

Научная статья
<https://doi.org/10.23672/SAE.2024.4.4.030>
УДК 748.31



МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ КРЕАТИВНЫМИ ИНДУСТРИЯМИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СООБЩЕСТВАМИ В РОССИИ

Терешкина Т.А.

Институт экономики и управления Северо-Кавказского федерального университета

Аннотация. Цель. Целью данной статьи является систематический анализ механизмов взаимодействия между креативными индустриями и профессиональными сообществами, а также выявление вызовов и предложение рекомендаций для эффективного сотрудничества.

Методы. В статье рассмотрены проблема отсутствия четких рекомендаций по современным механизмам взаимодействия между креативными индустриями и профессиональными сообществами. Основными методами работы стали анализ имеющейся информации и метод экспертной оценки. С их помощью были описаны профессиональные сообщества, которые функционируют в России и направлены на развитие креативных индустрий.

Результаты. Результатом данного исследования стали рекомендации по эффективному взаимодействию между профессиональными сообществами и креативными индустриями, которые представлены в статье.

Выводы. Сделан вывод о том, обмен знаниями и опытом, системность знаний и просветительская работа в части креативных индустрий являются основными механизмами, которые способствуют развитию в обеих сферах. Проведенный анализ показал, что понимание этих механизмов и решение вызовов, с которыми сталкиваются обе сферы, поможет улучшить их эффективное взаимодействие и способствовать дальнейшему развитию обеих сторон.

Ключевые слова: креативная индустрия, профессиональные сообщества, культурные инициативы, креатив, креативная деятельность.

MECHANISMS OF INTERACTION BETWEEN CREATIVE INDUSTRIES AND PROFESSIONAL COMMUNITIES IN RUSSIA

Tatyana A. Tereshkina

Institute of Economics and Management, North Caucasus Federal University

Abstract. Purpose. The purpose of this article is to systematically analyze the mechanisms of interaction between creative industries and professional communities, as well as identify challenges and propose recommendations for effective cooperation.

Methods. The article addresses the problem of the lack of clear recommendations on modern mechanisms of interaction between creative industries and professional communities. The main methods of work were the analysis of available information and the method of expert assessment. With their help, professional communities that operate in Russia and are aimed at developing creative industries were described.

Results. The result of this study was recommendations for effective interaction between professional communities and creative industries, which are presented in the article.

Conclusions. It is concluded that the exchange of knowledge and experience, systematic knowledge and educational work in the creative industries are the main mechanisms that contribute to development in both areas. The analysis showed that understanding these mechanisms and solving the challenges faced by both areas will help improve their effective interaction and contribute to the further development of both sides.

Keywords: creative industry, professional communities, cultural initiatives, creativity, creative activity.

Введение.

На сегодняшний день наблюдается активный рост развития креативной индустрии во всем

мире. 2021 год был объявлен Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития на 74-й Ассамблее ООН. Креатив-

ная индустрия — одна из наиболее быстрорастущих секторов мировой экономики, на долю которой приходится 3% мирового ВВП и более 29,5 миллионов рабочих мест по всему миру [1].

Под креативной индустрией понимается отрасль, деятельность которой сосредоточена на индивидуальном творчестве сотрудников, их навыках и таланте, что позволяет создавать интеллектуальную собственность [2].

Обсуждение. Особую роль в развитии креативной индустрии сыграли труды российских ученых и специалистов, в частности, Семенковой Е.В., Иньковой С.А., которые выявили особенности развития модели креативных индустрий в России и эффективные механизмы ее развития. Авторы отмечают, что креативная индустрия является одной из самых активно развивающихся во всем мире, чему свидетельствуют мировые показатели ее устойчивого развития. На основании этих работ были изучены имеющиеся на сегодняшний день механизмы развития креативных индустрий.

В работе Кислов А.Г., Феоктистов А.В., Шапко И.В., Якушева К.Н. представлены основные механизмы взаимодействия креативной индустрии с профессиональными сообществами. Авторы отмечают, что в креативной индустрии существенно отличаются как инструменты управления сотрудниками, так и механизмы взаимодействия с другими организациями и профессиональными сообществами. На основании этой работы были представлены такие механизмы как нетворкинг и образование, рассмотрены их особенности, преимущества и недостатки.

Особую роль в развитии креативной индустрии играют профессиональные сообщества, которые позволяют привлекать талантливых специалистов и молодежь [3]. Креативная индустрия направлена на создание культурных продуктов — будь то знания, произведения искусства, одежда, проведение выставок или написание книг и статей.

