

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

УДК 378.147.31

<http://doi.org/10.2441/2310-1679-2023-451-92-98>

Елена Викторовна АВЕРИНА,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики,
директор центра компетенций и карьеры,
Московский государственный институт культуры
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: aaverinaevaa@gmail.com

Валентина Степановна САДОВСКАЯ,

доктор педагогических наук, профессор,
Заслуженный работник культуры РФ,
декан факультета дополнительного образования,
Московский государственный институт культуры
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: shupik49@mail.ru

Аннотация: В статье обосновывается использование термина «креативные индустрии» в современном научном поле. Даётся характеристика разных позиций по отношению к креативным индустриям. При этом учитываются документы, разработанные на государственном уровне. Рассматривается степень практического применения данного термина в образовательном пространстве России: начиная с общеобразовательных школ до высших учебных заведений. Обобщается современный опыт в развитии профессиональной подготовки специалистов в сфере культуры. Особо отмечается работа Московского государственного института культуры в этом направлении и опыте проведения федерального проекта олимпиады студентов по базовому направлению «креативные индустрии». Авторы статьи выделили критерии оценки новизны в разработке оригинальных проектов в сфере культуры.

Ключевые слова: креативные индустрии, сфера культуры, профессиональная подготовка, критерии оценки новизны, культурные практики.

Для цитирования: Аверина Е. В., Садовская В. С. Креативные индустрии и профессиональная подготовка специалистов сферы культуры // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2023. №4 (51). С. 92–98. <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2023-451-92-98>

CREATIVE INDUSTRIES AND PROFESSIONAL TRAINING OF CULTURAL SPECIALISTS

Elena V. Averina,

CSc in Pedagogy, Associate Professor at the Department of
Journalism, Director of the Competence and Career Center,

Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: aaverinaeva@gmail.com

Valentina S. Sadovskaya,
DSc in Pedagogy; Professor; Honored Worker of Culture of the
Russian Federation, Dean of the Faculty of Further Education,
Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow region, Russian Federation,
e-mail: shupik49@mail.ru

Abstract: The article substantiates the use of the term “creative industries” in the modern scientific field. Characteristics of different positions in relation to the creative industries are given. In this case, documents developed at the state level are taken into account. The degree of practical application of this term in the educational space of Russia is considered: from secondary schools to higher educational institutions. Modern experience in the development of professional training of specialists in the field of culture is summarized. The work of the Moscow State Institute of Culture in this direction and the experience of conducting a federal project of the student Olympiad in the basic direction of “creative industries” are especially noted. The authors of the article identified criteria for assessing novelty in the development of original projects in the field of culture.

Keywords: creative industries, cultural sphere, professional training, criteria for assessing novelty, cultural practices.

For citation: Averina E. V., Sadovskaya V. S. Creative industries and professional training of cultural specialists. *Culture and Education: Scientific and Informational Journal of Universities of Culture and Arts.* 2023, no. 4 (51), pp. 92–98. (In Russ.). <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2023-451-92-98>

Процессы глобализации, захватившие весь мир на рубеже XX и XXI веков, оказались на общественной жизни всех стран, включая Россию. Результатом этих процессов, прежде всего, стали изменения структуры экономики, в частности появление в ней нового сектора, который стал играть все более заметную роль. Речь идет о (творческих) или креативных индустриях. Ежегодно этот сектор экономики в мире увеличивается в среднем на 8 процентов. В разных странах данный сектор экономики называют по-разному. В Австралии, Великобритании, Китае используют термин «креативные индустрии». В Германии, Испании, Италии, более употребим термин «культурные индустрии». Во Франции прижился термин «культурный сектор», в Дании используется термин «экономика впечатлений», в США и Канаде в ходу термин «индустрия авторского права». Независимо от того, в какой стране как называют этот сектор экономики, к нему относят более 30 отраслей деятельности, где уровень интеллектуального и творческого труда составляет не менее 50 процентов [5].

В России впервые официально англоязычный вариант смысла термина «креативные индустрии» появился в документе «Основы государственной культурной политики», утвержденном Указом Президента РФ в 2014 г. В данном документе к таким индустриям отнесены: промышленный дизайн, индустрия моды, музыкальная индустрия, индустрия кино, телевидение,

производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и СМИ.

По определению ЮНЕСКО «кreatивные индустрии – это отрасли экономики, которые сочетают в себе создание, производство, коммерциализацию творческого/кreatивного/ содержания нематериального и культурного характеров. Согласно определению, представленному в Кембриджском словаре, «кreatивные индустрии» – отрасль, основой которой является работа, где важна оригинальность идеи, в таких областях как сфера искусства, средства массовой информации, разработка компьютерных программ и т. д. [7].

В современном отечественном дискурсе можно отметить разные позиции. Так, Е. В. Зеленцова рассматривает креативные индустрии как «синтетическое явление, тесно связавшее культуру, экономику и социальную политику, она выделяет три типа активности, во многом противоречащие друг другу: свободный поиск художников, ориентированный на такие ценности, как духовность, самовыражение, красота и т. д.; прагматическая инициатива бизнеса, ориентированная на ценности личной и корпоративной выгоды, государственное и региональное управление, ориентированное на ценности укрепления и развития нации, страны, территории» [2]. Абанкина Т. В. считает, что «креативные индустрии являются одним из факторов устойчивого развития и способствуют переходу к инновационной экономике» [1].

Председатель Комитета по интеллектуальной собственности и креативным индустриям Российского союза промышленников и предпринимателей А. Кричевский. отмечает: «креативные индустрии – это огромная творческая сила, которая в развитых странах считается фундаментом и драйвером экономики. Сила, обеспечивающая производство идей, смыслов, образов и образцов для подражания – самый востребованный продукт информационного общества [8].

Как видно, авторы в целом использует определение креативных индустрий, которое дано в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержкой в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р: «творческие (креативные) индустрии» – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества» [9]. В последние годы возрос интерес к конкретным практикам креативных индустрий. О них говорят на деловых мероприятиях: Всемирный экономический форум, Петербургский экономический форум, проводятся масштабные фестивали и форумы («Таврида.АРТ», Russian Creative Week)..

Периодически проблемы развития креативных индустрий обсуждаются на различных научных форумах, коучингах и семинарах.

В России уже сложился достаточно широкий круг экспертов – исследователей, консультантов, которые проделали определенную научно исследовательскую, аналитическую работу по обобщению, накопленного опыта в сфере креативных индустрий.

Информационное агентство InterMedia впервые в России начало систематический мониторинг и изучение основных показателей сферы креативных индустрий. Детальному анализу этих процессов посвящен очередной выпуск комплексного трехтомного интерактивного исследования «Сфера культуры и культурные индустрии в РФ — 2021» [6]. При поддержке Президентского Фонда культурных инициатив в России был издан Справочник «Творческие (креативные) индустрии». Это наиболее полное издание, в котором собрана обширная информация по наличию и функционированию креативных индустрий не только в России, но и за рубежом и «Атлас креативных индустрий Российской Федерации» [4].

Таким образом креативные индустрии – это сложная и многоуровневая тема, относящаяся прежде всего к творческому кластеру экономики, поскольку осуществляется коммерциализация продукта интеллектуального и творческого труда. В то же время данную область нельзя пока назвать достаточно исследованной и проработанной в плане подготовки специалистов для этой области. Нас эта тема интересует в той ее части, где речь идет о подготовке и переподготовке специалистов для данных отраслей деятельности. Что здесь конкретно важно? Здесь необходимо отметить, что в условиях глобальной конкуренции, инвестиций в человеческий капитал, появляются новые виды бизнеса, находящегося на стыке творчества и предпринимательства, и российская молодежь предпочитает осваивать профессии из данной номенклатуры. По данным Минобрнауки РФ, в 2022 году на эти направления пришла третья заявление от абитуриентов.

Сегодня перед национальной системой образования стоит вопрос о выстраивании ее с учетом новых задач экономики, усиления инновационного потенциала, перехода к расширению несырьевого экспорта, обеспечения условий для достойного творческого труда, поддержки талантов данной деятельности. Между тем, организационная работа в отмеченной сфере уже активно ведется.

Широко известен московский образовательный проект «Креативная вертикаль», реализуемый Департаментом образования и науки г. Москвы. Проект создан для решения практико-ориентированных задач обучения школьников и их самореализации в различных сферах культуры, искусства, информационных технологий. Основная цель проекта: мотивация обучающихся к освоению профессий в области креативных индустрий. По сути проект взял на себя функции профориентационной работы и профориентационного образования среди московских школьников.

Действенным является флагманский проект президентской платформы «Россия – страна возможностей» – Всероссийская олимпиада студентов «Я-профессионал», являющаяся масштабным образовательным состязанием нового формата для студентов разных направлений подготовки. Здесь задания для участников составляют эксперты из ведущих российских вузов и крупнейших компаний страны.

Для сильнейших участников – медалистов (золотой, серебренный, бронзовый) предусмотрены денежное вознаграждения. Размер премии зависит от медали и категории участия: «Бакалавриат» или «Магистратура/специалитет» от 200 до 300 тыс. рублей; от 150 до 200 тыс. рублей от 100 до 150 тыс. рублей). Олимпиаду можно назвать студенческим интеллектуальным бизнесом.

Олимпиада «Я-профессионал» дает возможность студентам с высоким потенциалом получать наставников, стажировки, направления в аспирантуру или ординатуру в зависимости от специальности. Студенты понимают, что есть возможность сделать следующий шаг – реализовать свой талант и потенциал личностного роста, ведь она выявляет талантливых и активных молодых людей, объединяет самых талантливых ребят по всей России и предоставляет им уникальные профессиональные и карьерные возможности.

Каждый год организаторы, Ассоциация «Я-профессионал» обновляют список направлений. В 2022/2023 учебном году олимпиада представила 73 направления, среди которых появилось направление «Креативные индустрии». В седьмом сезоне 2023/2024 году Олимпиаду реализуют 35 вузов, в том числе Московский государственный институт культуры, который отвечает за направление «Креативные индустрии» третий год.

Стратегической целью Московского государственного института культуры является подготовка специалистов сферы культуры и креативных индустрий для субъектов Российской Федерации. Креативные индустрии становятся ключевым ресурсом региональной экономики, своеобразным капиталом в развитии локальных территорий.

В рамках образовательных программ, разработанных совместно с ведущими экспертами, партнёрами работодателями из сферы креативных индустрий, в вузе оказывается не только содействие формированию системы знаний о современных креативных индустриях как о творческом интеллектуальном бизнесе, но и стимулируется развитие надпрофессиональных навыков необходимых для креативной экономики, таких как: лидерство, генерация новых знаний, проектное мышление, креативное воображение. Особое внимание уделяется развитию предпринимательских компетенций.

По результатам исследований современного рынка труда, проведенными консалтинговыми агентствами и компаниями в сфере подбора персонала во всем мире креативные индустрии растут в среднем в 3–5 пять раз бы-

стреe, чем экономика в целом. Динамика рынка труда в Москве показывает, что запрос на вакансии с ноября 2022 по ноябрь 2023 года в сфере искусства, развлечений, масс-медиа увеличился более чем на 120%. Эксперты Агентства стратегических инициатив профессиями-лидерами в отрасли «Культура и искусство» называют: арт-технолог; арт-менеджер, дизайнер рекламы, дизайнер виртуальных миров, бренд-менеджер пространств, копирайтер, куратор креативного проекта. Вузы культуры и искусств, готовящие специалистов для индустрии досуга, сферы культуры и искусства имеют непосредственное отношение к перспективам развития креативных индустрий. Без всякого преувеличения можно сказать, что для вузов культуры и искусств настал «звездный час».

Говоря о культурных инновационных практиках, мы вспоминаем выражение, о том, что новое- это хорошо забытое старое. Здесь уместно поднять вопрос об уровнях новизны того или иного проекта. Если использовать основы технического творчества, то там существует три уровня: первый уровень -рационализаторство, когда известное адаптируют к новым условиям; второй уровень – изобретательство, когда автор получает патент на изобретение. И, наконец, третий уровень – открытие, когда изобретение открывает принципиально новое направление в науке и технике. Если пользоваться критериями определения новизны, используемыми в техническом творчестве, то первым уровнем будет перенесение известного социокультурного проекта в новые условия. Так известный телевизионный проект «Поле чудес» многие клубные учреждения стали проводить на своих площадках. В силу обстоятельств они вносили свои изменения, поэтому повторить один к одному этот телевизионный проект не получалось. Эти изменения часто касаются содержания, организационно-методических условий (призовые награды, правила или условия шоу, наличие целевой аудитории и др.). В тех случаях, когда изменения охватывают и содержание, и организационно-методические условия, и целевую аудиторию, можно говорить о создании принципиально новой модели. «Бессмертный полк», например, является таким ярким примером. В основе «Бессмертного полка» лежит известная акция, которую мы называем демонстрация в честь всенародного праздника «День Победы».

Вернемся к проекту Департамента образования и науки города Москвы «Креативная вертикаль». В конце XX века школы России могли выбирать учебные планы, по которым обучались школьники. Среди этих учебных планов был пятый вариант учебного плана с эстетическим уклоном. В этот план входило обучение школьников театральному, хореографическому, хоровому искусству. Именно в эти годы получил распространение проект «Школа-вуз», когда выпускники школ по прямым договорам с вузами поступали в высшие учебные заведения. Нынешний проект в определенной степени попытка возобновить опыт, ставший уже историей.

Таким образом продвижение вперед в профессиональной подготовке специалистов для сферы креативных индустрий должно учитывать традиционную подготовку и строится на принципах:

- перенесение известного в новые условия (Цифровые технологии в социально культурной сфере);
- внесение элементов новизны в содержание, учебно-методические условия, психолого-педагогические технологии;
- создание принципиально новой образовательной программы (Цифровая трансформация деятельности учреждений культуры).

Креативные индустрии предполагают и креативный подход к процессу профессиональной подготовки специалистов для сферы культуры. Предугадать все творческие решения на этом пути невозможно. Но одно очевидно, что образовательные учреждения должны стать инкубатором специалистов по реализации креативных идей в сфере культуры.

Список литературы

1. Абанкина Т. В. Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 2 (54). С. 221–228.
2. Гладких Н., Зеленцова Е Творческие (креативные) индустрии. Справочник. Москва, 2022. 221 с.
3. Гладких Н., Зеленцова Е. Творческие индустрии: теории и практики. Москва: Т8, Издательские технологии, 2021. 210 с.
4. Журавлёва Т., Токарев И., Гай О. Атлас креативных индустрий Российской Федерации. Москва: Агентство стратегических инициатив, 2021. 558 с.
5. Зеленцова Е. В. Творческие (креативные) индустрии. Справочник Составитель. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1692791431&tld=ru&lang=ru&name=Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii
6. Исследование InterMedia «Сфера культуры и культурные индустрии в РФ 2021». URL: <https://www.intermedia.ru/news/362435>
7. Креативные индустрии URL: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/creative-industries>
8. Понятия «креативные индустрии» и «творческое предпринимательство» закрепят в законе URL: <https://portal-kultura.ru/articles/news/333367-ponyatiya-kreativnye-industrii-i-tvorcheskoe-predprinimatelstvo-zakrepyat-v-zakone/>
9. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/>