

**Основы государственной  
культурной политики Российской  
Федерации**

Востряков Л.Е., д.полит.н.

**Творческие (креативные)  
индустрии**

14 ноября 2016 г.

# Основы государственной культурной политики Российской Федерации

Основы Государственной культурной  
политики, раздел VI:

создание условий для развития  
творческих индустрий

# Основы государственной культурной политики Российской Федерации

## **Творческие (креативные) индустрии**

### *План:*

1. Креативная экономика – экономика постиндустриального общества
2. Креативные индустрии:
3. Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

Дэниэл **Белл** (*Bell, Daniel*; 1919–2011):  
постиндустриальное общество – новый тип  
социально-экономического развития

Постиндустриальная стадия – переход от  
индустриальной экономики к

- экономике знаний,
- сетевой экономике,
- креативной экономике,
- инновационной экономике

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

**Знания** – ключевое условие экономического роста и повышения благосостояния

Ричард **Нельсон** (*Nelson, Richard R.*; 1930–): знания:  
– кодифицированные (подлежат хранению, копированию, легкой формализации и распространению)  
– неформальные (неформальные, неоформленные, накапливаемые через личный опыт, обучение в процессе деятельности, социальные взаимоотношения и т.д.)

Неформальные знания трудно поддаются количественному определению, хранению и передаче, наиболее трудно получаемые знания

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

Показатель качества человеческого  
капитала и его конкурентоспособности –  
соотношение кодифицированных и  
неформальных знаний

Термин «креативная экономика»: *Coy, Peter* The 21st Century Organization: the Creative Economy // Business Week. 2000. August 28.

2001: *Howkins, J.* The Creative Economy. How People Make Money from Ideas

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

Джон **Хокинс** (*Howkins, John Anthony*; 1945–):

креативная экономика базируется на принципах:

- *универсальность*
- *свобода*
- *идеи реализуются посредством рынка и связей*

Международное агентство по торговле и развитию ООН (UNCTAD):

2008 – «Креативная экономика. Задачи оценки ресурсов творческой экономики для формирования продуманной политики» [http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf)

2010 – «Креативная экономика. Возможные варианты развития» [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)

2016: <http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1251>

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

ЮНКТАД: креативная экономика – концепция, основанная на креативных активах, способных генерировать экономический рост и развитие экономические действия, основанные на знаниях с элементами развития и перекрестных связей реальный путь развития, требующий инновационного, мультидисциплинарного политического отклика стимулирует генерацию доходов, создание рабочих мест и доходов, обеспечивая социальное включение, культурное разнообразие и развитие человеческого капитала побуждает экономику, культуру и социальную сферу взаимодействовать с технологиями, интеллектуальной собственностью в основе креативной экономики – креативные индустрии

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

В мире формируется новая парадигма, связывающая экономику и культуру ... креативность, знания и доступ к информации – двигатели экономического роста и катализаторы развития ... креативные индустрии – совокупный цикл создания, производства и распространения товаров и услуг, основанных на креативности и интеллектуальном капитале

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

В постиндустриальном обществе культура – стратегический приоритет современной экономики развитых стран

Чарльз Лэндри: доходы от экспорта музыки в Англии превысили доходы от экспорта машино- и автомобилестроения вместе взятых

Бренд – стратегический ресурс и капитал организаций культуры

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

Саймон **Эванс** (*Evans, Simon*; 1956–):

креативные инициативы  
распространяются по США со скоростью  
быстрее, чем свиной грипп

В 2002–2008 гг.:

экспорт креативных благ + 11,5% в год,  
экспорт креативных услуг +17 % в год

# Креативная экономика – экономика постиндустриального общества

Кьелл Андерс **Нордстрем** (*Nordström, Kjell Anders*; 1958–)

Йонас **Риддерстрале** (*Ridderstråle, Jonas*; 1966–)

Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта (2000)

Джозеф Б. **Пайн** (*Pine, B. Joseph II*; 1958–)

Джеймс Х. **Гилмор** (*Gilmore, James H.*)

Экономика впечатлений: Работа – это театр,  
а каждый бизнес – это сцена

# Креативные индустрии как фактор развития

Теодор **Адорно** (*Adorno, Theodor Ludwig Wiesengrund*; 1903–1969): «Культурная индустрия: Просвещение как массовое заблуждение» (1947)

# Креативные индустрии как фактор развития

Николас Гарнхэм (*Garnham, Nicholas*; 1937–):

Важнейшие принципы развития:

–необходим баланс между тем, что хотел бы производить художник, и тем, что желает получить публика

–социально незащищенные и маргинальные слои населения должны быть включены в процесс производства и потребления культурных продуктов

–необходимо переходить к работе с субъектами творческих индустрий на независимой коммерческой основе

# Креативные индустрии как фактор развития

Совет Большого Лондона:

культурные индустрии –

виды культурной деятельности не требуют  
общественного финансирования, являются  
коммерческими и способствуют повышению  
благополучия населения

все виды культурной деятельности ,  
связанные с массовым потреблением

# Креативные индустрии как фактор развития

Департамент культуры, медиа и спорта  
Великобритании, 1998:

