

УДК 316.35 ББК 71.41(2Рос)

Полтавская Мария Борисовна –

канд. социол. наук, доцент,
Волгоградский государственный
университет, г. Волгоград
e-mail: poltavskayamb@yandex.ru

Абросимова Анастасия Сергеевна –

студент,
Волгоградский государственный
университет, г. Волгоград
e-mail: nastya-abrosimova2013@yandex.ru

Резникова Екатерина Сергеевна –

студент,
Волгоградский государственный
университет, г. Волгоград
e-mail: katena.reznikova.96@mail.ru

ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ: УЧАСТИЕ КОММЕРЧЕСКИХ И НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Ключевые слова: творческие индустрии, предпринимательство, креативность, коммерческие организации, некоммерческие организации

Работа выполнена в рамках научного проекта № 17-13-34010 «Ресурсный потенциал некоммерческих организаций в сфере социального предпринимательства» при финансовой поддержке РФФИ и Администрации Волгоградской области

В качестве факторов развития современной экономики на современном этапе активно рассматриваются культурные ресурсы, творчество. Наибольших успехов в данной области достигла Великобритания, где с конца 90-х гг. XX в. концепция «творческой индустрии» является одной из приоритетных. Именно Департамент культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании дал основополагающее определение творческой индустрии: «Креативные индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [3]. Данная практика, имеющая отношение и к культуре, и к экономике, широко распространилась во всем мире.

В России подобные стратегии развития экономики начали работать относительно недавно – на рубеже XX и XXI вв. Творческие индустрии являются перспективным сектором современной экономики, во многих странах является предметом государственной поддержки. В России в «Основах государственной культурной политики» в 2014 г. было дано официальное определение: «Творческие индустрии – компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельность по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке. К сфере творческих индустрий, согласно названному документу, относятся: промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации» (Указ Президента РФ от 24 декабря 2014 г. N 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики»).

Некоторые исследователи рассматривают отечественные творческие индустрии в качестве важного фактора реиндустриализации современной российской экономики [5]. Творческая деятельность носит, по преимуществу, индивидуальный характер, она способна оказывать влияние на культурные формы с помощью творческих интерпретаций. В России опыт внедрения и развития творческих индустрий еще не накоплен. В 2000-2001 гг. проекты в области творческих индустрий появились в Санкт-Петербурге, позже в Екатеринбурге, Саратове, Краснодаре и других городах. В 2005 году в Москве, например, появился первый творческий кластер - Центр дизайна ARTPLAY, проект «Арт-Стрелка» и другие. На уровне региона творческие индустрии могут повышать его конкурентоспособность. В качестве примера можно назвать Пермь, Архангельск, Петрозаводск, Коломну.

Творческие индустрии – это среда, находящаяся на стыке двух видов деятельности - творческой, с одной стороны, и коммерческой, с другой [8]. Творческие индустрии достаточно разнообразны и включают в себя множество направлений: кино, музыку, литературу, изобразительные и исполнительские искусства, моду, ремесла, дизайн, архитектурное проектирование, интернет и мультимедиа и пр. Уже сегодня все эти направления становятся объектами внимания предпринимателей и некоторых руководителей некоммерческого сектора. Как правило, предприятия в области творческих индустрий относятся к сфере малого или среднего бизнеса, в нем активно работают фрилансеры (самозанятые).

Кроме того, творческие индустрии, как особый сектор экономики, производит культурные ценности, но все же остаются субъектами хозяйственной деятельности, функционирующими в коммерческом секторе [4].

Деятельность предпринимателей в сфере творческих индустрий способна не только поднять культурный уровень населения, но и создать уникальные мероприятия. Социолог Р. Флорида, занимающийся изучением креативного класса, считает, что «Креативность – это движущая сила экономического развития...» [9, с. 48], и поэтому есть необходимость в создании специальных, благоприятных условий – социокультурного климата, условий и возможностей для развития творческой индустрии.

Деятельность предпринимателей и руководителей некоммерческих организаций в рамках творческих индустрий сегодня прослеживается в различных городах. Ежегодные фестивали становятся «визитной карточкой», брендом современных городов, что, несомненно, благоприятно влияет на их экономическое развитие. Так, например, в Волгограде проходит ежегодный фестиваль «Загарушка» на пляже в пос. Спартановка. Организаторами Фестиваля выступают фонд «Живой город», администрация Тракторозаводского района, а также комитет молодёжной политики и туризма администрации Волгограда. Основная цель фестиваля - «возрождение, объединение и приобщение к российской культуре и русскому духу» [1]. Уже третий год летний праздник объединяет спортивное и культурное направление и выступает за активный, интересный и здоровый отдых для людей всех возрастов.

Кроме того, в Волгограде активно создаются различные креативные проекты, деятельность которых уже не ограничивается пределами города, области и даже страны. Это, например, известное креативное коммуникационное агентство России «TUTKOV BUDKOV» - коммерческая организация, которая имеет семилетний опыт на рынке, сотрудничает с известными отечественными и зарубежными компаниями [14]. В качестве примера можно привести мастерскую «MATO PAPER» [12], которая создает декорации из картона и бумаги, а также проводит детские и взрослые мастер-классы. Мастерская базируется в Волгограде в креативном пространстве «Икра». Еще один пример - анимационная студия «NEBO» [13], работающая в технике 3D анимации, целью организаторов студии является создание высококачественных, интересных, добрых мультипликационных проектов, которые с удовольствием будут смотреть зрители во всём мире. В пределах города широко известны команда профессионалов видеостудии «ASTRA», определяющих себя, как «энтузиастов, находящихся в состоянии непрерывного развития» [6], творческая мастерская «DREMLYUGA», разрабатывающая авторский декор интерьеров и дизайнерские украшения [10], а также веб-студия и творческий коллектив профессионалов в области разработки сайтов, дизайн концепций и брендов «MADE 7», основные принципы работы которой - креативный подход, ориентированность на клиента, отход от шаблонов, предпочтение оригинальных решений.

