкоспециализированного сектора в системообразующий элемент экономики, сочетающий культуру, технологии и предпринимательство;

➤ международный опыт демонстрирует разнообразие моделей реализации, но общим трендом является интеграция креативных индустрий в национальные стратегии развития;

➤ в России креативные индустрии обладают значительным потенциалом, но требуют совершенствования нормативной базы, финансовой поддержки и развития инфраструктуры;

➤ молодежь играет ключевую роль в развитии креативного сектора, что делает необходимым включение молодежной политики в программы поддержки креативных индустрий.

Перспективы дальнейших исследований связаны с развитием системы образования, ориентированной на подготовку специалистов, обладающих как творческими, так и предпринимательскими навыками, разработкой методик оценки вклада креативных индустрий в экономику, а также с изучением региональных особенностей их развития.

Рассмотрение креативных индустрий как стратегического ресурса развития Российской Федерации представляется не только актуальным, но и необходимым. Активное вовлечение результатов научно-технического и социально-гуманитарного прогресса, в контексте мировых тенденций, позволит сформировать устойчивую социально-экономическую и культурную среду, способствующую росту ВВП и укреплению позиций страны на международной арене.