

На правах рукописи

КОРЕННОЙ Александр Сергеевич

**КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ
ПРАКТИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

5.10.1. Теория и история культуры, искусства

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Краснодар
2023

Работа выполнена в отделе комплексных проблем изучения культуры Южного филиала федерального государственного бюджетного научно-исследовательского учреждения «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва» Министерства культуры Российской Федерации

Научный руководитель:

ГОРЛОВА Ира Ивановна,

доктор философских наук, профессор, ФГБНИУ «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва», директор Южного филиала

Официальные оппоненты:

СУМИНОВА Татьяна Николаевна,

доктор философских наук, профессор, ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры», профессор кафедры социально-культурной деятельности

ЛЕВОЧКИН Владислав Валерьевич,

кандидат культурологии, АУ «Государственный театр оперы и балета Республики Саха (Якутия) имени Д. К. Сивцева-Суорун Омоллоона», директор

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»

Защита состоится 11 января 2024 г. в 11.00 часов на заседании объединенного диссертационного совета 99.0.131.03 на базе ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», ФГБНИУ «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва», ГБОУ ВО РК «Крымский университет, культуры, искусств и туризма» по адресу: 350063, г. Краснодар, ул. Красная, д. 28, каб. 28.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры» по адресу: 350072, г. Краснодар, ул. 40 лет Победы, д. 33, корп. 1. Электронная версия полного текста диссертации размещена 02 октября 2023 г. на официальном сайте объединенного диссертационного совета 99.0.131.03: http://dissovet.heritage-institute.ru/wp-content/uploads/2023/09/Korennoy_dis.pdf.

Объявление о защите и электронная версия автореферата размещены 01 ноября 2023 г. на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации: <https://vak.minobrnauki.gov.ru> и на официальном сайте объединенного диссертационного совета 99.0.131.03: <http://dissovet.heritage-institute.ru>.

Автореферат разослан « ____ » _____ 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Т. В. Коваленко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью осмысления происходящих в наше время глобальных цивилизационных процессов. В российском обществе все более настойчиво звучит запрос на внесение кардинальных изменений в векторы культурного развития. При этом вопрос о том, в какую сторону они должны быть направлены и какие средства должны для этого использоваться остается предметом оживленных дискуссий. Ведь современная культурная жизнь меняется динамично и непредсказуемо, идет непрерывный процесс возникновения новых целей и ценностей, переоценки и девальвации старых, а те задачи, которые возлагались ранее на производство культурных ценностей, неожиданно начинают уступать свои доминирующие позиции.

Динамика социокультурных изменений в обществе, смена поколений целевой аудитории потребителей культурной продукции, ориентирующихся на иной формат общения, на более современные формы потребления привели к необходимости совершенствования управленческой деятельности в сфере культуры. Важность поиска путей решений этих задач обуславливает актуальность темы диссертационного исследования, предполагающей пристальный взгляд на складывающиеся реалии в области культурных индустрий, на их роль, видовое разнообразие и перспективы развития в новых условиях трансформации российской культуры.

Степень научной разработанности проблематики диссертационного исследования весьма значительна. Понятие «культурная индустрия» было введено в научный оборот в исследованиях представителей франкфуртской школы М. Хоркхаймера и Т. Адорно; среди зарубежных ученых существенный вклад в теоретическое осмысление и практику изучения культурных индустрий внесли Ч. Лэндри, Дж. Х. Паин и Дж. Гилмор, Р. Флорида, Д. Хезмондалш и других.

Российские ученые обратились к этой теме с 90-х гг. XX в., когда в стране стали публиковаться переводные зарубежные издания. Перед российскими исследователями встала проблема инкорпорации этого понятия в отечественный культурологический дискурс, а также вопрос о степени применимости зарубежного опыта к российским реалиям. Активными исследователями этой темы стали О. Н. Астафьева, Л. Е. Востряков, А. В. Вейнмейстер, Е. Н. Зеленцова, С. Э. Зуев, Ю. В. Иванова, Г. М. Казакова, М. В. Казакова, Е. А. Карцева, Н. Б. Кириллова, Е. Ю. Котова, А. С. Лавриненко, Д. Э. Мильков, С. А. Морозов, Л. М. Мосолова, Н. В. Недосвитий, А. А. Пронин, Т. Н. Суминова, А. Я. Флиер, И. Г. Хангельдиева, В. В. Чижиков и ряд других авторов, которые в своих работах анализировали особенности этого феномена, типологию, освещали опыт развития отечественных культурных индустрий в контексте мировых тенденций. Особое значение в этом контексте имеет работа О. В. Рудаковой, А. В. Михайлиной и Н. Н. Стеблецовой «Культурные и творческие индустрии: Россия на фоне мировых тенденций» (2021).

Следует отметить, что проблематика культурных индустрий многогранна. Ряд авторов, таких как М. Б. Гнедовский, Е. Э. Дробышева, А. С. Лавриненко

подчеркивают ценностную основу деятельности культурных индустрий и рассматривают их как цивилизационный вызов. Экономический аспект в развитии культурных индустрий подробно раскрыт в работах С. С. Галазова, В. Э. Гордина, Е. В. Зеленцовой, М. В. Казаковой и других. Специфику культурных индустрий в цифровой среде в контексте массовой культуры рассматривали А. В. Костина, Т. Ф. Кузнецова, И. Л. Сергеева, О. Б. Серостанова и другие. Новые арт-стратегии в рамках культурных индустрий стали предметом исследований Т. Н. Суминовой и Е. А. Карцевой, их интеграции с цифровым телевидением – Н. С. Гегеловой, А. Н. Фоминой, современным театром – А. В. Висловой и других.

Многие авторы, в частности, А. И. Гретченко, Н. А. Каверина, И. А. Купцова, В. В. Новосельская, Н. Э. Сергеева, О. В. Тараканова и другие подчеркивали значимость культурных индустрий для регионального развития, особенно в перспективе расширения внутреннего туризма. В этом плане важную роль сыграла монография китайского ученого Янь Шуфана на тему «Культурная регионализация: опыт России и Китая в практиках развития социокультурного пространства» (2018). В ряде публикаций рассматривалась специфика развития культурных индустрий в отдельных регионах Российской Федерации. Так, Г. А. Красильникова, В. В. Лёвочкин, Т. Ф. Ляпкина, С. В. Никифорова акцентировали внимание на особенностях функционирования культурных индустрий в Республике Саха (Якутия); М. Л. Магидович и Е. Ю. Терещенко рассматривала культурные индустрии на примере Кольского региона; Н. В. Плотичкина и Д. О. Стрельцова анализировали социокультурные практики в Краснодаре; коллектив под руководством М. В. Румянцева изучал возможности и перспективы их развития в Красноярске. Широко обобщен опыт реализации «Пермского культурного проекта» в публикациях Е. В. Зеленцовой, О. В. Игнатъевой и О. В. Лысенко и др.

Культурные индустрии, образующие творческие кластеры, рассматриваются также как действенное средство реновации городского пространства. Этот аспект раскрыт в публикациях А. А. Беспаловой, Г. Е. Гун, О. Н. Левшиной, Д. О. Леоновой, Е. Н. Лиханиной, Е. Б. Рябковой, М. Э. Маргарян, К. В. Савельевой и других.

Большой интерес в контексте темы диссертационного исследования представляют выводы современных исследований культурных индустрий, опубликованные в коллективных монографиях и сборниках¹.