Новое креативное городское пространство в формате «лофт» было создано в Волгограде в 2016 г. в результате реставрации бывших царицынских Жигулёвских пивных складов 1890 года постройки и получило название «ЛОФТ 1890» [11]. *Здание было приспособлено под бизнес-пространство, арендаторами являются, в основном, предприниматели, связанные с творческими индустриями. В СМИ данный лофт позиционируется как «дом для молодых представителей новой экономики», а на сайте самого «ЛОФТ 1890» - как «креативное бизнес-пространство в центре Волгограда». Помимо коммерческой цели данный объект призван сохранить и популяризировать историю Царицына.*

Можно отметить, что творческие индустрии в России представлены, в основном, коммерческими организациями. Как отмечают исследователи, изучающие развитие творческих индустрий за рубежом, перспективы развития зависят, во многом, от государственной поддержки. Так, например, благодаря поддержке малого предпринимательства в сфере творческих индустрий в Великобритании практически все организации в этой сфере были коммерческими. Следовательно, поддержка государства может способствовать созданию таких организаций, например, в третьем секторе. «Если предположить, что завтра в России будет принята аналогичная программа, мы тоже станем регистрировать творческие предприятия как коммерческие. Но если будут созданы благоприятные условия и система поддержки для некоммерческих организаций, мы, вероятно, обнаружим, что творческие индустрии развиваются у нас в третьем секторе» [2].

Деятельность в сфере культуры может носить как коммерческий, так и некоммерческий характер. В сфере культуры в настоящее время функционируют государственные и негосударственные организации, среди которых выделяю государственные учреждения и организации, коммерческие предприятия, в том числе малые, некоммерческие негосударственные организации.

Исследователи отмечают, что отличительной чертой творческих индустрий выступает предпринимательский этос, который лежит в его основе. «Предприимчивость — это эквивалент творчества в сфере бизнеса. Она предполагает практичность, которой, в соответствии с расхожими представлениями, недостает художнику, «витающему в облаках». С другой стороны, развитие предпринимательства в форме творческих индустрий - это попытка вернуть творчество в сферу культуры»[2].

Создание и развитие проектов в сфере творческих индустрий свидетельствует о том, что в рамках проблем формирования современного городского пространства растёт интерес к культуре, культурному потенциалу. Творческие индустрии интересуют предпринимателей как новый и перспективный вид деятельности, основанный на творческом

начале своего создателя. Творческая индустрия – это сектор, который способен стать значимым производительным сектором экономики в случае эффективной работы по развитию креативного потенциала в городах России, и может выполнять функцию экономического резерва. Кроме того, творческие индустрии способны решать социокультурные проблемы, накапливать социальный капитал, модернизировать традиционные институты культуры, создавать социальные инновации.

Таким образом, творческие индустрии являются особым типом предпринимательства в сфере культуры. Для этой сферы практически всегда необходимо финансирование извне, так как вероятность того, что она может быть самокупаемой, крайне мала [7]. Проблема соотношения экономики и культуры, коммерческого и некоммерческого характера деятельности в секторе творческих индустрий продолжает оставаться дискуссионной.

Список литературы:

1. В Волгограде состоится фестиваль «Загарушка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bloknot-volgograd.ru/news/v-volgograd-sostoitsya-festival-zagarushka-764070> (дата обращения: 09.06.17). – Заглавие с экрана.
2. Гнедовский М. Б. Творческие индустрии: политический вызов для России // Отечественные записки. – 2005. – № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii> (дата обращения: 07.09.17). – Заглавие с экрана.
3. Зеленцова Е.В. От творческих индустрий – к творческой экономике // Общество и реформы. 2009. - №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ot-tvorcheskih-industriy-k-tvorcheskoy-ekonomike> (дата обращения: 13.06.17). – Заглавие с экрана.
4. Лавриненко А.С. Актуальные вопросы государственного регулирования творческих индустрий // Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. № 4. С. 135–159.
5. Морозов С.А. Культурные индустрии vs креативные индустрии // Культурная жизнь Юга России. 2016. № 4 (63). С. 145–148.
6. Работа, на которую хочется смотреть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://astra-studio.ru/> (дата обращения: 09.09.17). – Заглавие с экрана.
7. Творческие индустрии в современном городе. Как развивать талант и предпринимательство в Санкт-Петербурге. СПб, 2002. [Электронный ресурс] http://www.creative.leontief.net/data/Creative_ru.pdf
8. Федотова Н.Г. Креативные индустрии: теория и практика // Культура в пространстве рынка. С. 51–72.
9. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-21», 2011. – С.48.

10. DREMLYUGA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/dremlyugahandcraft> (дата доступа: 09.09.17).

11. Loft1890 – креативное бизнес-пространство в центре Волгограда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: loft1890.ru (дата доступа: 09.09.17).

12. MATO paper [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://matoraper.com/> (дата обращения: 08.09.17). – Заглавие с экрана.

13. NEBO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: nebo-studio.com (дата обращения: 08.09.17). – Заглавие с экрана.

14. «TUTKOV BUDKOV» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tutkovbudkov.ru/about/> (дата обращения: 09.09.17). – Заглавие с экрана.