

КАДРЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ



СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Вербицкая Наталья Олеговна
(д-р пед. наук, профессор)
Уральский государственный эконо-
мический университет (620144,
Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта/
Народной Воли, 62/45)
@ n.o.verbitskaya@usue.ru

Учайкина Светлана Николаевна
Министерство культуры Свердлов-
ской области (620014, Россия, Ека-
теринбург, ул. Малышева, 46)
@ minkult@egov66.ru

Вакарь Лариса Владимировна
Министерство культуры Свердлов-
ской области (620014, Россия, Ека-
теринбург, ул. Малышева, 46)
@ lv_vakar@mail.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Креативные индустрии,
кадры, экономика,
Свердловская область.

Понятия креативные и культур-
ные индустрии и дискуссия вокруг
них относятся к XX веку и связаны
с такими именами как Макс Хоркхай-
мер и Теодор Адорно [1,2]. Именно
они обосновали явление объедине-
ния таких различных по происхожде-
нию и значению явлений как куль-
тура и индустрия [3]. Первое тради-
ционно связано с духовной сферой
развития общества, второе имеет
промышленные, производственные
корни. При такой очевидной проти-
воречивости объединение этих двух
явлений породило новую сферу –
креативную экономику. Креативная
экономика, как воплощение идей
Джона Хокинса [4,5] и Пьера Луи-
джи Сакко [6], это – совокупность
людей и культурных (как синоним –
креативных) индустрий, которые
создают культурные, художествен-
ные и инновационные продукты и
услуги. Это явление включает так-

АННОТАЦИЯ

Основу культурного развития Свердловской области составляет развива-
ющаяся культурная деятельность, прежде всего, на основе государствен-
ного и муниципального регулирования посредством бюджетного финан-
сирования. Она сочетается со свободными от государственного регулиро-
вания творческими практиками на общем культурном пространстве, еди-
ном и неделимом для жителей региона – потребителей культурного про-
дукта. Основу культурного развития Свердловской области составляет кре-
ативный комплекс, развивающийся как в пространстве, так и во времени,
что позволило сформировать значительный кадровый потенциал культур-
ных индустрий.

В статье рассматриваются шесть основных источников развития и само-
развития кадров креативных индустрий в Свердловской области: воспита-
ние креативных личностей в многоуровневой системе учреждений культу-
ры; межпоколенная передача опыта в креативных проектах и инициативах;
культурная интеллигенция крупных, малых, средних городов и сельских
поселений; пространства креативной экономики; точки роста креативных
инициатив и проектов; цифровизация культурных практик и индустрий.

Статья представляет также тренды развития и противоречия экономиче-
ского мышления кадров для креативных индустрий в Свердловской области.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Вербицкая Н.О., Учайкина С.Н., Вакарь Л.В. Кадры для креативных ин-
дустрий в культурном пространстве Свердловской области // Управление
культурой. 2022. № 2. С. 16–47.

же пространства [7], где создатели
могут свободно продуцировать и
представлять свои работы, получать
отзывы и обмениваться идеями, а
также (при положительном сцена-
рии) получать доход от реализа-
ции своих идей и творческих про-
дуктов. Это позволяет творческому
процессу не затухать, то есть быть
саморазвивающейся системой [8].

С креативной экономикой свя-
зывается переход к так называе-
мой «Культуре 3.0» и новым соци-
ально-техническим режимам со-
здания новых социальных и эконо-
мических ценностей, основу кото-
рых составляет культура как объе-
диняющий феномен [9].

Для авторов настоящей статьи
обращение к культурным индустри-
ям и креативной экономике связано
с практической реализацией этих
идей в Концепции развития твор-
ческих (креативных) индустрий и

механизмов осуществления их го-
сударственной поддержки в круп-
ных и крупнейших городских агло-
мерациях [10].

Настоящий материал представ-
ляет собой структурный анализ ре-
альной практики развития культур-
ного пространства Свердловской
области в аспекте ее обеспечения
кадровым потенциалом. Совершен-
но очевидно, что «безличностные»
процессы обычного производства
в культурных индустриях просто не
могут существовать. В основе кре-
ативной экономики на микро- и
макроуровнях стоит творческая лич-
ность и творческий коллектив.

Культурная деятельность регио-
на развивается, прежде всего, на
основе государственного и муницип-
ального регулирования посред-
ством бюджетного финансирова-
ния. Она сочетается со свободными
от государственного регулиро-

вания творческими практиками на общем культурном пространстве, едином и неделимом для жителей региона – потребителей культурного продукта.