Проблемы и перспективы культурных индустрий как стратегический ресурс социально-экономического развития постоянно обсуждаются на множестве научных конференций, дискуссионных панелей, экспертных встречах, в том числе на базе ведущих научно-образовательных центров

¹ См., напр.: Социально-культурное производство и культурные индустрии: культурологическое и социологическое измерение / А. В. Кудинова [и др.]; науч. ред. С. А. Морозов. Краснодар, 2014. 340 с.; Современные модели развития культурных индустрий в регионах России / отв. ред. М. Л. Магидович. СПб., 2014. 418 с.; Творческие индустрии как фактор развития социокультурного пространства кол. монография / А. В. Бокова [и др.]; науч. ред. И. А. Купцова. Новосибирск, 2015. 148 с.; Культурные индустрии и образовательные практики в современном мире: возможности и ограничения / А. А. Антонова [и др.]; науч. ред. И. А. Купцова. Новосибирск, 2016. 170 с.; Аналитика культурных индустрий: до и после [пандемии] / И. А. Ахьямова [и др.]; науч. ред. М. А. Беляева. Екатеринбург, 2020. 238 с.; Культурные практики и индустрии: история и современность / ред. В. П. Большаков. М., 2021. 320 с. и др.

регионов России¹. Авторитетной международной и межрегиональной площадкой стал Ульяновск, где в период с 2011 по 2020 гг. ежегодно проходил Международный культурный форум, программной дирекцией которого был Фонд креативных индустрий Ульяновской области («Ульяновск – культурная столица»). В настоящее время активно работает Культурный форум регионов России под эгидой которого состоялся ряд научных и экспертных мероприятий в Волгограде, Москве, Новосибирске, Рязани, Севастополе, Сыктывкаре, Якутске и других городах (2014–2022 гг.); его постоянно действующим открытым внеинституциональным объединением является Школа культурного форума регионов России, организующая творческие лаборатории и публикующая научно-методические сборники по проблемам культурной политики и культурных индустрий².

Отдельно следует отметить диссертационные исследования А. В. Боковой, Е. В. Зеленцовой, В. В. Лёвочкина, Янь Шуфана, предметом которых стали различные аспекты культурных индустрий.

При этом, очевидно, что проблематика и тональность научных исследований в этой области динамично меняется. Появление на мировой арене новых центров экономического развития и геополитического влияния, рост национального самосознания и патриотических настроений в российском обществе в настоящее время формируют качественно новую повестку, что обуславливает обращение автора к исследованию роли, функций и ресурсного потенциала культурных индустрий в контексте государственной культурной политики.

Проблема исследования заключается в необходимости определения приоритетных направлений развития культурных индустрий, способствующих успешной реализации стратегических задач государственной культурной политики в современной России.

Объект исследования: современные российские культурные индустрии.

Предмет исследования: социокультурные практики и перспективы развития культурных индустрий в современном российском обществе.

Цель исследования заключается в определении приоритетов в развитии культурных индустрий в современной России.

Задачи диссертационного исследования:

1. Рассмотреть историю возникновения и методологические основы феномена культурных индустрий как закономерного ответа со стороны сферы культуры на вызовы постиндустриального общества.

¹ См., напр.: Дизайн, мода, культурные индустрии: матер. VI междунар. науч.-практ. конфер. (Чита, 11–12 ноября 2019 г.). Чита, 2019. 265 с.; Культурные индустрии в институтах общества потребления: матер. всерос. науч. конфер. (Великий Новгород, 07–08 апреля 2020 г.). Великий Новгород, 2020. 353 с.; Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона: матер. IV междунар. науч.-практ. конф. (Иркутск, 18 мая 2022 г.). Иркутск, 2022. 347 с.; Культурные индустрии в пространстве открытого города: матер. VIII всерос. науч.-практ. конфер. (Екатеринбург, 24–25 ноября 2022 г.). Екатеринбург, 2022. 570 с.; Креативные индустрии Арктического региона: опыт и перспективы развития: матер. междунар. форума (Мурманск, 25–28 ноября 2020 г.; 24–27 ноября 2021 г.). Мурманск, 2023. 174 с.

² См.: Потенциал сообществ для развития творческих индустрий и социально-предпринимательских проектов в культуре: статьи и материалы / сост., общ. и науч. ред.: О.Н. Астафьева, О.В. Коротеева, И.А. Купцова. М., 2021. 300 с.; Творческие индустрии и культурное наследие: региональные инициативы некоммерческого сектора и управленческие навигации: статьи и материалы / общ. и науч. ред.: О.Н. Астафьева и О.В. Коротеева. М., 2022. 300 с. и др.

2. Проанализировать терминологические дискуссии, касающиеся объема понятия «культурные индустрии», его соотношения с понятием «креативные индустрии», а также их роль и место в структуре креативной экономики.

3. Разработать многомерную классификацию видов культурных индустрий.

4. Выявить отличительные особенности продукции культурных индустрий.

5. Охарактеризовать динамику функций культурных индустрий и направления их трансформации в современных реалиях.

6. На основе изучения опыта провести сравнительный анализ социокультурных практик в агломерациях и регионах Российской Федерации и разработать перечень приоритетных направлений в развитии культурных индустрий для решения задач, определенных документами стратегического планирования.

Хронологические рамки исследования охватывают период с начала 2000-х гг. по настоящее время.

Территориальными границами исследования выступает Российская Федерация. Особое внимание было уделено анализу опыта развития культурных индустрий в отдельных регионах страны: Владимирской, Новосибирской, Омской и Ульяновской областях, Пермском крае, Республике Саха (Якутия).

Источники исследования представлены комплексом законодательных и нормативных документов, результатами социологических исследований, государственной и отраслевой статистикой, материалами систематического мониторинга основных показателей сферы культуры и развлечений в России, проводимого департаментом маркетинговых исследований информационного агентства InterMedia¹, информационными ресурсами специализированных организаций: Фонд президентских грантов, Президентский фонд культурных инициатив, Фонд «Институт культурной политики», Центр стратегических разработок, Центр по реализации проектов в сфере культуры, Фонд креативных индустрий Ульяновской области и другие.

Методология и методы исследования. Методологической базой диссертационного исследования выступают философско-культурологические исследования постиндустриального общества и постмодернизма, важным элементом которых выступают культурные индустрии, представленные в работах Э. Тоффлера, Д. Белла, Ж.-Ф. Лиотара, Ж. Дюмазедье, Дж. Хартли, Д. Хесмондхалфа, Дж. О'Коннора, Д. Тросби и других. Исследование выполнено с опорой на структурно-функциональный подход, позволивший детально изучить специфику культурных индустрий, их место в совокупности родственных направлений деятельности, охарактеризовать функции, установить

¹ См.: Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: аналитика 2016–2018: результаты комплексного исследования / [гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2019. 42 с.; Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: аналитика 2017–2019: результаты комплексного исследования / [гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2019. 62 с.; Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: аналитика 2018–2020: результаты комплексного исследования / [гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2020. 88 с.; Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: аналитика 2019–2021: результаты комплексного исследования / [гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2021. 112 с.

наличие взаимосвязей и взаимозависимостей, рассмотреть внутреннюю структуру и предметное наполнение.

Методы исследования. Диссертационное исследование выполнено на основе терминологического, сравнительного, структурно-типологического методов, применение которых позволило охарактеризовать состояние культурных индустрий в современной России на фоне ведущих мировых тенденций. Прогнозные методы использовались для определения приоритетных направлений развития культурных индустрий в будущем.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

1. Возникновение феномена культурных индустрий в диссертационном исследовании рассматривается как адекватный ответ на цивилизационные вызовы постиндустриального общества, обусловленный повышенной социокультурной динамикой, технологическим прорывом, появлением новых медиа, производящих принципиально новый продукт культурного производства.

2. Впервые определено место культурных индустрий, располагающихся на пересечении с креативными индустриями и креативной экономикой, что предполагает у культурных индустрий наличие собственного предмета, сферы функционирования, субъектов и способов производства культурного продукта.

