

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

2010 – «Креативная экономика. Возможные варианты
развития» 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 ДВД;
- 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 – Джефффри 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