Можно выделить два типа таких сообществ, которые функционируют в России [4]:

1. Профессиональные сообщества, которые объединяют одну отрасль. Граждане, которые хотят развивать свои таланты и возможности вступают в профессиональные сообщества. Ярким примером могут быть сообщества (ассоциации, союзы) тележурналистов, дизайнеров, архитекторов, преподавателей, художников, музыкантов, IT –специалистов и др.

2. Профессиональные сообщества, которые объединяют креативные индустрии. Сегодня созданы различные профессиональные сообщества (федерации, ассоциации), которые объединяют все направления креативной индустрии.

Этьен Венгер, автор основополагающей книги «Культивирование сообществ», определяет профессиональные сообщества следующим образом: «... группы людей, которые разделяют озабоченность, набор проблем или страсть к определенной теме и которые углубляют свои знания и опыт посредством взаимодействия на постоянной основе» [5].

На основании этого определения и практического опыта профессиональных сообществ в области развития креативных индустрий можно выделить следующие их общие черты:

1. Способствуют развитию креативных индустрий (проводят обучение, встречи, совместные мероприятия, консультации и т.д.).

2. Проводят совместные межсекторальные исследования и разработки, которые объединяют различных участников из сообщества, образования в консорциумы на местах, которые создают новую культуру, экономические, социальные и культурные результаты.

3. Вместе они работают над созданием сети обмена опытом, распространяя модели партнерства в других профессиональных средах.

Профессиональные сообщества могут сильно отличаться друг от друга. Некоторые из параметров, по которым они могут различаться включают: членский состав (например, очень однородный или очень разнообразный); дисперсия (небольшие международные виртуальные сети, ориентированные на сообщество); и цель (очень четко определенная цель или широкая и далеко идущая). Профессиональные сообщества включают в себя следующие объединения [6]:

- общественные организации;
- высшие учебные заведения (ВУЗы);
- местные органы власти;
- третий сектор (трасты, фонды, благотворительные организации);
- предприниматели.

Данная модель профессионального сообщества способствует созданию адаптивной и гибкой структуры, в которой предприниматели, государственные, частные организации и организации гражданского общества могут участвовать вместе.

Многие профессиональные сообщества используют подход «предпринимательского от-

крытия», привлекая более широкий перечень заинтересованных сторон [7]. Это позволяет им привлечь различных участников с общими интересами, направленных на развитие креативных индустрий. Такие участники предоставляют различные методологии, ориентированные на внешний мир, которые охватывают широкое понимание партнерской работы и сообществ, чтобы включать в себя все заинтересованные стороны.

Таким образом, профессиональное сообщество повышает устойчивость развития креативной индустрии, снижает риски, способствует обмену и передаче знаний, а также расширяет возможности предпринимателей по привлечению внутренних и внешних инвестиций в свою культурную экосистему.

Результаты.

Следует отметить, что в России не существует единой модели профессионального сообщества, подходящей для всех. Они различаются по уровню знаний, формам взаимодействия, местонахождению, глубине партнерства и целям. При этом основной целью профессиональных сообществ остается достижение поставленных ею целей.

Для эффективного развития механизмов взаимодействия между профессиональными сообществами и креативной индустрией необходимо:

1. Повышать осведомленность общественности о потенциале креативных индустрий. Необходимо существенно изменить общее отношение населения к культуре и творчеству. Следует показать, что креативная индустрия и творчество являются частью повседневной жизни каждого человека, инструментом развития экономики, а также процессом междисциплинарного сотрудничества и источника занятости населения. Все заинтересованные стороны, участвующие в процессе развития культуры и креативных индустрий в пределах своих возможностей и в ходе общения с общественностью, должны подчеркивать возможности, которые данный сектор предоставляет для экономического развития страны и общества, в целом.

2. Обе стороны (профессиональные сообщества и креативная индустрия) должны получать максимальную пользу и выгоду от партнерства. Необходимо рассмотреть возможность создания на базе профессионального сообщества политики коммуникации и признания, например, выдача сертификатов, церемоний общественного признания, отзывов об успешном партнерстве,

чтобы стимулировать постоянное или более широкое участие предприятий в деятельности профессиональных сообществ.