3. Впервые произведена процедура многомерного классифицирования культурных индустрий, позволяющая разделить их на три группы:

– первая группа высокотехнологичных видов производства в сфере культуры и искусства, которые либо ранее никогда не существовали, либо претерпели масштабные революционные изменения, при этом они инвестиционно привлекательны для коммерческих структур;

– вторая группа видов деятельности, которые реализуются традиционными учреждениями культуры и искусства, выполняющие важнейшую миссию просвещения, образования, сохранения исторической памяти и организации досуга граждан. Претерпев некоторую модернизацию, они разрабатывают новые формы и методы подачи информации и самопрезентации в социуме, при этом сохраняют коллективы профессионалов, традиции и контингент пользователей. С экономической точки зрения прибыль не приносят или она невелика;

– третья группа видов творческой деятельности в области культуры и искусства, которые в силу преимущественно индивидуального труда авторов-творцов, штучного, редкого, а иногда уникального ручного производства, высокой затратности дают неопределенную финансовую отдачу.

Такой подход к рассмотрению разных групп дает основание рассматривать культурные индустрии в узком и широком их значении. В узком значении в качестве культурных индустрий фигурируют только те, которые относятся к первой группе. В широком смысле это понятие охватывает все три группы.

4. Выделены отличительные черты продукта культурных индустрий. Среди них наибольшее значение имеют: наличие специфических качеств, эстетически воздействующих на внутреннее состояние людей и вызывающих у

них эмоциональные переживания; они производятся высокотехнологичными, а иногда промышленными способами; требуют командной работы, финансового обеспечения, привлечения профессионалов и технологий из смежных отраслей знаний и производства; локацией его производства являются крупные агломерации; движущей силой выступают молодые и амбициозные личности, воплощающие в нем свои мировоззренческие установки и доминирующие в молодежной среде ценности; продукция имеет товарные свойства и формирует рынок со специфическими сегментами, некоторые из которых являются привлекательными для инвестиций со стороны финансовых и производственных структур.

5. Наличие собственного предмета, субъектов и способов производства, а также их востребованность в обществе определяют закономерную реализацию особых функций культурных индустрий, которые по-новому выстраиваются в иерархическую пирамиду. Впервые сделан вывод о том, что наблюдаемая в настоящее время повышенная социокультурная динамика определяет некоторое смещение ранее доминирующих функций культурных индустрий и возрастание значимости функции управления общественным сознанием и экономическим поведением граждан.

6. Проведен сравнительный анализ социокультурных практик культурных индустрий в крупных агломерациях и отдельных регионах Российской Федерации. Охарактеризованы ведущие тенденции их развития, такие как: функционирование под патронажем государства, появление и развитие государственно-частного партнерства, опора на множественность субъектов – производителей с разнонаправленными интересами, а также некоторое инерционное следование западному вектору развития. Показана пространственная неравномерность их локализации, охарактеризован позитивный и негативный опыт регионов, а также выявлено определенное рассогласование декларируемых приоритетов и социальных ожиданий граждан. Сформулированы предложения по их гармонизации в контексте стратегических задач государственной культурной политики.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Культурные индустрии в Российской Федерации выступают сложно организованным социальным явлением, которое в своей деятельности опирается на:

- сферу творческой активности социальных институтов и индивидуальных акторов социокультурных процессов;
- сферу деятельности государственных и муниципальных учреждений культуры, реализующих задачи в области производства, сохранения и распространения культуры;
- сферу предпринимательства в области культуры.

2. Содержательное наполнение термина «культурные индустрии» в настоящее время является предметом дискуссий ввиду нечеткого разграничения с термином «креативные индустрии». Концепция пересекающихся видов деятельности позволяет рассматривать культурные и креативные индустрии как два пересекающихся круга, имеющих общую зону и выходящие за ее пределы специфические фрагменты. Третьим кругом, пересекающим выделенные два,

выступает креативная экономика, которая каждой выделенной разновидности предопределяет собственные задачи.

3. Культурные индустрии разбиваются на три группы. В первую группу включаются виды деятельности, которые либо ранее никогда не существовали, либо претерпели масштабные революционные изменения в последние десятилетия. Вторую группу составляют традиционные социокультурные институты, издавна работающие в сфере культуры и искусства: телевидение, радиовещание, библиотечная, музейная, архивная, театральная деятельность, культурный туризм и др. Они разрабатывают новые высокотехнологичные формы и методы подачи информации и самопрезентации в социуме, сохраняют коллективы профессионалов, традиции и контингент пользователей. Направления деятельности третьей группы – литературное творчество, народные ремесла, архитектура, изобразительные искусства, антиквариат и реставрация. Они могут позиционироваться в качестве культурных индустрий лишь условно в силу преимущественно индивидуального труда авторов-творцов, штучного, редкого, а иногда уникального ручного производства, высокой затратности, а также неопределенной финансовой отдачи.

4. В структуре креативной экономики продукты культурных индустрий, реализуя поставленную метасистемой задачу приносить прибыль, оживляют жизненное пространство, содержательно его наполняют новыми смыслами и образами, эстетически и эмоционально его окрашивают, чем достигается эффект расширения позитивного мировосприятия граждан, растет уровень удовлетворенности от повседневных и досуговых практик. Но выходя за пределы креативной экономики, культурные индустрии, финансируемые из бюджета и/или иных внешних источников, реализуют важнейшую миссию просвещения, образования, сохранения исторической памяти.

5. Функции культурных индустрий отличаются зависимостью от смены доминирующих социальных тенденций и общественных настроений. Вхождение культурных индустрий в структуру креативной экономики предопределяет активизацию функции экономической эффективности. Аккумулируя в себе активность людей, их устремления, декларируемые потребности и скрытые желания, культурные индустрии способны многократно усиливать эмоциональные переживания, вызывать массовые движения, влиять на идеологию, мораль, формировать неразделяемые ранее ценности. Это качество предопределяет актуализацию функции инструмента управления общественным сознанием и экономическим поведением граждан.

6. Культурные индустрии в крупных агломерациях и отдельных регионах Российской Федерации в зависимости от заинтересованности государственных и муниципальных органов управления, активности инвесторов и спонсоров, наличия на территории уникальных объектов культурного наследия, национальных традиций и других факторов, развиваются по разным сценариям. Различия между ними имеют экономический, природосообразный и ментальный характер, что выражается в пространственной локальной активности и приводит к невозможности осуществления адекватного сравнения по темпам развития.

Теоретическая значимость исследования заключается в комплексном изучении феномена культурных индустрий с позиции рассмотрения их как закономерного этапа развития культурного производства в условиях постиндустриального общества. Совокупность теоретических знаний в области культурологии может быть пополнена определением содержательного наполнения понятия «культурные индустрии», методикой рассмотрения его соотношения с другими родственными понятиями, определением его места, структуры, видовой классификации и иерархии функций. Выявлена роль продукции культурных индустрий как инструмента управления общественным сознанием и экономическим поведением.

Практическая значимость исследования состоит в том, что в его результаты могут быть полезны для понимания реальных задач, которые стоят перед производителями продукции культурных индустрий в регионах страны для реализации стратегических задач государственной культурной политики. Выводы и рекомендации могут быть использованы в учебно-методической деятельности, в процессе профессиональной и постпрофессиональной подготовки кадров в сфере культуры.

Личный вклад соискателя состоит:

- в теоретическом осмыслении места культурных индустрий в соотношении с другими родственными направлениями культурного и экономического производства;

- в определении характерных черт продуктов культурных индустрий и авторской их типологии, позволившей рассматривать этот феномен в широком и узком значениях;

- в обосновании новой инструментальной функции культурных индустрий – управления общественным сознанием и экономическим поведением граждан;

- в осмыслении отечественного опыта развития культурных индустрий в отдельных регионах Российской Федерации и установлении пространственной неравномерности их локализации;

- в формулировке предложений позитивного содержательного наполнения социокультурных практик в контексте стратегических задач государственной культурной политики.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Тема и содержание диссертации соответствуют специальности 5.10.1. Теория и история культуры, искусства, в рамках которой интегрированы различные аспекты направлений исследования согласно паспорту научной специальности: 14. Факторы развития культуры. Их иерархия и взаимоотношения; 32. Культура и общество. Социокультурная динамика; 44. Культурная политика общества, национальные и региональные аспекты культурной политики. Государственная и негосударственная культурная политика; 47. Организация культурной жизни. Условия, цели и средства. 100. Подходы к изучению массовой культуры.

Степень достоверности и апробация результатов исследования подтверждается применением базовых методологических принципов и комплекса научных методов, отвечающих поставленной цели и задачам, привлечением репрезентативных для раскрытия темы материалов: документов

стратегического планирования и отчетности федеральных и региональных органов исполнительной власти, уполномоченных сфере культурной политики, государственной и ведомственной статистики, обобщенных результатов социологических исследований, относящихся к исследуемым вопросам научных публикаций, которые позволили охарактеризовать социокультурные практики и определить приоритетные направлений развития культурных индустрий в современной России.

По теме исследования опубликованы 9 научных работ. Основные результаты диссертационного исследования изложены в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации – 5 статей; в других рецензируемых научных изданиях – 4 статьи.

Основные положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на заседании отдела комплексных проблем изучения культуры Южного филиала Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва, докладывались на научно-практических конференциях разных уровней, в том числе: VIII Международный научный форум «Культурное наследие как ресурс межнационального согласия» (Краснодар, 22–25 сентября 2022 г.), научно-практическая конференция аспирантов и молодых ученых «Науки о культуре и искусстве: перспективные исследования» (Москва, 23–24 января 2023 г.) всероссийская научно-практическая конференция «Культурное наследие Сибири: изучение, музеефикация, презентация» (Омск, 17–18 мая 2023 г.) и других.

Структура работы обусловлена целью и задачами исследования и состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованной литературы. Общий объем диссертации 205 страниц. Список литературы включает 361 наименование.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность выбранной темы исследования, анализируется степень научной разработанности проблемы, определяются объект, предмет, цель, задачи исследования, теоретико-методологические основы работы, формулируются положения, выносимые на защиту, степень научной новизны, излагаются теоретическая и практическая значимость исследования, приводятся сведения об апробации материалов диссертации и публикациях автора.

В первой главе диссертационного исследования **«Теоретико-методологические основы исследования культурных индустрий»**, состоящей из четырех параграфов, сделан исторический экскурс в исследования культурных индустрий, охарактеризованы дискуссии об объеме понятия, месте и соотношении этого термина с другими родственными направлениями деятельности, выявлены специфические черты продукта культурных индустрий и осуществлена процедура построения их многомерной классификации,

рассмотрена динамика функциональной предзаданности в контексте мировых тенденций.

В параграфе 1.1 **«Культурные индустрии как объект изучения: исторический экскурс»** охарактеризована предыстория возникновения этого феномена.

В доиндустриальную эпоху производство культурных ценностей было штучным и уникальным, а ареал их распространения был невелик. Но с ростом спроса их производство было поставлено на поток, становилось все более технологически насыщенным, приобретало цеховой характер. Произведенная продукция попадала на рынок, сформировав собственный специфический сегмент.

Термину «культурные индустрии» исследователи обязаны Теодору Адорно и Максу Хоркхаймеру, которые ввели его в научный лексикон в книге «Диалектика Просвещения. Философские фрагменты». Они применили этот термин в отрицательной коннотации, противопоставляя эту деятельность штучному и уникальному культурному опыту, каким производство шедевров искусства было ранее. Но, тем не менее, распространение продуктов культурных индустрий они рассматривали как закономерный этап общественного развития, обусловленный несколькими факторами. Важными факторами они считали, прежде всего, технический прогресс, с появившимися средствами передачи информации и заполнения досуга, такими, как телефон, радио, кино, а также то, что такое массовое производство в сфере культуры стало приносить немалую прибыль и этим заинтересовались промышленные и финансовые структуры. В результате производство культурной продукции перестало быть чистым искусством, а обрело черты выгодного бизнеса. Бизнес же основан на массовости и серийности производства товаров и услуг. По аналогии производители в сфере культуры под давлением инвесторов стали воспроизводить в больших масштабах стандартизированные образцы, которые имели неоднозначную ценность, но при этом им был обеспечен гарантированный спрос.

Последующая логика социального развития западного общества подтвердила правомерность выводов Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Подобное производство, аналогичное серийному промышленному производству, получило большое распространение. А вот смысловое наполнение термина «культурные индустрии» вышло из отрицательной коннотации, первоначально обретая нейтральный оттенок, и постепенно его содержание стало во многом совпадать с содержанием понятия массовой культуры, активные исследования которой пришлось на вторую половину XX в. А термин «культурные индустрии» временно ушел в тень.

История развития культурного производства до конца XX в. демонстрирует некий баланс, попытки выстроить шаткое равновесие в их функциональной предзаданности. Но в начале XXI в. эта тенденция несколько поменялась. Это связано с появлениями новых медиа, которые стали производить принципиально новый культурный контент на альтернативных носителях, что сразу повлияло на форму подачи и средства его доставки потребителям. Новизна и удобство пользования онлайн привлекла большие

массы, прежде всего, молодежную аудиторию, и это кардинально изменило приоритеты, вкусы и общественные предпочтения. Финансовые обороты в этих сферах стали расти высокими темпами. И таким образом при переходе от индустриального общества к постиндустриальному на фоне традиционных направлений культуры и искусства, которые также испытали некоторую технологическую трансформацию, вернулся термин «культурные индустрии», который теперь рассматривается в позитивном ключе.

В параграфе 1.2 **«Понятие «культурные индустрии» в современном культурологическом дискурсе»** анализируется его соотношение с другими родственными понятиями, используемыми в современной научной и официальной лексике.

Термин «культурные индустрии» по сей день вызывает разногласия. Наиболее сложно решается проблема соотношения терминов «культурные» и «креативные» индустрии, а также вопрос – как указанные термины инкорпорированы в структуру креативной экономики. Проанализировав разные точки зрения, в том числе позиции, представленные в официальных нормативных документах, в аналитических сборниках компании InterMedia, а также в исследовательских работах А. В. Вейнмейстер, Ю. В. Ивановой, Е. В. Зеленцовой, А. В. Боковой, Е. Н. Лиханиной и других авторов, установлены три варианта рассмотрения их соотношения с креативными индустриями: либо эти понятия являются синонимами, либо культурные индустрии включают в свой состав креативные и, наоборот, креативные включают культурные.

Считаем правомерной принципиально иную точку зрения, в которой взаимоотношения этих двух понятий в процессе развития обрели сложный рисунок, несводимый к знаку равенства или поглощения одного другим. Перед нами классический пример перекрещивающихся понятий, когда в состав культурных индустрий входит часть креативных и, наоборот, – в креативные индустрии включается наиболее технологизированная, ориентированная на массовый спрос и дающая большой экономический эффект продукция культурных индустрий.

Находясь в составе метасистемы креативной экономики, культурные индустрии, как и креативные, пересекаются в некоторых аспектах культурного производства с некоторыми другими сферами: досуговой экономикой, экономикой впечатлений, а также сегодня активно развивающейся сетевой экономикой.

В параграфе 1.3 **«Классификация культурных индустрий»** были обоснованы отличительные черты продукции именно культурных индустрий от других и предложена многомерная их схема классификации. Продукт культурных индустрий:

- не обладает витальной ценностью, скорее предназначен для реализации целей досуга, развлечения, поддержания высокого социального статуса, просвещения и образования, а также сохранения наследия в сфере культуры и искусства;

- производится высокотехнологичными, а иногда промышленными способами;

– хоть замысел и возникает в индивидуальном мышлении творца, его воплощение в культурный продукт требует командной работы, финансового обеспечения, привлечения профессионалов и технологий из смежных отраслей знаний и производства;

– его локацией выступают крупные агломерации;

– движущей силой в данном производстве выступают молодые и амбициозные личности, воплощающие свои мировоззренческие установки, культурный опыт и доминирующие в молодежной среде ценности;

– он ориентирован на аналогичную аудиторию, разделяющую эти ценности, и востребован ею;

– он обретает товарные свойства и формирует рынок со специфическими сегментами, некоторые из которых являются привлекательными для инвестиций со стороны финансовых и производственных структур.

Анализ степени интенсивности проявления этих отличительных черт у продуктов культурных индустрий позволяет разбить их на три группы. В первую группу с наибольшей интенсивностью их проявления вошли реклама, концертная деятельность и организация зрелищных мероприятий, киноиндустрия, производство компьютерных игр, музыкального и видео компьютерного контента, производство интерактивного программного обеспечения для досуга, примыкают к ним с некоторым отставанием дизайн-проектирование и мода. Это – виды деятельности, которые либо ранее никогда не существовали, как например, производство компьютерных игр и другого контента, либо претерпели масштабные революционные изменения в последние десятилетия, как реклама и организация зрелищных мероприятий.

Во вторую группу вошли традиционные социокультурные институты, издавна работающие в сфере культуры и искусства: телевидение, радиовещание, библиотечная, музейная, архивная, театральная деятельность, полиграфия и книгоиздание, образование в сфере культуры и искусства, культурный туризм и парки с аттракционами. Они реализуют важнейшую миссию просвещения, образования, сохранения исторической памяти и организации досуга граждан. При этом, претерпев некоторую модернизацию, они разрабатывают новые высокотехнологичные формы и методы подачи информации и самопрезентации в социуме, сохраняют коллективы профессионалов, традиции и контингент пользователей. Такие технологически насыщенные виды деятельности активно развиваются в музейной практике (компьютерные видеоэкскурсии, технологии «восстановленной реальности»), библиотечной и архивной сферах (электронные коллекции документов, электронные библиотеки), телевидение выносит свои программы в сетевое пространство и т.д. Но при этом с экономической точки зрения прибыль они не приносят или она невелика.

Направления деятельности третьей группы – литературное творчество, народные ремесла, архитектура, изобразительные искусства, антиквариат и реставрация. Они составляют основу, фундамент отрасли культуры и искусства, но при этом они могут позиционироваться в качестве культурных индустрий лишь условно в силу преимущественно индивидуального труда авторов-творцов, штучного, редкого, а иногда уникального ручного производства, высокой

затратности, а также неопределенной финансовой отдачи. В силу высокой социальной значимости большинство из них поддерживает государственный бюджет.

Таким образом, культурные индустрии выступают как сложное и многогранное образование, не подлежащее одномерной трактовке. Поэтому они могут классифицироваться по целому ряду оснований деления. Так, по признаку нацеленности на различные объекты и сферы в качестве таковых выступают объекты разной природы:

- материальные предметы, артефакты, архитектурные строения, парки, рекламные стенды, дизайн-проекты и т.д.;
- зрелищные мероприятия в реальном времени, концерты, театральные постановки, дефиле мод, выставки и т.д.;
- демонстрационные проекты в режиме онлайн (кинопоказы, теле- и радиопередачи, видеоконтент, в том числе рекламный, аудиокниги и т.д.);
- компьютерные игры, аттракционы, квесты и др.

В зависимости от производящих их субъектов выделяется сеть государственных и муниципальных учреждений культуры, коммерческие структуры, работающие на основе привлеченных извне инвестиций, государственно-частного партнерства, а также работают инициативные группы и отдельные персоны на принципах самоокупаемости.

С точки зрения насыщенности культурных индустрий элементами инновационных технологий их продукты можно разделить на две группы: высокотехнологичные, требующие в процессе эксплуатации серьезного технического обслуживания, к примеру кинопоказы, зрелищные мероприятия; и требующие на первом этапе разработки специальной компьютерной программы, освоив которую в дальнейшем ее эксплуатируют в рутинном варианте. В соответствии со второй моделью работают официальные сайты государственных и муниципальных учреждений культуры, онлайн-продажа билетов на мероприятия, видеоэкскурсии в музеях и туристических объектах, электронные коллекции и библиотеки.

По признаку наличия новизны и необходимости охраны интеллектуальной собственности выделяются оригинальные разработки, нуждающиеся в правовой защите, к примеру, компьютерные приложения, музыкальные клипы, книжные издания; а также продукты культурных индустрий, которые могут быть приобретены у владельцев на законных основаниях, работать на базе лицензии, по франшизе и т.д. Но есть также контрафактный контент и нужно признать, что его объем достаточно велик.

По степени инвестиционной привлекательности выделяются, во-первых, финансово емкие культурные индустрии. Они, с одной стороны, требуют значительных финансовых затрат, но с другой, их инвестиционная привлекательность может быть достаточно высока. Таковы, к примеру, кинопроизводство, мультимедиа производство, концертная деятельность и т.д. Во-вторых, есть культурные индустрии, достаточно затратные, но при этом финансовая отдача от их реализации может быть отсрочена во времени или вообще отсутствовать. К примеру, электронная оцифровка архивных документов и редких книг, создание электронных коллекций, музейных

электронных экспозиций. Инвестиционная привлекательность в указанных случаях весьма незначительна. В-третьих, есть разновидности культурного производства, весьма затратные, принципиально не предполагающие финансовую отдачу, но при этом призванные выполнять важные социальные задачи, например дни городов, юбилейные празднования и т.д.

В соответствии с инвестиционной привлекательностью складывается специфический рынок продукции культурных индустрий. Он может бурно развиваться, как, к примеру, в разработке компьютерных игровых программ, рекламы: высокий спрос, большой объем предложений предполагает большой объем инвестиций, а конкуренция в этой среде заставляет вести поиск все новых и новых выразительных средств. В отношении других продуктов культурных индустрий рынок не так динамичен, поскольку может быть отягчен немалыми рисками, как, к примеру, в кинопроизводстве: затраты очень велики, а успех не гарантирован. В производстве продукции с низкой инвестиционной привлекательностью говорить о развитом рынке вообще не приходится.

Продукция культурных индустрий различается по массовости интереса у населения, который дифференцируется в зависимости от ориентации на разные группы населения. Есть продукция, ориентированная на молодежные группы, к примеру, видеоконтент, игровые программы, выпуск художественной литературы по тематике, интересной молодежи. Есть продукты, ориентированные на другие возрастные группы – телепрограммы, кинопродукция, зрелищные, концертные мероприятия для детей, подростков, взрослых и пожилых людей. Продукция культурных индустрий также производится для более узких целевых групп, к примеру, для любителей произведений в стиле арт-хаус, экшен, фэнтези, анимэ и др.

По признаку используемых выразительных средств продукцию культурных индустрий можно подразделить на традиционную, опирающуюся на преемственность национальным традициям, классическим образцам, устоявшимся художественным приемам, и ту, создатели которых находятся в поиске новых выразительных средств, средств подачи материала, инновационных решений. С этой точки зрения можно констатировать, что этот такой поиск во многом обусловлен стремлением привлечь целевую аудиторию, что приведет к росту спроса и возможности найти источники дополнительного финансирования.

Для пользователей большое значение также имеет доступ к продукции культурных индустрий на условиях платности/бесплатности/частичной оплаты. Производители продукции культурных индустрий работают в разных условиях, с разными источниками финансирования. Инвесторы, вкладывающие средства в производство, предполагают в будущем получить прибыль. Коммерческие структуры, работающие на принципах самоокупаемости, должны, по крайней мере, окупить свои затраты. Государственное участие в решении проблемы оплаты населением доступа к продукции культурных индустрий базируется на степени их важности в реализации идеологических, воспитательных и образовательных задач, что приводит нас к проблеме функций культурных индустрий.

В параграфе 1.4 «**Функции культурных индустрий**» прослежена их динамика, выражающаяся в смещении выстроившейся ранее иерархической пирамиды.

Проблема определения функций культуры и культурного производства – одна из самых разработанных в отечественной культурологии. Этой тематике касались такие известные авторы, как Ю. Б. Борев, И. И. Горлова, М. С. Каган, Ю. А. Огородников, Ю. У. Фохт-Бабушкин, В. Я. Суртаев, Т. Н. Суминова и др. Производство культурных ценностей нацелено на реализацию большого числа важных функций: эстетического совершенства, исторической и культурной преемственности, сотворчества, ценностной ориентации, самоидентификации, психологической компенсации, социализации и инкультурации, образования и воспитания и др. Названные функции актуальны и для продукции культурных индустрий.

Но проблема функций вообще, и культурных индустрий, в частности, заключается в их крайней подвижности и нестабильности, зависимости от исторического момента, от доминирующих социальных тенденций и общественных настроений. В результате смены общественных тенденций одни из них, ранее господствующие, уходят на задний план, уступая место другим. Не подвергая сомнению правомерность вышеперечисленных функций, в диссертации сделан акцент на активизацию в современных условиях тех функций, которые находились на периферии иерархической пирамиды.

Во-первых, вхождение культурных индустрий в структуру креативной экономики предопределяет активизацию функции экономической эффективности: продукция культурных индустрий должна пользоваться спросом и быть продаваема. А во-вторых, продукция культурных индустрий, аккумулируя в себе активность людей, их устремления, декларируемые потребности и скрытые желания, способна многократно усиливать эмоциональные переживания у большой массы людей. Благодаря этому продукты творчества рассматриваются как инструмент, и с их помощью достигается управляемая и заранее спланированная эмоциональная реакция. Они могут вызывать ажиотажные волнения, массовые движения, влиять на идеологию, мораль, формировать неразделяемые ранее ценности. Эта возможность оказывать влияние, в том числе и на экономическое поведение населения, предопределяет актуализацию в настоящее время в отношении культурных индустрий функции инструмента управления общественным сознанием и экономическим поведением.

В западном мире роль экономической функции в развитии культурных индустрий всегда была весьма существенна. Их продукция была довольно прибыльна. Поэтому взрывной рост спроса на творческий контент вызвал интерес международных монополий, зачастую в своей основной деятельности не имеющих никакого отношения к культурному производству. Это банки, крупные холдинги, предприятия нефтегазового сектора, IT-компании и др. Они «увидели» для себя, для своих компаний в этом новые возможности. Радикальными методами, в числе которых фигурируют и поглощение производителей контента, и слияние с ними, и переманивание наиболее

перспективных творческих деятелей, в кратчайший отрезок времени они «подмяли» этот рынок под себя.

Эта мировая тенденция в сфере культурных индустрий хорошо проиллюстрирована статистическими данными, собранными аналитиками компании InterMedia. В исследованиях убедительно были показаны финансовые тренды в западных странах, ориентированные на монополизацию производства культурных индустрий. Не принося значительных доходов напрямую, продукция культурных индустрий создает мощные стимулы для реализации товаров и услуг своих компаний-владельцев. Перед производителями ставится некий перечень задач, связанных с поддержанием положительного имиджа компании-владельца, его продукции, услуг, консолидации аудитории и формирование из нее «идеального потребителя». А также в известной степени их влияние используется для достижения политических целей путем «продажи» голосов этого «идеального потребителя» во время предвыборных кампаний, в ситуациях принятия важных и спорных политических решений. Таковы мировые тренды в развитии культурных индустрий в настоящее время.

Во второй главе диссертационного исследования **«Специфика и перспективы развития культурных индустрий в России»**, состоящей из четырех параграфов, были выявлены особенности и современные ведущие тенденции в развитии российских культурных индустрий, проанализирована законодательная и нормативная база, регламентирующая и направляющая их деятельность в стратегическом плане, охарактеризована динамика социокультурных практик, направления их трансформации в современных реалиях и перспективы дальнейшего развития.

В параграфе 2.1 **«Современные тенденции развития российских культурных индустрий»** было установлено, что на путь постиндустриального развития в силу объективных исторических причин российское общество вступило позже западных стран с их развитой экономикой и рыночными отношениями. Это обстоятельство стало причиной некоторого отставания в развитии культурных индустрий, особенно в части экономической отдачи. Частично этому способствовал десятилетиями взращиваемый патернализм в российской культуре, когда она зависела исключительно от бюджетного финансирования, а все российские социокультурные институты были государственными.

Но при этом особенности становления и развития такого государства, как Россия, predeterminedены всем ходом ее исторического развития, многоукладностью экономики, многонациональностью и многоконфессиональностью, а также уникальным географическим положением на границе западного мира и стран Востока. В силу этих факторов перед Россией стоят качественно иные задачи.

Если в западных странах одной из важнейших функций культурных индустрий выступает экономическая, то в России она уступает первое место другим социально значимым функциям, выстраивая другую их иерархию. В силу обладания огромными территориями здесь как нигде в мире важны коммуникативные связи, развитие и выравнивание потенциалов в пространственной инфраструктуре, гармонизация социальных связей

населяющих государство народов, сохранение традиций и культурный обмен, основанный на взаимопомощи и взаимопонимании. Этими факторами обусловлена специфика развития культурных индустрий в условиях российских реалий.

Следует отметить, что в настоящее время российский культурный ландшафт сильно изменился. На государственном уровне изменилось отношение к культуре. Из затратной сферы, финансируемой по остаточному принципу, она признана не только элементом государственной политики, важным идеологическим инструментом, но и драйвером современной экономики. Этому способствовали принятые на государственном уровне стратегические документы: «Основы государственной культурной политики», «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года».

Внимание со стороны законодательных и исполнительных федеральных органов власти позволило выстроить по-новому организационную структуру российской системы культурных индустрий. Ее фундаментом по-прежнему выступают традиционные социокультурные институты – государственные и муниципальные учреждения культуры. Их главная задача заключается в сохранении и трансляции последующим поколениям академической и традиционной видов культуры. Они получили возможность использовать различные формы государственной поддержки. При этом «государство рассматривается как инвестор, для которого важна эффективность и результативность инвестированных средств; как меценат, финансирующий ценностно-значимые проекты без ожидания прибыли от них; как соинвестор в рамках государственно-частного партнерства, как инвестор, делегирующий часть своих полномочий общественным институтам в виде субсидии некоммерческим организациям на реализацию творческих проектов».

Поэтому в настоящее время в процесс производства творческого продукта культурных индустрий кроме финансируемых из бюджетов разных уровней учреждений культуры подключились и другие субъекты. Это, прежде всего, коммерческие структуры, общественные организации и фонды, получающие субсидии, налоговые льготы и другие преференции от государства в ответ на существенный вклад в развитие культурных индустрий, реализующие в коммерческой или в форме субсидиарной и грантовой поддержки разнообразные формы массового досуга. Их деятельность в области культурных индустрий стала предметом многочисленных исследований.

