

**Творческие индустрии как социально-культурный фактор развития
современного мегаполиса**

Научный руководитель – Липатова Мария Евгеньевна

Долгих Ядвига Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: yidviga@mail.ru

Конец 60-х - начало 70-х гг. прошлого столетия знаменуется становлением нового этапа социально-экономического развития общества. Развитие информационного общества положило начало для трансформации жизненных ценностей и смыслов, изменения характера труда, системы производства. Этот процесс был стимулирован началом телекоммуникационной революции и процессом компьютеризации: развитие технологий дало толчок к появлению новых товаров и услуг, в том числе в области искусства. Данный этап развития общества также связан с появлением феноменов «глобализации», «сетевое общество», «информационное общество» т.д. Изменения происходят во всех сферах жизнедеятельности общества: экономической, культурной, политической и т.д., так как возникают новые образы потребления, жизненные ориентации и весь нормативно-ролевой комплекс в целом: создаются новые системы ценностей, идеологии, например, рост массовых молодежных движений, в том числе и протестных, направлений в искусстве, следовательно, меняется базовый смысл социальных институтов.

Изменения также произошли в городском пространстве: человек все больше приобщается к городской жизни, в частности, к мегаполису, что требует дополнительных механизмов адаптации индивида. Механизмом приспособления, в первую очередь, выступает новая форма культуры - массовая, для которой характерно приспособление к потребностям широких кругов населения. Именно этот вид культуры способен синтезировать новые стереотипы и эталоны поведения для определенных социальных групп. Массовая культура ориентирована, соответственно, на массовый тип потребления, то есть на всеобщее поглощение материальных благ и формирование соответствующей системы установок и ценностей влечет за собой становление общества потребления.

Важную роль в становлении современных городов - мегаполисов, играет новый вид социально-культурных практик - творческие индустрии. К началу XXI века программа развития творческих индустрий, как инновационная модель развития городов, стала приоритетной в странах Восточной Европы, Азии, Латинской Америки и т.д. Благодаря деятельности творческих индустрий, возрастает конкурентоспособность многих секторов экономики. В центре внимания творческих индустрий находится современная культура, так как она связана с современной действительностью, которая требует постоянных обновлений и экспериментов. В современном городском пространстве не редко встречается проблема конкурентоспособности городской среды с позиции ее привлекательности не только для туристов или мигрантов, но и для самих жителей, а так же развития социальной сферы и человеческого капитала. Творческие индустрии помогают решить эту проблему, создавая специальные творческие кластеры, развивающие данное направление, тем самым решая проблему трансформации и развития городского пространства, культуры, досуговой деятельности и т.д. Творческие индустрии отстаивают не только право на первое место в сфере туризма, но и помогают сохранить культурное наследие, а так же формируют новые рабочие места, привлекая профессионалов в свою сферу деятельности. Особенность

творческих индустрий заключается в том, что они находятся на пересечении культуры и творчества и коммерции. То есть, с одной стороны, идет непрерывный процесс создания творческих продуктов, а, с другой стороны, задача творческих индустрий - реализовать результат своей деятельности на рынке: продать книгу, фильм, дизайнерский проект и т.д., иными словами, продается идея. Данную тенденцию несложно заметить: любая творческая профессия сопровождается наличием менеджеров, которые знают, как правильно подать и продать «товар».

Проблематика трансформации понимания культуры занимались многие исследователи, среди которых следует выделить Д. Тросби, Б. Фрейя, А. Кламера, Дж. О'Коннора, А. Рубинштейна, М. Матецкую, Е. Зеленцову, Н. Федотову и др. Изучение города как социокультурного пространства занимались как классики социологии (М. Вебер, В. Зомбарт, Э. Дюркгейм и др., исследуют город через определения детерминант их образования), так и представители географической школы (В.П. Андросова, К.И. Арсеньева, Н.А. Рожкова и др.).

В рамках данного исследования был задействован комплекс методов, однако основу методологии составили, в первую очередь, качественные методы социологии. Для реализации поставленных задач был использован метод контент-анализа, то есть метод изучения текстовой и графической информации, фиксации и анализа определенной информации, которая поможет достичь намеченную цель. Так как данная проблематика уже имеет частичное освещение в публикациях, был востребован методом анализа вторичных данных.

Анализ ряда вопросов показал, что творческие индустрии - это феномен современного искусства, являющаяся неотъемлемой частью социокультурного пространства и отражающий множество аспектов жизни, таким образом определяемое как особую форму общественного бытия. Так же, образ городского пространства во многом зависит от направления деятельности творческих индустрий.

Источники и литература

- 1) Зеленцова Е. Культурные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследований [Электронный ресурс] // www.mista.in.ua 16.О'Коннор Дж. Культурная политика как влияние: Экспорт идеи «творческих индустрий» в Санкт-Петербург // Творческие индустрии в России. Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 3. М.: Институт культурной политики, 2004. С. 12-34.
- 2) Маршалл Маклюэн. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.
- 3) Парк Р. Избранные очерки: Сб. переводов. / РАН ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии; Сост. и пер. с англ. В. Г. Николаев; Отв. ред. Ефременко Д. В. — М., 2011. — 320 с.
- 4) Социальная философия: словарь / под общ. ред. В. Е. Кемерова, Т. Х. Керимова. - М.: Академический Проект, 2003
- 5) Тулигинова И.В. Социокультурное пространство современного города: автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Тулиганова И.В.; [Место защиты: Сарат. Гос. Ун-т им. Н.Г. Чернышевского]. Саратов, 2009. — 17 с.
- 6) Флеминг Т. Креативная экономика, дизайн и городское развитие – трудности и возможности. Видео лекции. // Творческие индустрии, 2010