3. На этапе развития взаимодействия профессионального сообщества и креативных индустрий должно играть более важную роль управление системой знаний, которые лежат в основе сообщества. Это включает в себя создание карт знаний, организацию ресурсов и т. д. Здесь особенно важны хорошо отлаженные рамки для создания и обмена знаниями. Сектор высшего образования должен играть более активную роль в развитии креативного предпринимательства – это предполагает прямое сотрудничество с отраслями, лидерство и развитие предпринимательских навыков у студентов, создание креативных инкубаторов и разработку новых бизнес-моделей в рамках этих организаций, активную координацию с бизнесом.

4. Необходимо создавать механизмы привлечения талантливой молодежи и уязвимых групп граждан в креативную индустрию.

Во-первых, участника творческих индустрий зачастую являются молодые люди, женщины и мигранты.

Во-вторых, креативные отрасли позволяют бизнесу начинать с относительно ограниченными инвестициями по сравнению с другими отраслями, поскольку может отсутствовать необходимость в средней и крупной промышленной инфраструктуре. Помимо сравнительной легкости, с которой уязвимые группы могут участвовать в творческих индустриях, тот факт, что культурное наследие и творчество высоко ценятся в этих отраслях, может служить общественной поддержкой для наиболее уязвимых групп.

Результат достижения целей таких сообществ измеряется не только созданием единой площадки для людей, развивающих креативные индустрии, но также выражается через создание более широкой экосистемы. [8] Эта экосистема направлена на создание новых знаний, продуктов, рабочих мест, навыков, бизнеса и гражданского партнерства в области креативной индустрии.

Цели и задачи профессиональных сообществ способствуют развитию различных механизмов взаимодействия между ними и креативной индустрией.

В первую очередь, все сообщества построены на принципе: «чем выше уровень доверия между людьми в сообществе, тем больше шансов у предпринимателей успешно начать бизнес в креативной индустрии» [9]. Для этого профессиональные сообщества применяют такой механизм

взаимодействия как нетворкинг - проведение общих встреч, различных мероприятий (форумы, бизнес-завтраки и т.д.) [10].

Профессиональные сообщества в этом случае способствуют формированию доверия между участниками нетворкинга. Таким образом, им лучше всего начинать взаимодействие с креативными индустриями со встречи или семинара, чтобы обеспечить личный контакт и инициирование отношений.

Не менее важной задачей координатора профессионального сообщества должно стать стремление поддерживать жизнь сообщества, обеспечивая личные встречи. Основной проблемой профессиональных сообществ при взаимодействии с креативными индустриями является текучесть кадров. В связи с этим профессиональным сообществам для поддержания энергии потребуется постоянный набор сотрудников, а также понимание того, что роли и обязанности между членами должны со временем меняться.

Еще одним основным механизмом взаимодействия между профессиональными сообществами и креативной индустрией является организация процесса образования предпринимателей. Такое образование может быть организовано на базе профессионального сообщества. Помочь организовать данный процесс для профессионального сообщества могут высшие учебные учреждения и образовательные организации, которые входят в их состав. Прочные отношения профессиональных сообществ с сектором высшего образования и другими общественными организациями могут помочь предпринимателям креативной индустрии обеспечить хорошее профессиональное образование.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Литература:

1. Лавров М.Н., Семенкова Е.В. Перспективы развития стратегического партнерства Киргизия и Узбекистана // *Тенденции развития науки и образования*. 2024. № 105-8. С. 150-152.
2. Колпацникова А.А., Абрамов А.Н., Лавров М.Н. Проблемы развития регионального интеллектуального капитала // *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право*. 2020. № 1. С. 31-33.
3. Инькова С.А. Креативные индустрии. Основные понятия и направления деятельности. *Интернаука*. 2022. № 45-2 (268). С. 49-50.

Инициативы в области знаний и обучения направлены на поддержку и развитие профессиональных сообществ для обеспечения эффективного создания и обмена знаниями.

Образование как механизм взаимодействия между профессиональными сообществами и креативной индустрией способствует также:

- обмену лучшими практиками и примерами успешных кейсов в сфере политики и отдельных проектов;

- распространению ежеквартальных бюллетеней о местных и международных тенденциях и событиях;

- распространению информации о примерах успешного сотрудничества между профессиональными сообществами и организациями креативной индустрии;

- выявлению примеров креативного мышления и интеграция креативных подходов в бизнес-сфере.

Заключение.