В параграфе 2.2 **«Опыт исследования культурных индустрий в Российской Федерации»** проанализированы результаты мониторинга динамики культурных индустрий. Этим профессионально и систематически занимаются российские социологические агентства, аналитические холдинги, творческие исследовательские группы. Наибольший интерес среди них в контексте темы диссертационного исследования вызывают исследования компании InterMedia, которая по заказу Министерства культуры Российской Федерации выпускает доклады и аналитические сборники: «Культура и

культурные индустрии в РФ 2016–2018. Результаты комплексного исследования», «Культура и культурные индустрии в РФ. Аналитика 2018–2020», «Сфера культуры и культурные индустрии в РФ – 2021». В них представлен экскурс в историю развития сферы культуры в России, проанализировано законодательство, терминология, проведен сравнительный анализ современных подходов к сфере культуры в различных странах мира, показаны перспективы развития информационных технологий в сфере культуры и т.д.

Основной частью сборников уже традиционно выступает статистика и мониторинг финансовых показателей российских культурных индустрий. По мнению аналитиков InterMedia, число компаний, работающих в этом направлении, сегодня насчитывает более 2 тысяч. Представлена таблица «Крупнейшие компании, работающие в культурных индустриях России». Среди них – многопрофильные холдинги, в т.ч. IT-компании и финансовые организации; организации теле- и радиовещания; образовательные учреждения; площадки и организаторы зрелищных мероприятий; продюсерские компании из сферы музыки и кино; дистрибьюторы контента; демонстраторы; издательства; книготорговые сети; музеи; дома и дворцы культуры и др.

Сделаны выводы о неоднозначных темпах развития культурных индустрий. Если в первом сборнике констатировался рост оборотов в сфере российских культурных индустрий, то в связи с локдауном общие обороты культурных индустрий в России в 2020 г. упали на 11% (с 3,39 до 3 трлн руб.) по сравнению с 2019 г. Практически все сферы культурных индустрий, которые работали с населением реально, продемонстрировали экономический спад. Но одновременно те секторы, которые функционировали в сетевой форме, наоборот, показали значительную прибыль. В связи с этим аналитики констатировали, что обороты онлайн-сегментов, прежде всего легальных аудио- и видео-сервисов, выросли более чем вдвое.

Аналитики InterMedia в настоящее время продолжают отслеживать ситуацию в стране и в мире. По их данным в 2023 г. число организаторов зрелищных мероприятий в России будет составлять 3 тыс., из них 1123 будут организациями, финансируемыми из бюджетов всех уровней. Число площадок для зрелищных мероприятий достигнет 4200, из них бюджетное финансирование получают 2653. Эти статистические данные предназначены в первую очередь органам государственного и муниципального управления в сфере культуры для определения объема необходимых трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Но при этом культурные индустрии в данных работах рассматриваются исключительно в контексте креативной экономики, как ее структурный элемент, не учитывая содержательную сторону их деятельности, качество подготовки культурной продукции, ее роль в реализации государственной культурной политики.

В параграфе 2.3 «**Отечественные культурные индустрии: типы социокультурных практик**» рассмотрена роль культурных индустрий как инструмента государственной культурной политики, приведены примеры социокультурных практик регионов Российской Федерации.

В 2004 г. был создан Координационный совет по развитию творческих индустрий в России. Его основными задачами стало координирование существующих программ, совместное планирование деятельности и продвижение продукции культурных индустрий среди разнообразных групп влияния на всех уровнях. Поскольку это направление было для россиян новым, были выбраны площадки для проведения эксперимента. В ряде регионов были разработаны специальные программы, нацеленные на модернизацию социокультурной сферы.

Одной из первых экспериментальных площадок стал город Пермь, в котором была предпринята попытка с помощью ряда взаимосвязанных культурных проектов реализовать целостную концепцию развития и преобразования локальной территории в новой социально-экономической реальности. Пермский эксперимент широко освещался в культурологических исследованиях и его результаты до сих пор обсуждаются. Попытка его внедрения в жизнь высветила проблему преобразования городской среды в рамках региональной культурной политики и показала проблемные места в ее социокультурном проектировании. Тем не менее, меры, направленные на его реализацию, дали толчок развитию ряда направлений по развитию и поддержке социокультурных инициатив региона, позволили эстетически преобразовать промышленный город-миллионник.

Этот опыт был учтен при разработке ряда аналогичных программ в других регионах страны. В частности, в «Концепции развития креативных индустрий в Новосибирской области», в которой большое значение уделялось формированию креативных кластеров, созданию арт-резиденций, а также ревитализации заброшенных предприятий и промзон.

В рамках программы «Ульяновск – культурная столица содружества стран СНГ» были созданы креативный кластер «Квартал» и инвестиционный проектный «Фонд креативных технологий «Ульяновск – культурная столица». Целью создания такого кластера стала разработка модели комплексного механизма поддержки и развития культурных индустрий, но в сфере культурно-событийного туризма, включая содействие развитию социокультурной идентичности и брендинга региона, модернизации музеев в рамках ревитализации архитектурных пространств околмузейных территорий, рекламы, дизайна и т.д. В специальной литературе подробно описывается также опыт развития культурных индустрий в Якутске, Омске, Нижнем Новгороде, Владимире и др.

Проведенное исследование в крупных агломерациях и отдельных регионах Российской Федерации показало некоторую неравномерность их локализации, а также различия, которые носят экономический, природосообразный и ментальный характер, выражающиеся в пространственной локальной активности. Это приводит к невозможности осуществления адекватного сравнения по темпам развития.

В параграфе 2.4 **«Проблемы и перспективы развития культурных индустрий в контексте государственной культурной политики»** были выявлены наиболее острые проблемы в развитии российских культурных индустрий. Разработан перечень приоритетных направлений в развитии

культурных индустрий для решения задач, определенных в государственных стратегических документах.

В развитии российских культурных индустрий наблюдается целый ряд проблем, обусловленных объективными и субъективными факторами. В частности, они связаны с недавно появившимися компьютеризированными и сетевыми направлениями, с вовлечением в эту сферу плеяды молодых создателей творческого продукта, принадлежащих новому поколению. Новые формы подачи в большей мере технологизированы, они создаются преимущественно молодыми людьми с соответствующими установками, приоритетами, акцентами.

На развитие российских культурных индустрий в значительной мере повлиял локдаун 2020 года. Социальные потрясения в истории человечества всегда приводили к неоднозначным результатам, своеобразный получился он и по завершению пандемии. Пребывание несколько месяцев в замкнутом пространстве оказалось нелегким испытанием для человеческой психики. Важную роль в адаптации к сложившейся ситуации сыграли телекоммуникационные сети, продемонстрировав некоторое «окно возможностей» запертым в изоляции людям. Продукция культурных индустрий пришла в каждый дом, появились новые сервисы доставки контента на индивидуальные устройства, новые программные продукты, онлайн-кинотеатры и т.д. Рынок этой продукции одновременно приобрел большое число пользователей, а соответственно, и большую привлекательность для инвесторов. А это, в свою очередь, спровоцировало проблемы иного рода.

Не может не тревожить продолжающаяся тенденция монополизации производства культурной продукции. В изданиях компании InterMedia убедительно были показаны финансовые тренды в западных странах, ориентированные на монополизацию производства культурных индустрий. Были сделаны выводы о том, что самостоятельных, неподвластных крупным финансовым и производственным холдингам, компаний, производящих культурную продукцию, уже не осталось¹. Среди крупных компаний, работающих в сфере культурных индустрий и включивших в свой состав группы и объединения, создающие творческий контент, были отмечены также и российские. Это такие, как Сбербанк России (24 место по уровню капитализации), ВТБ (33 место), Газпромбанк (37 место), Татнефть (45 место), Ростелеком (50 место), МТС (53 место) и ряд других.

Эта тенденция, хоть и помогает в финансировании, но при этом довольно негативно влияет на творческую составляющую культурного производства, сковывает инициативу авторов, ограничивает их поиски нестандартных художественных решений, заставляет ориентироваться на невзыскательный вкус и массовые ожидания.

Эти проблемы обозначили ряд приоритетных направлений в развитии культурных индустрий, необходимых для достижения целей, заявленных в государственных документах стратегического планирования. Задачи культурного развития предопределены всем ходом исторического развития

¹ Сфера культуры и культурные индустрии в РФ: аналитика 2016–2018: результаты комплексного исследования / [Гл. ред. Е. А. Сафонов]. М., 2019. 42 с.

России, многоукладностью ее экономики, многонациональностью и многоконфессиональностью, а также уникальным географическим положением на границе западного мира и стран Востока. В силу обладания огромными территориями здесь как нигде в мире важны коммуникативные связи, развитие и выравнивание потенциалов в пространственной инфраструктуре, гармонизация социальных связей населяющих государство народов, сохранение традиций и культурный обмен, основанный на взаимопомощи и взаимопонимании.

Для решения поставленных задач необходимы программы, конкретно ориентированные на целевые группы производителей и потребителей продукции культурных индустрий. Для производителей, которые создают культурную продукцию на коммерческой основе, без какой-либо поддержки со стороны государства, должны быть сформулированы четкие правила: законодательные, налоговые и содержательные. А также должны быть сформулированы критерии качества с определением границ дозволенного, выработанные авторитетным экспертным сообществом на основе консолидированного общественного мнения.

Для государственных учреждений и структур с государственной поддержкой ориентиром служат вышеуказанные нормативно-правовые акты в сфере культуры и культурной политики. Но для успешной реализации необходимо создать новые организационные условия. Так, для государственных и муниципальных учреждений культуры было бы целесообразно закрепить право на создание малых инновационных предприятий по аналогии с механизмом создания таких предприятий в сферах образования и науки. Это позволит усилить роль существующих учреждений культуры для развития новой творческой (креативной) предпринимательской деятельности, не подменяя ее, а также снизить нагрузку на бюджетную систему.

Необходимо формирование системы информационного обеспечения, включающей в том числе возможность коммерческого и некоммерческого использования элементов историко-культурного, нематериального наследия. Имеется в виду система информационного обеспечения, формируемая за счет создания цифровых копий широкого круга архивных, музейных коллекций, объектов нематериального наследия. Это будет способствовать повышению уровня культурной связности территорий посредством воссоздания в исторических поселениях памятников истории и культуры, исторически ценных градоформирующих объектов, развитию сети историко-культурных заповедников и обеспечению роста циркуляции туристов. В отдаленной перспективе будет способствовать сохранению исторического, культурного наследия, традиционных рецептов, возрождению и развитию народных художественных промыслов, их воспроизводству в современных товарах и услугах. В отношении этого положения был обоснован принцип «преимущества и инноваций», который подразумевает опору на этнокультурные, исторические особенности и традиции, включая гарантии прав коренных малочисленных народов, в том числе при создании и масштабировании современных товаров и услуг.

Для коммерческих структур, фирм, команд энтузиастов, реализующих свои проекты в городах, остро стоит проблема территориального размещения. В этом плане важно содействие городских властей в вопросах вывода крупных устаревших промышленных предприятий, находящихся в историческом фонде, из центральных частей городов, и перевода освободившихся объектов в статус креативных кластеров как определенного типа (кино, анимация, архитектура, дизайн и т.д.), так и кросс-дисциплинарных. А также содействие в решении проблемы оснащения таких объектов современным, в том числе высокотехнологичным, оборудованием (съемочных и (или) выставочных павильонов, звукозаписывающих студий, дата-центров, помещений для деловой коммуникации и образования), получающих статус центров коллективного пользования.

Необходимо вести профессиональную подготовку кадров. С этой целью необходимо расширение перечня таких образовательных программ и увеличение контрольных цифр приема на обучение по профессиям, специальностям, направлениям подготовки и научным специальностям в сфере культурных индустрий за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Следует модернизировать программы дисциплин, упростить процедуры внедрения в учебные программы практикоориентированных курсов по созданию и/или продюсированию творческих продуктов, по осуществлению предпринимательской деятельности в сфере культуры. А также обновить техническое оснащение образовательных учреждений, осуществлять переобучение педагогов, привлекать к учебному процессу практиков, работающих на передовых участках культурного производства.

Государственным структурам в сфере управления культурными процессами необходимо, учитывая современные тренды, противопоставить новые смыслы, образы, привлекательные для отдельных потребителей сюжеты, сформировать новую когорту авторов, творческих деятелей с позитивной повесткой и грамотно выстроить траекторию развития культурных индустрий, чтобы не подорвать к ним доверие молодежных групп, которые и выступают сегодня основными потребителями контента.

В **Заключении** подводятся итоги, формулируются выводы и отмечаются перспективы дальнейшего исследования.

Основные положения и выводы исследования представлены в следующих публикациях автора, в том числе:

в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки высшего образования Российской Федерации:

1. Коренной, А. С. Формирование и развитие инновационных социокультурных практик в современном российском обществе / А. С. Коренной // Культурное наследие России. – 2023. – № 1. – С. 58–65. – DOI: 10.34685/НИ.2023.40.1.014. (0,71 п. л.).

2. Коренной, А. С. Функции культурных индустрий в трансформации российской культуры / И. И. Горлова, А. С. Коренной // Вестник Кемеровского

государственного университета культуры и искусств. – 2023. – № 62. – С. 19–28. – DOI: 10.31773/2078-1768-2023-62-19-28. (0,89 п. л., авторство не разделено).

3. Коренной, А. С. Государственно-частное партнерство в сфере охраны культурного наследия: восточно-европейский опыт и возможности его применения в России / А. С. Коренной // Наследие веков. – 2022. – № 2. – С. 57–67. – DOI: 10.36343/SB.2022.30.2.004. (1,14 п. л.).

4. Коренной, А. С. Государственная культурная политика и коммодификация современной культуры / А. С. Коренной // Культура и цивилизация. – 2022. – Т. 12. – № 3–1. – С. 57–63. – DOI: 10.34670/AR.2022.71.20.006. (0,55 п. л.).

5. Коренной, А. С. Роль коммодификации в культурных индустриях / А. С. Коренной // Культура и цивилизация. – 2022. – Т. 12. – № 5–1. – С. 32–39. – DOI: 10.34670/AR.2022.25.50.002. (0,62 п. л.).

в других научных изданиях:

6. Коренной, А. С. Культурные индустрии в современной России: поиск специфики / А. С. Коренной // Культурное наследие Северного Кавказа как ресурс межнационального согласия: программа и тез. докл. участ. IX междунар. науч. форума (Краснодар, 21–24 сентября 2023 г.). – М.: Институт Наследия, 2023. – С. 134. – DOI: 10.34685/NI.2023.41.85.006. (0,1 п. л.).

7. Коренной, А. С. Культурные индустрии в современной России: тенденции и перспективы развития / А. С. Коренной // Культурное наследие Сибири: изучение, музеефикация, презентация (к 30-летию Сибирского филиала Института Наследия): матер. всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 17–18 мая 2023 г.). – М.: Институт Наследия, 2023. – С. 79–80. – DOI: 10.34685/NI.2023.72.49.003. (0,20 п. л.).

8. Коренной, А. С. Коммодификация культуры: к постановке проблемы / Н. Б. Акоева, А. С. Коренной // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Познание. – 2022. – № 6. – С. 5–8. – DOI: 10.37882/2500-3682.2022.06.01. (0,44 п. л., авторство не разделено).

9. Коренной, А. С. Культурные индустрии как форма коммодификации социокультурной сферы / А. С. Коренной // Культурное наследие Северного Кавказа как ресурс межнационального согласия: программа и тез. докл. участ. VIII междунар. науч. форума (Краснодар, 22–25 сентября 2022 г.). – М.: Институт Наследия, 2022. – С. 118. – DOI: 10.34685/NI.2022.78.26.001. (0,1 п. л.).

Общий объем публикаций автора по теме диссертационного исследования – 4,75 п.л.