Креативные индустрии – деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности

# Креативные индустрии как фактор развития

13 секторов креативных индустрий :

- реклама;
- дизайн;
- архитектура;
- декоративное искусство и ремесла;
- мода;
- кино и производство видео и DVD;
- музыка и звукозапись;
- исполнительские искусства;
- Интернет;
- изобразительное искусство;
- литература и издательское дело;
- мультимедиа и компьютерные игры;
- музеи и организации культуры

# Креативные индустрии как фактор развития

«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 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

Основы ГКП, раздел III

# Креативные индустрии как фактор развития

Гордон Браун (*Brown, James Gordon*; 1951–): старт программы «Креативная Британия»

Джеймс Остин [*Austin, James E.*]: наибольшие выгоды от сотрудничества в кластере получают музеи и галереи:

- экономия средств,
- экономия от масштаба производства
- повышение уровня доходов

творческие индустрии рассматриваются как некий локомотив креативной (инновационной) экономики и становятся доминантой культурной политики

Творческие индустрии – локомотив креативной экономики и доминанта культурной политики

# Креативные индустрии как фактор развития

- Ч. Лэндри – принципы «креативных территорий»:
- стимулирование креативного потенциала
  - развитие чувства принадлежности к территории
  - открытый и свободный доступ к культуре
  - разнообразие культуры, удовлетворение культурных потребностей всех групп и сообществ
  - сохранение уникальных культурных ресурсов
  - развитие связи и механизмов взаимодействия
  - стимулирование инноваций
  - привлечение внешних ресурсов
  - развитие конкурентоспособности территории на мировом рынке

# Креативные индустрии как фактор развития

Культурные и креативные индустрии – один из самых быстрорастущих секторов мировой экономики

Темпы роста:

- Ближний Восток - 17,6 %;
- Африка - 13,9 %;
- Южная Америка - 11,9 %;
- Азия - 9,7 %;
- Океания - 6,9 %;
- Северная и Центральная Америка - 4,3 %.

# Креативные индустрии как фактор развития

2013 г.: Великобритания теряет статус  
лидера в секторе креативных индустрий

2000 г. – съезд КПК: развитие творческих  
индустрий – приоритет государственной  
политики

программа «Шанхайские парки креативных  
кластеров», 2005

2005 – в Шанхае 36 кластеров

# Креативные индустрии как фактор развития

Изучают креативные индустрии:

- «Comedia» (1978, создатель – Чарльз Лэндри)
- «EUCLID» (1993, создатель – Джеффри Браун –Brown, Geoffrey)
- Квинслендский технологический университет (QUT, Австралия),
- Национальный фонд науки, техники и искусства (NESTA, Лондон; открыт в 1998 г.),
- Международный центр социально-экономических исследований «Леонтьевский центр» (Санкт-Петербург),
- Центр развития творческих индустрий (Санкт-Петербург, создан в 2004 г., основатель и президент – Д.Э. Мильков),
- Институт культурной политики (Москва – М.Б. Гнедовский),
- Агентство «Творческие индустрии» (Москва),
- международный проект Calvert Forum (Санкт-Петербург)

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

Креативные индустрии – экономический эффект и возможность коммерциализации

ЮНЕСКО:

Культурные индустрии – индустрии, объединяющие создание, производство и коммерциализацию содержания культурного и нематериального характера (защищено авторским правом и может принимать форму товара или услуги)

Культурные индустрии: печать, публикации, мультимедиа, аудиовизуальные продукты (музыкальные записи и кинопроизводство), ремесла и дизайн

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

ЮНЕСКО:

Креативные индустрии – культурные индустрии + все культурное и художественное производство

Креативные индустрии – индустрии, в которых продукт или услуга содержит значительную часть художественной и творческой деятельности

(+ архитектура и реклама)

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

WIPO (World Intellectual Property  
Organization):

культурные индустрии – участвуют в  
создании, производстве, трансляции и  
распространении защищенных  
авторским правом работ

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

Основные характеристики креативных индустрий:

- 1) творческий труд;
- 2) культурная ценность;
- 3) авторское право;
- 4) экономический потенциал

Различают модели творческих индустрий:

- творческие кластеры
- креативные услуги
- творческие люди

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

Творческий кластер – производство

Креативные услуги – вклад творческих  
профессий и компаний  
(профессиональных дизайнеров,  
продюсеров, исполнителей и писателей)  
в экономику

Творческие люди – открытая сеть  
инноваций

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

Ричард Флорида (*Florida, Richard*; 1957–):  
концепция «креативного класса»

Для креативных людей приоритет –не  
карьера, престиж и высокая зарплата, а  
ценность созданных условий для  
работы и жизни, раскрытие творческого  
потенциала, толерантная атмосфера и  
творческие стимулы

# Культурные индустрии VS Творческие (креативные) индустрии

Поддержку креативных индустрий в  
Европе осуществляют:

Tom Fleming Creative Consultancy (открыто в  
2002 г.),

NESTA (National Endowment for Science,  
Technology and the Arts, Лондон, 1998 г.),  
небольшие службы развития