Основу культурного развития Свердловской области составляет креативное пространство, развивающееся как в пространстве, так и во времени, что представлено целым рядом культурных явлений, которые являются по сути проявлением деятельности творческих личностей. В качестве исторических примеров: 1985-1990 – феномен Свердловского рок-клуба – группы «Чайф», «Наутилус Помпилиус», «Агата Кристи» и другие. Альтернативные («подвальные») выставки художников в 80-90-х годах XX века, их лидеры – художник Виктор Махотин, панк-коморох Старик Букашкин, поэт Борис Рыжий и многие другие.

Особо значимым для обширного региона Свердловской области является то, что развитие креативного пространства включает в себя сеть учреждений культуры, культурных резиденций творческих коллективов и проектов не только в центральной части области – Екатеринбурге, но и в удаленных территориях – средних и малых городах, а также в сельских поселениях.

Новые культурные идеи и инициативы возникают благодаря творческому духу и подвижничеству и культурному самосознанию жителей региона, богатой истории и традициям. Очевидно, что поддержать, развить и сохранить рост этих инициатив, а по сути творческих людей – важнейшая задача управления культурой на всех уровнях, которая призвана обеспечить жизнеспособность сложного живого организма культуры.

В чем основные кадровые источники развития и саморазвития креативных практик, а в целом ря-



Концерт в честь 90-летия системы художественного образования (14 декабря 2021).

де – креативных индустрий в Свердловской области (рис. 1)?

Первое и основное – это воспитание, выращивание креативной личности с высоким уровнем самосознания и культурных потребностей. Основой этого является развитая многоуровневая система учреждений культуры, представленная всеми типами и направлениями деятельности. Попадая в нее с детства, личность системно подготавливается воспринимать язык искусств, ценности культуры, формирует культурные потребности и далее – способность участвовать в креативных проектах.

Система учреждений на протяжении многих десятилетий целенаправленно влияет на формирование активной, разноплановой, порой очень смелой по своему творческому предложению культурной среды. Результат этих процессов – большое количество ярких персон культуры, представляющих нас на российском и мировом уровнях.

Второй источник кадрового развития – это связь между поколениями в креативных проектах и инициативах.

Их анализ показывает, что лидерами большинства успешных креативных проектов являются состоявшиеся «взрослые» люди, обладающие значительным культурным опытом в сочетании с широтой взглядов, практикой работы в бюджете и в сфере предпринимательства. Такие лидеры объединяют вокруг себя команды молодых инициативных личностей, обладающих здоровым культурным нигилизмом. Именно такие команды, в которых сильна преемственная связь поколений, создают успешные жизнеспособные креативные проекты.

Третий источник кадрового развития – это креативное сообщество. Его можно определить как культурную интеллигенцию крупных, малых, средних городов и сельских поселений [11]. Именно они – носители культуры, ценностей – опора для развития молодежи, которая, как всегда, стремится преодолеть стереотипы, сделать что-то новое, но не имеет опыта, основательности, широты взглядов, чтобы превратить идею в культурную индустрию и развить ее.

Четвертым источником кадрового развития пространства креативной экономики Свердловской области является тот факт, что регион давно является инкубатором масштабных (вплоть до мировых) культурных явлений.

Ярким примером такого проекта является Уральская индустриальная биеннале современного искусства, которая стала крупнейшим креативным проектом в России. За 10 лет в проекте приняли участие



Рис 1. Источники развития кадров креативной экономики Свердловской области

более 300 художников из 70 стран. Еще один проект – Уральская ночь музыки – сегодня является самым быстро развивающимся креативным массовым проектом в стране. Аудитория только «Ночи» в 2019 году составила более 300 тысяч зрителей-посетителей концертов!

Пятый источник развития – это действующие точки роста креативных инициатив и проектов. Креативные инициативы на территории региона рождаются непрерывно. Возможности их дальнейшего развития связаны со стабильной поддержкой в форме бюджетных средств (в том числе грантов) и региональных или муниципальных государственных ресурсов. Несколько иллюстрирующих примеров приведено на рисунке 2.

Шестым источником, ценность которого возросла в период COVID-пандемии, является виртуализация и цифровизация культурных практик и индустрий. В Свердловской области еще до пандемии была налажена индустрия создания виртуальных двойников культурных объектов и проектов. Признанным лидером этого направления является Свердловская государственная филармония и ее сеть виртуальных концертных залов (сегодня их 104, и действуют четыре региональных концертных зала как филиалы филармонии). Филармония стала первопроходцем перехода в виртуальное пространство задолго до пандемии и перемещения культурной и образовательной деятельности в интернет-пространство в 2020 году. Очевидно, что двигателем идеи были снижение себестоимости и обеспечение доступности для населения такого затратного элитарного искусства, как академическая симфоническая музыка больших форм. Пандемия подтвердила эффективность развития цифровых культурных технологий и услуг: в 2019 году Ночь музеев офлайн посетили 10 тысяч человек, в 2020 году онлайн-посетителей этого проекта было уже 330 тысяч человек!

Ярким примером цифровизации является открытый в декабре 2019 года Региональный центр создания электронных копий документов на базе Свердловской областной универсальной научной библиотеки им. В. Г. Белинского.

Первоочередная задача процесса оцифровки – сохранение книжных памятников и обеспечение их доступности для населения.

Теперь рассмотрим стратегические линии или треки развития личности в креативном пространстве региона. Необходимо еще раз акцентировать значимость именно целостной личности, которая в наше время целенаправленно формируется в культуре. В образовании XXI века формирование личности разделилось на разного рода компетенции. Это нанесло большой урон формированию креативной личности в плане ее целостности.

Как воспитать творческую личность в культурном пространстве региона?

Базовым треком является движение от освоения азов творческой деятельности – к культурному явлению вплоть до мирового значения. Этот трек уже поддерживается развитой многоуровневой системой учреждений культуры, выявляющей и развивающей самые разнообразные таланты и способности.

Второй линией развития является более современный трек: от культурного волонтерства (или добровольчества) через осознанную сопричастность к явлениям культуры – к культурному меценатству, профессиональному фандрайзингу. Чтобы воспитать настоящих меценатов, нужно формировать неравнодушных патриотов своей культуры, ценящих и знающих ее.

Меценаты – такие, как Савва Мамонтов и Акинфий Демидов – известны в истории не меньше артистов. Это очень важная поддерживающая линия стратегического развития креативных индустрий.

Третья стратегическая линия развития – одна из самых современных. Это трек: от креативных инициатив, идей, проектов – к креативному предпринимательству и созданию полного цикла производства культурного продукта или услуги. Это новый и перспективный трек, который является своеобразным вызовом для традиционного понимания процессов управления культурой. Сложность этого трека в том, что он требует формирования креативного предпринимательского мышления. Но сильные традиции сферы культуры, ко-

торая многие десятилетия поддерживалась государственным финансированием, приходят в противоречие с потребностью нового предпринимательского мышления. Здесь работает цепочка – творческая личность (творческий коллектив) – новое экономическое креативное мышление – новая экономика креативного пространства региона.

На наш взгляд, экономика развивающегося креативного пространства, базирующаяся на кадрах с новым экономическим мышлением, складывается следующим образом.

Во-первых, экономика культуры – это не просто экономика как деятельность по планированию и расходованию средств и ресурсов. Это экономика выращивания, развития, поддержания и продвижения комплекса: личность – творческий продукт – креативный проект – и в целом культура как явление.

Для России в системе креативной экономики и культурных индустрий базисом является финансирование учреждений культуры и образования. Наш регион находится в выгодной позиции: сформированная сеть организаций всех уровней, типов и жанровых направлений охватывает всю территорию региона и существует достаточно долго. Это позволило сформироваться традициям и культурным потребностям, накопить опыт по выращиванию людей культуры и креативной среды, а в конечном итоге реализовать названные треки по выращиванию творческих личностей.

1 Международный фестиваль классической музыки «Безумные дни» в Екатеринбурге (Франция, Япония, Нидерланды)

2 Международный фестиваль современного танца «На грани»

3 Международный тетральный фестиваль современной драматургии «Коляда-plays»

4 Всероссийский театральный фестиваль «Реальный театр»

5 Международный фестиваль театров кукол «Петрушка Великий»

6 Музыкальный фестиваль «Уральская ночь музыки», фестиваль «Старый новый рок»

Рис 2. Точки роста креативных инициатив и проектов

Важнейший фактор бесперебойного функционирования этой системы – наличие стабильного финансирования, включение его в обязательном порядке во все бюджеты и межбюджетные взаимодействия.

Следующий уровень – это субсидирование и грантовая поддержка культурных инициатив и проектов. Гранты дают возможность дополнительного, целевого финансирования из средств областного и местных бюджетов. В Свердловской области оказывается поддержка реализации проектов, финансируемых культурными институциями разных организационно-правовых форм. Стипендии, субсидии, гранты за счет средств областного бюджета предоставляются на реализацию проектов на основе положительного заключения экспертных групп.

В условиях бюджетного финансирования и довольно низких доходов от платных видов деятельности такая поддержка организаций культуры существенно расширяет экономические методы управления и регулирования в сфере культурной деятельности, так как выделяемые средства имеют целевое назначение – на конкретную социокультурную деятельность, и гарантируют заинтересованную активность деятелей культуры.

В 2019 году в рамках реализации мероприятий государственной программы «Развитие культуры в Свердловской области до 2024 года» из средств областного бюджета была предоставлена финансовая поддержка на конкурсной основе некоммерческим организациям на реализацию 36 социокультурных проектов на общую сумму 22,5 млн. рублей. В настоящее время финансовая поддержка на конкурсной основе предоставлена 24 некоммерческим организациям на реализацию 30 социокультурных проектов. Несмотря на положительные результаты, это выявило несоответ-

ствие (нехватку) данного объема финансирования и в целом – финансового инструмента для обеспечения потребностей растущей креативной активности.

Также креативные инициативы получают негосударственную поддержку, хотя и в значительно меньшей степени. Здесь очень велика потребность в формировании социально-экономической группы меценатов, т. к. для современной России создание мотивации для поддержки культурной деятельности меценатами – одна из главных проблем и задач.

Особый вопрос – формы, инструменты закрепления и долгосрочной поддержки вновь появляющихся культурных инициатив, проектов, явлений.

Как показывает многолетняя практика, выбор здесь невелик, и поддержка со стороны бюджета проявляется в двух вариантах, это: 1) внедрение инициативного проекта в штат действующего государственного (муниципального) учреждения, его уплотнение, замещение, 2) грантовая поддержка.

И то, и другое требует определенного запаса бюджетных средств либо приводит к непопулярным мерам и ужесточению конкуренции внутри бюджетной сферы культуры, что было не свойственно российской культурной практике до недавнего времени.

Именно наличие свободных средств, позволяющих создавать зоны творчества с отложенным долгосрочным результатом, с возможностью идти на риск, является одним из признаков креативной экономики. Именно такая экономика стала бы мощным фактором развития сферы культуры во всех направлениях, прежде всего инновационных.

Большой проблемой является формирование социально-экономической группы меценатов. К сожа-

лению, в современной России не создана система мотивации и поддержки ими культурной деятельности.

Завершая анализ процессов кадрового развития креативной экономики Свердловской области, приведем ряд стратегических задач, которые нужно решать, скоординировав усилия на федеральном, региональном и местном уровнях.

- Первое: необходима проработка нормативно-правовых и экономических механизмов института меценатства в реализации Федерального закона от 04.11.2014 № 327-ФЗ «О меценатской деятельности».

- Второй стороной, также нуждающейся в проработке правовых и экономических механизмов, является инвестиционная деятельность в сфере культуры.

- Третье: необходимо рассмотреть правовые и экономические модели формирования культурных инкубаторов и стартапов, учитывающих специфику сферы культуры, сложность получения быстрых результатов и возврата средств, а также значимость долгосрочного социально-культурного эффекта.

- Четвертое: необходимость расширения позитивного опыта государственно-частного партнерства на учреждения культуры с целью повышения гибкости и мобильности включения новых культурных инициатив и проектов в традиционную систему деятельности.

- Пятое: выработка правовых основ и механизмов развития экспорта культурных продуктов и услуг, что является важной частью креативной практики в формате индустрии.

Комплексная многоуровневая креативная экономика способна дать новые яркие ростки культурных индустрий, если объединить лучшее из обширного и значительного культурного опыта Свердловской области, России и мира. И основу этого составляют кадры для культурных индустрий.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

- [1] Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. "Культурные индустрии" и "креативные индустрии": границы понятий //Международный журнал исследований культуры. – 2017. – №. 1 (26). – С. 38-48.
- [2] Horkheimer M., Adorno T. W. The culture industry: Enlightenment as mass deception //Karl Marx. – Routledge, 2017. – С. 405-424.
- [3] Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: ВШЭ, 2014. – 456с.
- [4] Хокинс Д. Креативная экономика как культура обновления // Креативная экономика и социальные инновации. – 2014. – Т. 4. – №. 2. – С. 6-9.
- [5] Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – Penguin UK, 2013.
- [6] Sacco P. L., Segre G. Creativity, cultural investment and local development: a new theoretical framework for endogenous growth // Growth and innovation of competitive regions. – Springer, Berlin,

- Heidelberg, 2009. – С. 281-294.
- [7] Сараф М. Я. Измерение культурного пространства // Пространство и время. – 2013. – №. 1 (11). – С. 58-68.
- [8] Sacco P. L., Ferilli G., Tavano Blessi G. From culture 1.0 to culture 3.0: Three socio-technical regimes of social and economic value creation through culture, and their impact on European Cohesion Policies // Sustainability. – 2018. – Т. 10. – №. 11. – С. 3923.
- [9] Быстрова А. Н. Модель культурного пространства: граница и безграничность // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2008. – №. 1. – С. 95-104.
- [10] Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 N 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года».
- [11] Кошман Л. В. Культурное пространство русского города XIX-начала XX вв. К вопросу о креативности исторической памяти // Человек и культура. – 2013. – №. 2. – С. 42-115.

PERSONNEL FOR CREATIVE INDUSTRIES IN THE CULTURAL SPACE OF THE SVERDLOVSK REGION

AUTHOR'S INFORMATION

Natalia O. Verbitskaya

(Adv. Dr of Pedagogics, Prof.)
Ural State University of Economics
(62/45, 8 Marta/Narodnoy Voli St.,
Ekaterinburg, 620144, Russia)
@ n.o.verbitskaya@usue.ru

Svetlana N. Uchaykina

Ministry of Culture of the Sverdlovsk
Region (46, Malyshev St., Ekaterin-
burg, 620014, Russia)
@ minkult@egov66.ru

Larisa V. Vakar

Ministry of Culture of the Sverdlovsk
Region (46, Malyshev St., Ekaterin-
burg, 620014, Russia)
@ lv_vakar@mail.ru

KEYWORDS

Creative industries, personnel, economics, Sverdlovsk region.

ABSTRACT

The basis of the cultural development of the Sverdlovsk region is the developing cultural activity, primarily on the basis of state and municipal regulation through budget financing. It is combined with creative practices free from state regulation in a common cultural space, common and indivisible for the inhabitants of the region - consumers of the cultural product. The basis of the cultural development of the Sverdlovsk region is a creative complex that develops both in space and in time, which made it possible to form a significant personnel potential of cultural industries.

The article discusses six main sources of development and self-development of personnel in the creative industries in the Sverdlovsk region: education of creative individuals in a multi-level system of cultural institutions; intergenerational transfer of experience in creative projects and initiatives; cultural intelligentsia of large, small, medium-sized cities and rural settlements; spaces of creative economy; points of growth for creative initiatives and projects; digitalization of cultural practices and industries.

The article also presents development trends and contradictions in the economic thinking of personnel for creative industries in the Sverdlovsk region.

FOR CITATION

Verbitskaya N.O., Uchaykina S.N., Vakar L.V. (2022). Personnel for creative industries in the cultural space of the Sverdlovsk region. *Managing culture*. No. 2. Pp. 16–47.

REFERENCES:

- [1] Weinmeister A. V., Ivanova Yu. V. "Cultural industries" and "creative industries": the boundaries of concepts // International Journal of Cultural Studies. – 2017. – no. 1 (26). – P. 38-48.
- [2] Horkheimer M., Adorno T. W. The culture industry: Enlightenment as mass deception // Karl Marx. – Routledge, 2017. – С. 405-424.
- [3] Hezmondalsh D. Cultural industries. M.: HSE, 2014. – 456 p.
- [4] Hawkins D. Creative economy as a culture of renewal // Creative economy and social innovations. - 2014. - Т. 4. - No. 2. - S. 6-9.
- [5] Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – Penguin UK, 2013.
- [6] Sacco P. L., Segre G. Creativity, cultural investment and local development: a new theoretical framework for endogenous growth // Growth and innovation of competitive regions. – Springer, Berlin, Heidelberg, 2009. – С. 281-294.
- [7] Saraf M. Ya. Measurement of cultural space // Space and time. – 2013. – no. 1 (11). – S. 58-68.
- [8] Sacco P. L., Ferilli G., Tavano Blessi G. From culture 1.0 to culture 3.0: Three socio-technical regimes of social and economic value creation through culture, and their impact on European Cohesion Policies // Sustainability. – 2018. – Т. 10. – №. 11. – С. 3923.
- [9] Bystrova A. N. Model of cultural space: border and infinity // Bulletin of the Tomsk State Pedagogical University. - 2008. - no. 1. - S. 95-104.
- [10] Decree of the Government of the Russian Federation of September 20, 2021 N 2613-r "On approval of the Concept for the development of creative (creative) industries and mechanisms for their state support in large and largest urban agglomerations until 2030".
- [11] Koshman L. V. The cultural space of the Russian city of the 19th-early 20th centuries. On the issue of creativity of historical memory // Man and Culture. – 2013. – no. 2. - S. 42-115.