



# КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ В КОНТЕКСТЕ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ

УДК 338.46:316.42

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2025-2124-69-78>

**Т. Н. Сумина**

Московский государственный институт культуры  
Химки, Московская область, Российская Федерация,  
e-mail: [tsuminova@yandex.ru](mailto:tsuminova@yandex.ru)

*Аннотация.* В статье впервые представлен комплексный анализ креативных индустрий через призму актуальных вызовов современности. Автор трактует «современность» как многогранный философский концепт, находящий отражение в таких типах социума, как общество риска, общество достижения, общество индивидуумов и общество информационной эпохи. Это позволяет глубже осмыслить социально-культурные условия функционирования одного из сегментов «оранжевой» экономики. Детально исследуются актуальные вызовы: экологические, экономические, политические, глобализационные, социально-экономические, культурно-ценностные (включая запрос на осознанное потребление в условиях информационного шума) и технологические. Показано их влияние как на человека, так и на креативные индустрии – малый и средний бизнес в сфере искусств и культуры. В ответ на эти вызовы предлагаются стратегические ориентиры: междисциплинарный подход, гибкость организационных моделей, сохранение глокальной идентичности, адаптация к цифровой экономике, баланс между коммерцией и социальной ответственностью. Креативные индустрии позиционируются как «сердце» новой экономики – пространства творческой свободы, ориентированного не столько на прибыль, сколько на общественное благо. Раскрыт их культурно-творческий потенциал: создание новых культурных форм, развитие социального диалога, поддержка идентичностей, формирование инновационных образовательных практик и правовых механизмов. Подчеркивается роль креативных индустрий в производстве и распространении культурных смыслов, мобилизации творческих ресурсов, стимулировании инноваций, формировании идентичности и сообществ, синтезе культуры, экономики и технологий, реализации государственной политики, связанной с сохранением и укреплением традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

*Ключевые слова:* креативные индустрии, современность, вызовы времени, «оранжевая» экономика, цифровая эпоха, культурно-творческий потенциал, государственная культурная политика, культурные смыслы и ценности, мягкая сила, культурная идентичность, социальное воздействие.

*Для цитирования:* Сумина Т. Н. Креативные индустрии в контексте вызовов современности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2025. №2 (124). С. 69–78. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2025-2124-69-78>

---

СУМИНОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА – доктор философских наук, профессор, директор Издательского центра, профессор кафедры педагогической теории и практики социально-культурной деятельности, Московский государственный институт культуры

SUMINOVA TATIANA NIKOLAEVNA – DSc in Philosophy, Professor, Publishing Center Director, Professor at the Department of Pedagogical Theory and Practice of Social and Cultural Activity, Moscow State Institute of Culture

© Сумина Т. Н., 2025



## THE CREATIVE INDUSTRIES IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY CHALLENGES

**Tatiana N. Suminova**

Moscow State Institute of Culture

Khimki, Moscow region, Russian Federation,

e-mail: tsuminova@yandex.ru

**Abstract.** The article presents, for the first time, a comprehensive analysis of the creative industries through the lens of contemporary challenges. The author interprets «contemporary» as a multifaceted philosophical concept, reflected in such types of society such as the risk society, the achievement society, the society of individuals, and the information age. This allows for a deeper understanding of the socio-cultural conditions in which one of the segments of the «orange» economy operates. This article provides a detailed examination of pressing challenges: environmental, economic, political, globalization-related, socio-economic, cultural and axiological (including the demand for conscious consumption in the context of information noise), and technological. Their impact is shown both on the individual and on creative industries – as small and medium-sized business in the fields of the arts and culture. In response to these challenges, strategic guidelines are proposed: an interdisciplinary approach, flexibility of organizational models, preservation of glocal identity, adaptation to the digital economy, and a balance between commerce and social responsibility. Creative industries are positioned as the «heart» of the new economy – spaces of creative freedom oriented not so much toward profit as toward public good. Their cultural and creative potential is revealed in the creation of new cultural forms, the development of social dialogue, the support for identities, and the formation of innovative educational practices and legal mechanisms. The role of creative industries is emphasized in the production and dissemination of cultural meanings, mobilization of the society's creative resources, stimulation of innovation, formation of identity and communities, synthesis of culture, economy and technology, and in the implementation of state policy aimed at preserving and strengthening traditional Russian spiritual and moral values.

**Keywords:** creative industries, contemporaneity, contemporary challenges, orange economy, digital age, cultural and creative potential, state cultural policy, cultural meanings and values, soft power, cultural identity, social impact.

**For citation:** Suminova T. N. The creative industries in the context of contemporary challenges. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2025, no. 2 (124), pp. 69–78. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2025-2124-69-78>

Креативные индустрии в третьем тысячелетии – это не только сектор «оранжевой» экономики, а своего рода призма, позволяющая раскрыть сложность и многогранность современной реальности, спектр ее трансформаций, искажений и множественностей.

В этой связи представляется необходимым обратиться к «препарированию» современности (нем. *die Moderne*, фр. *modernité*), которая есть уникальный многозначный концепт, отражающий не столько хронологические рамки, в том числе «здесь и сейчас», сколько историко- и социально-культурный контекст реальности XXI века со спектром

идей, технологий, смыслов, практик, парадигм в сфере искусств и культуры, детерминирующих специфику жизнетворческой деятельности человека, социума, стран и цивилизации в целом.

Концепт «современность» /«модерн», истоки которого восходят к эпохе Реформации, Контрреформации и культурному феномену барокко, первоначально разрабатывался для анализа социальных систем христианской и языческой традиций. В дальнейшем таковой трансформировался под влиянием идей Просвещения, концепций эмансипации в немецкой классической философии и марк-



систской теории, став важным инструментом исследования широкого спектра культурных феноменов – от искусства Возрождения до романтизма. Значение данного концепта вышло за рамки искусствоведения, превратившись из инструмента анализа религиозных традиций в универсальную философскую, политическую и социально-экономическую категорию.

Слово «современность» имеет важные межъязыковые соответствия, раскрывающие его философский и культурный смысл. Обратимся к этимологии и значению этого слова в разных языках. Так, например, в латинском языке *modernus* (от *modo* – «только что, сейчас») подчеркивает временной аспект («новое» vs «старое»), то есть «соответствие конкретному времени или требованиям времени», в английском – *modernity* – акцент на социально-исторический процесс (связь с модернизацией, индустриализацией), во французском – *modernité* – эстетический феномен (у Ш. Бодлера «преходящее, неуловимое» в искусстве) и кризис метанарративов (у Ж.-Ф. Лиотара постмодерн как итог *modernity*).

Сегодня в пост-современную /постмодернистскую эпоху появляется «недоверие к метаповествованиям», «метанарративам» как «великим повествованиям» (исторический прогресс, познаваемость всего наукой, потенции абсолютной свободы как доктрины и философии развитых социумов), происходит ломка «метарассказов», «закат больших нарративов», среди которых «диалектика Духа, герменевтика смысла, эмансипация разумного субъекта или трудящегося, рост богатства и т. п.» [3, с. 10]), которые являются целостными идеологическими системами, актуальными для «дискурса легитимации» различных социальных институтов, начиная с эпохи Просвещения.

В результате эти системы, основанные на идеях прогресса и совершенствования социума как формы дискурса легитимации, утратили свою актуальность. Их место занял коллаж – воплощение дискурсивного плюрализма «фрагментарного опыта» (И. Хасан),

в котором «языковые игры» определяют теперь не только логику действий корпораций и институтов, но и основы взаимодействия между социальными структурами и индивидами с их разнородными интересами, запросами и экзистенциальными потребностями.

Из-за глобализации, модернизации и цифровизации, размывающих контуры индустриального общества и содействующих появлению спектра социальных проблем / вызовов /кризисов и так далее, которые невозможно предсказать, предупредить, проконтролировать и компенсировать, социум «позднего модерна» (конец XX – начало XXI века) приобретает новое концептуальное смысловое значение. В одной из своих книг «Общество риска. На пути к другому модерну» (1986) немецкий социолог У. Бек вводит в научный оборот данное концептуальное обозначение социума и детально раскрывает его суть [12].

Современность в философском контексте – это 1) обозначение разрыва с традицией, когда *modernity*, в отличие от «традиционного общества» (по М. Веберу), предполагает рационализацию, секуляризацию и индивидуализм; 2) парадоксы, например, у Ю. Хабермаса – это интегральная характеристика европейского социума и культуры, знаковый этап генезиса, формирования и развития индустриального общества [4]; «незавершенный проект» [14] с конфликтом между свободой и бюрократизацией, а также – «проект просвещения», в основе которого монологический разум.