Подводя итог, можно сформулировать следующую мысль: обмен знаниями и опытом, системность знаний и просветительская работа в части креативных индустрий являются основными механизмами, которые способствуют развитию в обеих сферах. Понимание этих механизмов и ответ на вызовы, с которыми сталкиваются креативные индустрии и профессиональные сообщества, поможет улучшить их эффективное взаимодействие и способствовать дальнейшему развитию обеих сторон.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

4. Кислов А.Г., Феоктистов А.В., Шапко И.В., Якушева К.Н. Ориентиры подготовки кадров для креативных индустрий. // *Профессиональное образование и рынок труда*. - 2023. - Т. 11. - № 4 (55). - С. 47-76.

5. Etienne Wenger, Richard McDermott and William M. Snyder, *Cultivating Communities of Practice*// MA: Harvard Business Press, 2002 г.

6. Смиховская А.В. Школа креативных индустрий - будущее или настоящее // В книге: *Традиции и новаторство в культуре и искусстве: связь времен. Сборник статей по материалам XI Всероссийской научно-практической конференции*. Астрахань, 2023. С. 201-206.

7. Прилепина В.Р. Оценка роли развития креативных индустрий в экономике страны и регионов // *Экономика нового мира*. 2022. Т. 7. № 1 (24). С. 6-22.

8. Рудакова О.В., Матвеев В.В., Анненкова А.А. Культурные и креативные индустрии: сущность, классификация, тенденции развития в мире и в России // В книге: *Трансформация социально-культурной сферы в современных условиях: экономико-управленческие аспекты*. Анненкова А.А., Амеличкин А.В., Петрище В.И., Соловьева И.А., Митин Д.В., Мокеева Е.Ю., Мерцалова А.А., Рудакова О.В., Матвеев В.В., Михайлина А.В., Мусарыгина Е.А. Курск, 2022. С. 84-104.

9. Васильева Е.В., Коршунов А.В., Останина Е.В. Проблемы проектирования модели развития креативных индустрий в России // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 9-14.

10. Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // *Креативная экономика*. 2020. Т. 14. № 11. С. 2875-2898.

References:

1. Lavrov M.N., Semenkov E.V. Prospects for the development of strategic partnership between China and Uzbekistan // *Trends in the development of science and education*. 2024. No. 105-8. pp. 150-152.

2. Kolpashchikova A.A., Abramov A.N., Lavrov M.N. Problems of development of regional intellectual capital // *Modern science: actual problems of theory and practice. Series: Economics and law*. 2020. No. 1. P. 31-33.

3. Inkova S.A. Creative industries. Basic concepts and areas of activity. *Interscience*. 2022. No. 45-2 (268). pp. 49-50.

4. Kislov A.G., Feoktistov A.V., Shapko I.V., Yakusheva K.N. Guidelines for personnel training for creative industries. // *Professional education and labor market*. - 2023. - Т. 11. - No. 4 (55). - P. 47-76.

5. Etienne Wenger, Richard McDermott and William M. Snyder, *Cultivating Communities of Practice*// MA: Harvard Business Press, 2002 г.

6. Smikhovskaya A.V. School of Creative Industries - Future or Present // *In the book: Traditions and innovation in culture and art: the connection of times. Collection of articles based on the materials of the XI All-Russian Scientific and Practical Conference*. Astrakhan, 2023. pp. 201-206.

7. Prilepina V.R. Assessing the role of the development of creative industries in the economy of the country and regions // *Economics of the New World*. 2022. Т. 7. No. 1 (24). pp. 6-22.

8. Rudakova O.V., Matveev V.V., Annenkova A.A. Cultural and creative industries: essence, classification, development trends in the world and in Russia // *In the book: Transformation of the socio-cultural sphere in modern conditions: economic and managerial aspects*. Annenkova A.A., Amelichkin A.V., Petrishche V.I., Solovyova I.A., Mitin D.V., Mokeeva E.Yu., Mertsalova A.A., Rudakova O.V., Matveev V. O.V., Mikhailina A.V., Musarygina E.A. Kursk, 2022. pp. 84-104.

9. Vasilyeva E.V., Korshunov A.V., Ostanina E.V. Problems of designing a model for the development of creative industries in Russia // *Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N.I. Lobachevsky. Series: Social Sciences*. 2022. No. 3 (67). pp. 9-14.

10. Kazakova M.V. Cultural and creative industries: boundaries of concepts // *Creative Economy*. 2020. Т. 14. No. 11. P. 2875-2898.

Информация об авторе:

Терешкина Татьяна Александровна, аспирантка кафедры социологии, Институт экономики и управления Северо-Кавказского федерального университета, г. Ставрополь, Россия, tatereshkina@mail.ru

Tatyana A. Tereshkina, Postgraduate student, Department of Sociology, Institute of Economics and Management, North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia.