

Основы государственной культурной политики Российской Федерации

Востряков Лев Евгеньевич,
д.полит.н.

lev-vostriakov@yandex.ru

26 октября 2017

Основы государственной культурной политики Российской Федерации

Основы Государственной культурной политики, раздел III:

«создание условий для развития творческих индустрий», связанных с производством «экономических ценностей в процессе творческой деятельности» и направленных на «капитализацию культурных продуктов и их представление на рынке»

Основы государственной культурной политики Российской Федерации

Творческие (креативные) индустрии

План:

1. Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества
2. Опыт развития креативных индустрий в России

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

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

Постиндустриальная стадия □ переход от
индустриальной экономики к новым
экономикам

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Постиндустриальная стадия:

Основная сфера занятости и источник дохода – гуманитарные отрасли и сфера услуг

Модель общества – коммуникационная модель взаимного обмена услугами

Ведущая роль науки, технологий, культуры и информации в общественном развитии

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Ключевые институты новой экономики – университеты, информационные, научные, культурные, просветительные, медицинские организации

Знания – ключевое условие экономического роста и повышения благосостояния

Экономика, основанная на знаниях:
быстрое развитие и распространение информационных и коммуникационных технологий

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Coy, Peter The 21st Century Organization: the Creative Economy // Business Week. 2000. 28 of August

Джон **Хокинс** (*Howkins, John Anthony*; 1945–):
креативная экономика базируется на
принципах:

- *универсальность*
- *свобода*
- *реализация идей посредством рынка и связей*

Креативность помогает преодолеть кризисы

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

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

2010 – «Креативная экономика. Возможные варианты
развития» http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf

2016:

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

UNSTAD:

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

В постиндустриальном обществе

- культура – стратегический приоритет современной экономики развитых стран
- происходит переход к «экономике символов», основной продукт которой – бренд

Бренд – стратегический ресурс и капитал организаций культуры

Бренд – символ доверия аудитории качеству и привлекательности культурного предложения, гарантия подлинности культурного продукта

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Кьелл Андерс
Нордстрем

(*Nordström, Kjell
Anders*; 1958–)

Йонас

Риддерстрале

(*Ridderstråle, Jonas*;
1966–)

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



Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Джозеф Б. Пайн

(*Pine, B. Joseph II;*

1958–) **Джеймс Х.**

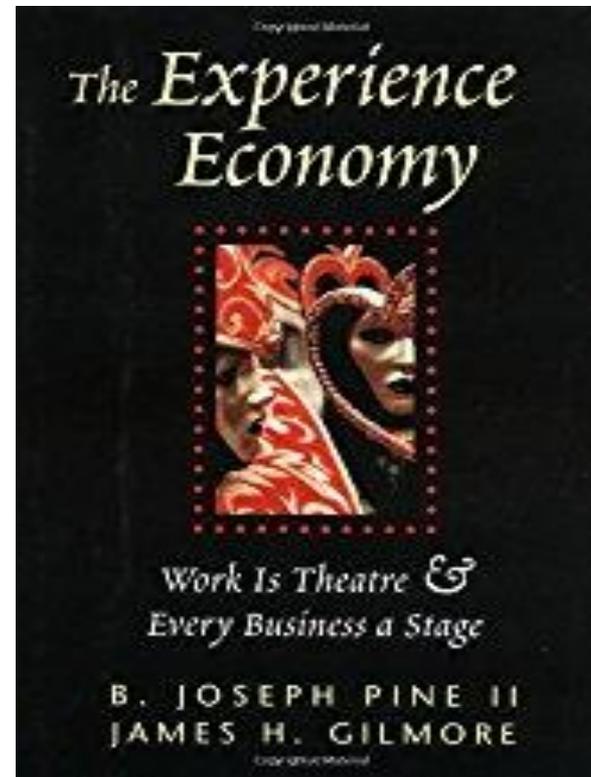
Гилмор (*Gilmore,*
James H.)

Экономика

впечатлений: Работа

– это театр, а каждый

бизнес – это сцена



Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Дж. Б. Пайн и Дж. Х. Гилмор:

Впечатления – ядро индустрии
развлечений:

- театр,
- музыкальная индустрия,
- киноиндустрия,
- радио
- телеиндустрия

Впечатления – продажа чувств и ощущений

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Главные ресурсы развития:
творческий труд,
культурная ценность
интеллектуальная собственность

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

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
- надо переходить к работе с субъектами творческих индустрий на независимой коммерческой основе

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

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 в экономике постиндустриального общества

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 в экономике постиндустриального общества

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 в экономике постиндустриального общества

«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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Гордон Браун (*Brown, James Gordon*; 1951–): 2008 г. – старт программы «Креативная Британия»

Чарльз Лэндри (*Landry, Charles*; 1948–):
доходы от экспорта музыки в Англии
превысили доходы от экспорта
машиностроения и автомобилестроения
вместе взятых

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Развитие творческих индустрий
способствует

- увеличению инвестиционной привлекательности территорий,
- росту квалификации работников,
- мотивации инноваций и творчества,
- повышению конкурентоспособности городов

Стратегия творческих индустрий

- новые формы сотрудничества организаций гуманитарной сферы;
- создание творческих кластеров и творческих кварталов

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Саймон Эванс (*Evans, Simon*; 1956–): творческий кластер – сообщество творчески-ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории

Джеймс Остин [*Austin, James E.*]:

наибольшие выгоды от сотрудничества в кластере получают музеи и галереи:

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Общие характеристики креативных
индустрий :

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

- 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 в экономике постиндустриального общества

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

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 в экономике постиндустриального общества

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

Креативные индустрии в экономике постиндустриального общества

Творческие индустрии (согласно ЮНКТАД):

- объекты наследия (народное творчество и ремесла, фестивали и праздники; достопримечательные места, библиотеки, музеи и галереи),
- произведения изобразительных и исполнительских искусств (живопись, скульптура, фотография и антиквариат; музыка, драматический театр и театр кукол, опера, танец и цирк),
- издательская и аудиовизуальная продукция (книги, пресса, кино, телевидение, радио и иное вещание),
- выпуск функциональных креативных товаров и услуг (научные исследования и разработки, архитектура, реклама, дизайн, включая моду и украшения, досуг, сетевые ресурсы, компьютерные игры, мобильный контент, цифровые и подобные творческие услуги)

Опыт развития креативных индустрий в России

Первые попытки развития креативных индустрий в России – в нач. 2000-х гг.

2001–2002 гг.: Санкт-Петербург
(Леонтьевский центр социально-экономических исследований и
Международный форум лидеров бизнеса
под эгидой принца Уэльского)

Партнеры: Хельсинки (Финляндия) и
Манчестер (Великобритания)

□ создан Центр развития творческих индустрий

Опыт развития креативных индустрий в России

Программа Совета Европы «Культурное разнообразие и творческие индустрии»:

– визит британских экспертов в
Дмитровград и Казань, 2002

План действий для России, 2003:

соглашение департамента Совета Европы,
Министерства культуры РФ и Института
культурной политики

Координационный совет по развитию
творческих индустрий в России, 2004

агентство «Творческие индустрии», 2004

Опыт развития креативных индустрий в России

Москва:

первый творческий кластер «Artplay», 2003 г.
(ткацкая фабрика «Красная роза» в районе метро «Парк культуры»)

– творческий кластер «АРТ-Стрелка» (ф-ка «Красный Октябрь»), 2004 г.

– «Винзавод», 2007 г.

– Центр творческих индустрий
«ПРОЕКТ_ФАБРИКА», 2005 г.

Центр поддержки социокультурных проектных инициатив «Творческая Москва», 2013 г.

Опыт развития креативных индустрий в России

Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 13 мая 2014 г. № 355 «О Стратегии Санкт-Петербурга: приоритеты и цели экономического и социального развития до 2030 года»: развитие творческих индустрий – одно из важнейших приоритетов городского развития

Опыт развития креативных индустрий в России

Санкт-Петербург:
креативный кластер «Креативное
пространство ТКАЧИ», 2013

- Лофт Проект ЭТАЖИ
- креативное пространство «Тайга»
- театрально-концертная площадка
«Скороход»
- Кластер творческих индустрий Санкт-
Петербурга, 2015

Опыт развития креативных индустрий в России

Санкт-Петербург:

- Апраксин Двор
- Новая Голландия
- творческий кластер «Artplay» в районе Малой Охты

Креативные индустрии Санкт-Петербурга

–7% от ВРП

–10% от общего количества рабочих

Опыт развития креативных индустрий в России

Программа развития творческих индустрий в Санкт-Петербурге:

- благоприятный климат □ новые идеи, творческая инициатива, ее воплощение в жизнь;
- свобода творчества в самых разнообразных областях;
- совместные проекты с другими городами и странами;
- новые креативные пространства (студии, мастерские, выставочные залы и т.п.);
- привлечение негосударственного финансирования;
- преобразования в городском законодательстве

Опыт развития креативных индустрий в России

«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