Современная цивилизация и постмодернистский социум – *modernity* – это, согласно метафоре британского социолога З. Баумана, концептуальная «текущая современность» [1], которую отличает переход от сложного структурированного мира в гибкому, текучему и свободному, а также – ощущение постоянной динамики с непрерывным плавлением, перемещением и перетеканием в новую действительность. При этом человек становится мобильным и не обремененным длительными обстоятельствами, что усиливает его потенциал к самостоятельному преобразованию

как собственной жизни, так и социального и культурного окружения. Однако, безусловно, ключевая составляющая современности – это осознание неопределенности, которая может и отдаляться, и ускользать. Все это – как составляющие трансформирующегося VUCA-мира – оказывает существенное влияние на осознание человеком как «мыслящим существом» (Э. Гидденс) сути « сетевого общества», «информационного общества», «постмодерна» и «глобализации».

Современный социум – это и «общество индивидуумов» (Н. Элиас), в котором как собственно общество в целом способствует формированию индивидуальности его членов, проявлению их креативности, так и отдельные люди, в том числе творческие личности, через реализацию различных стратегий в коммуникативном пространстве воздействуют на формирование бытия общества.

Еще одной значимой концептуальной смысловой составляющей восприятия современного социума является трактовка такового как «общества достижения» (Д. Макклелланд), связанного с тем, что именно мотивация выступает в качестве важного стимула и залога процветания экономики. Суть теории, разработанной данным американским психологом, состоит в том, что мотивация для человека – это три ключевых потребности: в достижениях (поиске и реализации целей, в риске и избегании такового), во власти (лидерство, победа, ответственность) и в принадлежности (к конкретной социальной группе, в поддержке и соучастии в процессе) [16].

Значимые вызовы /проблемы /риски современности – это

- экологические вызовы, связанные с изменениями климата (таяние ледников, экстремальные погодные условия), с деградацией экосистем (загрязнение океанов пластиком, вымирание видов флоры и фауны), с ресурсным кризисом (истощение почв, дефицит воды);
- биологические угрозы и пандемии;

- экономические и политические вызовы как геополитические и международные конфликты (санкции, торговые войны, гибридные угрозы), в контексте которых культура становится «мягкой силой», значимой для устойчивости и успешной коммуникации в многополярном мире;
- глобализация (стирание границ (экономических, культурных) и как реакция – рост локализма, например, Brexit (англ. Britain (Британия) + exit (выход), обозначающий выход Великобритании из Европейского союза с 31 января на 1 февраля 2020 года (заметим, что автором термина «брексит» является П. Уилдинг, глава исследовательского центра British Influence, писатель);
- социально-экономические вызовы (неравенство между богатыми и бедными, миграция населения, демография);
- вызовы культурные и ценностные (глобализация vs локализация, приводящая к утрате культурной идентичности под влиянием «модной культуры», пришедшей на смену элитарной и массовой культуре [5]; кризис доверия (СМИ, наука и т. д.); кризис идентичности (размывание традиционных ролей (профессия, гендер), поиск себя в «информационном шуме», в мире избыточного выбора как в «культуре супермаркета» [5]); этика в креативных индустриях, связанная с пониманием свободы творчества как основы креативности, пределы которой детерминированы ответственностью за социальные последствия проектных решений);<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Еще Б. Спиноза в «Этике, доказанной в геометрическом порядке» (1677) утверждал, что свобода – это «осознанная необходимость». По его мысли, свободный человек, действующий разумно и стремящийся к познанию как к высшей добродетели, способен управлять своими аффектами (страстями) и преобразовывать их. В этом контексте и в сфере креативных индустрий творчество связано с осознанием ответственности перед обществом.



- запрос на осмысленное и этичное потребление в контексте «информационного шума», «pobrow-культуры» и «культуры супермаркета» [5], что приводит к осознанию значимости новых культурных практик, требующих актуальных форм представления;
- технологические вызовы (согласно разработанной К. Швабом, основателем и президентом Всемирного экономического форума в Женеве (Швейцария), концепции четвертой промышленной революции, ближайшее будущее детерминировано широчайшим внедрением киберфизических систем в производство (индустрия 4.0) и обслуживанием потребностей человека, связанных с трудом, бытом и досугом (работа 4.0). Данная промышленная революция развивается экспоненциальными темпами, что обусловливается многогранным взаимозависимым миром, а также тем, что собственно новая технология активно синтезирует передовые и эффективные технологии [9].

Технологии четвертой промышленной революции (искусственный интеллект, машинное обучение, робототехника, нанотехнологии, 3D-печать, генетика, биотехнологии [10] приводят к тому, что появляется «беспольный класс» (Ю. Н. Харари), происходит потеря рабочих мест, дегуманизация труда. Кроме того, возникают споры о правах искусственного интеллекта, биоэтика (CRISPR, клонирование), экологическая ответственность; этические вопросы, связанные с приватностью данных, дискриминацией алгоритмов, а также проблемы кибербезопасности и новые угрозы человеку (кибератаки, кибероружие, манипуляция информацией, в том числе в соцсетях, deepfake); технологический детерминизм, проявляющийся в коммерциализации контента и утрате гуманитарной ценности. Таким образом, цифровая революция приводит к появлению уникальных трансформаций парадигм в сфере бизнеса, экономики, культуры, креативных индустрий,

социума и конкретной личности, вследствие чего сегодня важно понять не только то, «что» и «как» люди делают, но и то, «кто» мы и «кем» являемся [9, с. 9].

В условиях технологизирующей индустрии 4.0. естественно возникает вопрос о человеке и машине, их взаимодействии и соподчиненности. М. Хайдеггер в эссе «Вопрос о технике» (1954), рассматривая феномен техники как некое орудие (лат. *instrumentum*) и влияние такового как на современный мир, так и на человека в этой реальности, утверждал, что человек – это только «состоящее-в-наличии», который не является творцом техники, а встроен в таковую, поскольку именно техника (например, техника дыхания, письма, изготовления чего-либо и так далее) творит человека. Отсюда не машина находится при человеке, а человек при машине. Через технику как средство для достижения целей человек проявляет умение создавать свой собственный мир.

Немецкий философ генерирует понятие «по-став» как некий вызов и «собирающееся начало той установки, которая ставит, т. е. заставляет человека выводить действительное из его потаенности, т. е. алетейи, способом поставления его как состоящего-в-наличии». Кроме того, по-став – это и способ раскрытия потаенности, который, не являясь ничем техническим, правит существом современной техники. В по-ставе реализуется непотаенность, вследствие чего «функционирование современной техники раскрывает действительность как состоящую в наличии» [8, с. 229]. По-став преподносится человеку Судьбой. Смысл по-става в том, что в контексте культуры человек посредством творческой деятельности и техники сам себе постоянно должен что-то поставлять, предоставлять, участвовать в производстве, который есть способ раскрытия потаенности. Человек свободен в выборе вариантов реализации по-става как вызова и некоего посыла для творчества через про-из-ведение. Судьба человека через предназначение, свободу выбора и действий, динамично выводит его к техническо-





му прогрессу и, естественно, к индустрии 4.0., которая как орудие контроля, манипуляции и воздействия становится для современного человека и креативных индустрий как трудно контролируемым, так и сложно управляемым и вызовом, и риском.

Немецкий философ, психолог и представитель экзистенциализма К. Ясперс в 1949 году в книге «Начало и цель истории» утверждал, что техника есть лишь средство и «совокупность действий знающего человека, направленных на господство над природой» [11]. Кроме того, философ отмечает, что человек попал под власть техники и его судьба зависит от того способа, которым он подчинит себе последствия технического процесса, а когда человек подчинится технике, тогда станет господствовать над таковой. Человек, создавая технику, генерирует и собственный мир, а также расширяет сферу своей свободы. Вот почему в условиях свободной рыночной экономики и креативных индустрий человеку необходимо осознать себя, свою сущность и не упускать из подчинения реалии и дальнейшее развитие технического прогресса.

Вышеобозначенные вызовы современности – это необходимость, оказывающая существенное воздействие на креативные индустрии, такие как малый и средний бизнес в сфере искусств и культуры, и требующая для их решения 1) междисциплинарного подхода, синтезирующего науку, образование, власть и бизнес; 2) гибкости в тактической реализации стратегий; 3) сохранения глокальной (глобальной + локальной) идентичности, что будет создавать конкуренцию платформам, например, Netflix, TikTok; 4) адаптации к цифровой экономике (метавселенные, NFT); 5) синтеза коммерции с социальной ответственностью (инклюзивность, экологичный дизайн).

Все это реализуется в контексте креативной экономики, представляющей собой гибкую гуманитарную экономику, в которой акцент делается на производство и распространение ценностей /многослойность смыслов / брендов как символического капитала, содействующего имплементации государственной

культурной политики, национальных целей для устойчивого развития страны.

Креативные индустрии – это «сердце» креативной экономики, знаковые пространства со свободой творчества и находящиеся на службе не столько коммерции, сколько общественного блага. Их цель – генерация целостной экосистемы партнерства актуальных сфер: культуры, образования, науки, бизнеса, синергизирующих «креативный класс» [13] как интеллектуальный капитал /актив /ресурс, эффективные профессиональные проектные команды, материальные и нематериальные составляющие.

Важным откликом креативных индустрий на проблемы реальности как зеркала противоречий бытия человека является создание баланса через коллаборации и инновации. Создание междисциплинарных проектов, например, трансмедийных продуктов (кино+игры+образовательные платформы), позволяет активнее транслировать значимые идеи /смыслы /информацию для потребителей. На федеральном уровне интерес представляет партнерство с бизнесом, например, проект Эрмитажа с ПАО «Сбербанк» «Эрмитажная академия» как мультимедийного портала с просветительскими ресурсами и «Художники в Сбербанк Онлайн». Из региональных кейсов назовем фестиваль «Архстояние» (Калужская область) с синтезом искусства и туризма и Уральскую индустриальную биеннале (Екатеринбург).

Для России с интегративным строем важным является вступивший в силу с 5 февраля 2025 года Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» [7], который на законодательном уровне предусматривает создание реестра субъектов и мер поддержки креативного предпринимательства, а также закрепляет динамику развития креативных индустрий как драйверов современной экономики и направленного на создание условий для самореализации граждан через их творческий и интеллектуальный потенциал.



Значимым событием для малого и среднего бизнеса в сфере искусств и культуры является вступивший в силу с 1 мая 2025 года Закон Московской области от 22.04.2025 № 51/2025-ОЗ «О развитии креативных индустрий в Московской области» [2], устанавливающий условия деятельности креативных индустрий как юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и самозанятых, а также определяющий меры государственной поддержки и основы правового регулирования их развития.

Все это стимулирует людей к предпринимательской деятельности с конкуренцией, высокими рисками и ответственностью, реализуемыми в сфере искусств и культуры, в сфере креативных индустрий.

Сегодня креативные индустрии приобрели статус буфера между спектром вызовов и локальными сообществами, предлагая модели гибридной устойчивости с учетом экономики и культуры.

Значимым является рассмотрение креативных индустрий через препарирование их культурно-творческого потенциала как уникальной составляющей малого и среднего бизнеса в сфере искусств и культуры.

Во-первых, это создание новых культурных форм и значений. Креативные индустрии формируют и продвигают новые культурные коды /смыслы /эстетику, отражающие реалии цифровой эпохи и трансформирующийся образ /стиль жизни человека, общества, страны, цивилизации. Цифровое искусство, мультимедиа, сторителлинг, гейм-дизайн, музыка, театр, мода и дизайн становятся средствами как художественного выражения, так и рефлексии социального опыта, поскольку трансформируют способы восприятия реальности, создают новые формы коммуникации между человеком и культурой. Так, например, иммерсивные форматы (VR/AR) и интерактивные среды, через которые генерируется альтернативное пространство культуры, где человек может выступать не только как зритель, но и как активный участник процесса.

Во-вторых, механизм социальной интеграции и диалога. Креативные индустрии реализуют значимую социальную функцию, поскольку являются пространством как для включения представителей социальных, этнических, возрастных и профессиональных групп в различные проекты, фестивали, творческие мастерские, так и для нахождения точек взаимодействия. Это способствует развитию социальной сплоченности, формированию горизонтальных связей и укреплению гражданской идентичности. Сегодня творческая /креативная деятельность – это универсальный инструмент для диалога, взаимопонимания и самоактуализации.

В-третьих, поддержка культурного разнообразия и локальных идентичностей. Креативные индустрии через современные форматы способствуют сохранению, умножению, переосмыслению и трансляции локального культурного наследия. Арт-резиденции, фестивали, брендинг мест, этнодизайн воспринимаются в качестве проектных механизмов для проявления региональных сообществ на «карте» культуры, что содействует укреплению территориальной идентичности, формированию чувства принадлежности к конкретному этносу и гордости за свое происхождение. Данные проекты важны и для развития культурного туризма, создания рабочих мест и привлечения инвестиций в локальную экономику.

В-четвертых, гибкость и инновационность. Основа креативных индустрий – это способность к быстрой адаптации, эксперименту и переосмыслению культурных норм, что детерминировано стремительной интеграцией новейших технологий индустрии 4.0 [10] (цифровые платформы, искусственный интеллект, блокчейн, метавселенные и так далее).

Вышеперечисленные вызовы современности способствовали тому, что креативные индустрии как малый и средний бизнес в сфере искусств и культуры предложили новые форматы и варианты взаимодействия, а имен-



но: дистанционные спектакли, цифровые перформансы, онлайн-выставки, NFT-арт. Вследствие этого креативные индустрии являются ключевыми игроками в процессе инновационного развития экономики на федеральном и региональном уровнях.

В-пятых, формирование новых компетенций и образовательных практик. Креативные индустрии способствуют осуществлению трансформации системы образования и профориентации, связанной с продвижением творческого и междисциплинарного мышления как основы профессионализма современного специалиста отрасли.

Обучение в сфере креативных индустрий ориентировано на формирование профессиональных навыков и на развитие soft skills (критическое мышление, коммуникация, креативность, гибкость, работа в команде), востребованных на современном рынке труда.

Проектные лаборатории, мастерские, стажировки, акселераторы – как практикоориентированные форматы – являются связующими элементами системы образования, сферы искусств и культуры, креативных индустрий.

Все это способствует формированию новой модели специалиста, в том числе арт-менеджера как продюсера – предпринимателя в сфере креативных индустрий, которого отличают гибкость, креативность, социальная ответственность, нравственность, духовность, разделение традиционных российских духовно-нравственных ценностей, а также способность как создавать продукт, так и рефлексировать над смысловым значением такового.

В-шестых, экономизация культуры с сохранением ценностного содержания. Креативные индустрии позволяют утверждать, что культура – это не только символическая система, но и целостный экономический ресурс, способный генерировать доход, занятость и развитие территорий при сохранении ее гуманистического потенциала, аксиологических оснований и смыслообразующей функции. Это, в свою очередь, способствует форми-

рованию разнообразных творческих проектов – от дизайнерских брендов и арт-кластеров до независимых театров и стартапов в сфере цифровой культуры, обладающих социальной значимостью и экономической результативностью.

Экономизация культуры – это вовлечение продукции сферы искусств, отражающие духовные основы, идентичность и культурные традиции, в товарно-денежные отношения; коммерциализация музеев через разнообразный мерч и цифровые продукты; монетизация фольклора через туризм (сувенирная продукция, этнофестивали); рынок интеллектуальной собственности (авторские права на народные промыслы).

Задача креативных индустрий как «локомотивов» современной экономики – создавать, продвигать и монетизировать, а точнее – продюсировать уникальный контент.

Сохранение ценностного содержания предполагает защиту от обесценивания смысловой, этической, идентификационной значимости (например, трансформация обряда в шоу для туристов) и стандартизации. В качестве ключевых противоречий выступают, согласно М. Хоркхаймеру и Т. Адорно [15], процессы коммодификации (трансформация культуры в товар) vs автономии искусства, а также массовый спрос (клиповость, массовое поточное производство) vs сложные смыслы.

В сфере креативных индустрий осуществляется синтез эстетики и предпринимательства, проявляющийся в соединении художественного мышления с бизнес-логикой и продукта культуры с механизмами рынка. Баланс данного синтеза может проявляться, например, в проекте «Русские сезоны» с экспортом театральных постановок как особой бизнес-модели, но с сохранением художественных канонов; в этно-брендинге территорий страны, предполагающем торговлю сувенирами и продвижение языкового и культурного наследия; NFT-музеях, соединяющих цифровую экономику с сохранением шедевров искусства.





В качестве механизмов сохранения ценностей культуры могут выступать нормативные акты о защите нематериального культурного наследия, экономические действия в форме грантов на «некоммерческие» проекты; технологические инструменты, предполагающие использование блокчейна для подтверждения подлинности (например, сертификация ремесел).

Экономизация культуры с сохранением ценностного содержания – это поиск «золотой середины» между прибылью и миссией, где продукция культуры не столько продается, сколько приумножается через ряд эффективных экономических инструментов.

Креативные индустрии выступают в качестве знаковой альтернативы государственной и коммерчески ориентированной сфере культуры, генерируя «третий путь», в котором ценность и прибыль не столько противостоят, сколько усиливают друг друга.

При этом достаточно важно не только монетизировать творческую идею, сколько сохранять гуманитарную направленность, ориентироваться на социальное воздействие, работать с продвижением актуальных смыслов /идентичности /культурного наследия.

Проблема экономизации культуры с сохранением ценностного содержания является достаточно важной в контексте вызовов современности, когда культура сталкивается с риском утраты глубины, аксиологической и духовной основы под давлением логики маркетинга как хозяина реальности.

В-седьмых, институционализация правовых норм. Креативные индустрии, используя инструментарий арт-менеджмента, органично интегрируют миссию культуры в устойчивые и эффективные бизнес-модели, сохраняя при этом аутентичность и ценностное содержание. Все это важно как для реализации Указа Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [6], так

и для дальнейшей эффективной динамики развития российской солидарной экономики будущего, которое уже наступило.

Креативные индустрии являются важным ресурсом преодоления вариативных кризисов как особых рисков /проблем реальности, инструментом формирования новых арт-практик и ключевым драйвером устойчивого социокультурного развития, что актуализируется в условиях вызовов современности.

Креативные индустрии через богатейший спектр культурно-творческого потенциала 1) генерируют и распространяют смыслы /ценности /коды культуры; 2) мобилизуют творческие ресурсы социума; 3) стимулируют инновации в культуре, образовании, коммуникациях; 4) формируют идентичность, сообщество; 5) способствуют осуществлению культурного диалога; 6) синтезируют культуру, экономику и технологии, создавая коммерческий и социально-культурный эффект; 7) реализуют государственную политику, связанную с сохранением и укреплением традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

Реалии современности со спектром рассмотренных вызовов /рисков /проблем радикально изменили ландшафт креативных индустрий. В новых условиях логично не столько адаптировать, сколько переосмысливать роль малого и среднего бизнеса в сфере искусств и культуры как экономического драйвера, инструмента «мягкой силы» и пространства, обеспечивающего сохранение и трансляцию культурной идентичности.

Возникший на стыке искусства и коммерции, этот сектор «оранжевой» экономики оказался в двойственной позиции: с одной стороны – главный бенефициар цифровой эпохи, с другой – заложник ее противоречий.

Таким образом, креативные индустрии XXI века – как алхимики эпохи Возрождения – стремятся преобразовать «свинец» цифрового шума, экономической нестабильности и культурного перенасыщения в «золото» общественно значимых смыслов.



## Список литературы

1. Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ. Москва: Питер, 2008. 238 с.
2. Закон Московской области от 22.04.2025 № 51/2025-ОЗ «О развитии креативных индустрий в Московской области» URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/5000202504230004>.
3. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Пер. с франц. Москва, Институт экспериментальной социологии. Санкт-Петербург: Алетейя, 1998. 161 с.
4. Петренко Е. Л. Ю. Хабермас размышляет о модерне // Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / Пер. с нем. Москва: Весь Мир, 2003. С. 233–241.
5. Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Пер. с англ. Москва: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2012. 240 с.
6. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211090019>.
7. Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912/page/1>.
8. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления / Пер. с нем. Москва: Республика, 1993. 447 с.
9. Шваб К. Четвертая промышленная революция / Пер. с англ. Москва: Эксмо, 2018. 285 с.
10. Шваб К., Дэвис Н. Технологии четвертой промышленной революции / Пер. с англ. Москва: Бомбора, 2018. 317 с.: ил.
11. Ясперс К. Смысл и назначение истории / Пер. с нем. Москва: Политиздат, 1991. 527 с.
12. Beck U. Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1986. 391 s.
13. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002. 404 p.
14. Habermas J. Kleine politische Schriften I–IV. Ffm., 1981. Pp. 444–464.
15. Horkheimer M., Adorno Th. W. Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Amsterdam: Querido Verlag, 1947. 275 p.
16. McClelland D. C. The Achieving Society. Princeton (N.J.) [a. o.]: Van Nostrand, cop. 1961. 512 p.

\*

Поступила в редакцию 12.03.2025