

- Соловьева съ тремя портретами и автографомъ. Подъ редакціей и съ примечаніями С. М. Соловьева и Э. Л. Радлова. Второе издание. СПб.: Книгоиздательское Товарищество «Просвещение», 1911–1914 (факсимильное издание). Т. 3. С. 39–80.
3. *Селье Г.* От мечты к открытию. М.: Прогресс, 1987. С. 17–22.
4. *Гейзенберг В.* Картина природы у Гёте и научно-технический мир // Гейзенберг В. Шаги за горизонт. М.: Прогресс, 1987. С. 314–315.
5. *Адорно Т. В.* Эстетическая теория. М.: «Республика», 2001. С. 383–384.
6. *Геккель Э.* Лекции по естествознанию и философии. СПб.: Издательство Вестника Знания, 1913. С. 56.
7. *Дёблин А.* Горы моря и гиганты. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011.
8. *Пятигорский А. М.* Является ли будущее «зеленых» розовым? Утопия и демократия // Пятигорский А. М. Избранные труды. М.: Школа Языки русской культуры, 1996. С. 369–372.
9. *Сент-Экзюпери А. де.* Смысл жизни. СПб, Домино, 2010.

**Ю. В. ИВАНОВА**

*Кандидат культурологии, доцент  
НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург*

## **ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ\***

В пространстве актуальных стереотипов за Санкт-Петербургом сохраняются и всячески используются такие именованья как «культурная столица», «город музеев», «блистательный императорский город». Однако в свете изменяющихся экономических, социальных, культурных реалий консервация такого рода «бренда» оказывается проигрышной стратегией. В статье приводятся указания и историко-социальный анализ таких явлений современной культурной жизни города, как творческие кластеры, разнообразные фестивали международного уровня. С точки зрения социальной включенности, такого рода пространства и мероприятия позволяют реализовывать творческие устремления граждан, что является ценностью для культурной жизни города; экономическая составляющая данной ситуации позволяет говорить и как о различного рода финансовых вложений в «культурную сферу», так и о развитии туристической индустрии, отличной от традиционной «экскурсионной» формы. За «творческой индустрией» закрепляется статус доминанты и детерминанты инновационного развития городского пространства. *Ключевые слова:* Санкт-Петербург, творческая индустрия, инновационные проекты, креативный сектор, коммодификация наследия, взаимоотношение экономики и культуры

Одними из самых распространенных стереотипов восприятия Санкт-Петербурга являются образы «культурной столицы России» и «города музеев». Дополняют и отчасти противостоят этим образам классически правильного «пушкинского Петербур-

---

\* Исследование осуществлено в рамках программы фундаментальных исследований НИУ-ВШЭ в 2011 году ТЗ №43.1

га» представления о городе на Неве как о крупном научном или учебном центре России и, шире, Европы. При этом дискурс о Петербурге как о городе инновационном, креативном и (пост)современном только в последние несколько лет начинает звучать на различных научных и общественных форумах. В значительной степени эта тенденция отражает положение России в мире инноваций [1]. Декларируемый курс на модернизацию российской экономики ориентирован преимущественно на технологическую составляющую прогресса и на количественные показатели уровня жизни. При таком подходе за рамками рассмотрения оказываются качественные характеристики, в первую очередь, культурные и социальные, необходимые для процветания регионов. В этом смысле Петербург с его богатейшим культурным наследием является уникальным городом и при развитии творческих секторов культуры может оказаться репрезентативным примером внедрения зарубежной практики креативных индустрий в современных российских условиях.

Западная теория и практика последних лет показали, что для эффективного развития города недостаточно прилагать усилия для консервации классического культурного наследия, необходимо использовать новые способы включения старых культурных объектов в современный контекст и в инновационные практики освоения заложённых в них смыслов и ценностей. На рубеже XX–XXI вв. в прикладных исследованиях культуры появляется новое направление, связанное с анализом творческих секторов, деятельность которых находится на пересечении экономики, культуры и социологии.

В современных городах все большую роль для развития новой, постмодернистской культуры, а также для сохранения накопленного культурного наследия приобретает такой вид предпринимательской активности, как творческие (креативные) индустрии («creative industries»). Наиболее значимым и часто цитируемым определением творческих секторов является дефиниция, данная в 1998 г. британским департаментом культуры, медиа и спорта: «Креативные индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [2]. Эта совокупность видов различных видов экономической деятельности, связанных с творческим использованием информации и основанных на авторском праве. Существенной частью определения творческих индустрий является список сфер, которые входят в понятие «креативных индустрий». Это архитектура и музыка, театр и дизайн, кино и изобразительные искусства, средства массовой коммуникации и реклама, программное обеспечение и сервис в сфере досуга и развлечений, издательское дело и цифровой творческий контент, а также некоторые иные сферы, непосредственно связанные с перечисленными выше.

Понятие «творческих» («креативных») индустрий основано на развитии концепции «культурных индустрий», рассмотренной работами представителей Франкфуртской школы. В изданной еще в 1947 г. книге «Диалектика Просвещения. Философские фрагменты» М. Хоркхаймер и Т. В. Адорно вводят понятие «культуриндустрии»,

не давая, однако, четкой дефиниции данного неологизма. В разделе «Культуриндустрия. Просвещение как обман масс» под культуриндустрией понимается массовая культура, прежде всего в аспекте масс-медиа (это радио, реклама, кино, исполнительское искусство). Как «техника навязывания стереотипов» [3], культуриндустрия представляется у Адорно и Хоркхаймера синтезом искусства и развлечения, основанном на повторении одного и того же: «... культуриндустрия продолжает оставаться развлекательным бизнесом. В силу того, что претворение всех тенденций культуриндустрии в кровь и плоть ее аудитории осуществляется процессом социализации в целом, наличие пережитков рыночных отношений в данной отрасли является лишь способствующим ассимиляции этих тенденций обстоятельством» [4].

В последующие десятилетия концепция «культурных индустрий» претерпела значительные изменения вследствие нескольких взаимосвязанных причин. Во-первых, введенное указанными выше социологами и теоретиками культуры понятие «культурных индустрий» вызвало критику, прежде всего, из-за сложности в определении и восприятии термина «культура». Во-вторых, понятие «культура», воспринимаемое прежде всего в аспекте «высокой культуры» столкнулось с серьезной критикой социологов, деятелей и потребителей культуры как такой социальной феномен, который требует от государства больших затрат, но приносит мало пользы. Культурные продукты, согласно данному мнению, ориентированы в основном на образованный класс. Так, в исследованиях Веры Л. Зольберг, интерпретация высокой культуры в значительной степени означает для западного общества дозированную информацию, достаточную для создания «уважения к символическим вещам, которые контролируют доминирующие группы» [5]. В-третьих, понятие «культурные индустрии» не включало компьютерные технологии, бурно развившиеся в конце XX столетия. Все это потребовало пересмотра концепции «культурных индустрий» и привело к появлению термина «творческие индустрии».

Понятие творческих индустрий соответствует уровню развития постиндустриального общества и включает в себя совокупность различных видов визуальных и исполнительских искусств, медиасреды и технического изобретательства, основанных на индивидуальном творческом начале. У Хоркхаймера и Адорно «культуриндустрии», как в и русском варианте «творческие индустрии», акцентируют преимущественно тот сектор экономики, который означает промышленное производство. Так, например, «die Schwerpunkte der Industrie und Landwirtschaft» – это «ведущие отрасли промышленности и сельского хозяйства», а «культуриндустрия» — это, прежде всего, техника и технология. В связи с этим представляется обоснованным употреблять в качестве термина, родственного английскому «creative industries», понятие «творческие отрасли» или «творческие сектора». Для понимания специфики функционирования творческих отраслей необходимо остановиться на конкретных примерах внедрения креативных фирм в разных городах, а также на таком явлении, как «креативный кластер».

Сконцентрированные на небольшой территории, различные «креативные» предприятия образуют «творческие кластеры», то есть объединения (от англ. — «рой»),

«скопление») нескольких более-менее однородных и/или взаимосвязанных элементов, которые могут рассматриваться как самостоятельные единицы, обладающие специфическими свойствами. Считается, что первыми в мире «креативными кластерами» были аналогичные объединения в английских городах Шеффилд, Манчестер и Ливерпуль, где бывшие промышленные кварталы, оказавшиеся заброшенными из-за экономического кризиса, в 1980-х гг. были перепрофилированы в зоны «креативного производства и потребления». Появившиеся на этих территориях коммерческие объединения и отдельные небольшие фирмы художников, дизайнеров, издателей и компьютерщиков превратили эти «творческие кварталы» в новые городские центры притяжения. По законам экономики, независимые творческие предприятия концентрируются обычно на городских окраинах, где дешевле недвижимость. В некоторых случаях такие креативные кластеры, основанные на использовании ресурсов культуры, начинают соперничать по привлекательности с классическими старыми городскими центрами, становясь зоной притяжения и творческих производств, и творческих способов потребления.

Интересно отметить, что именно в Петербурге, самом европейском из российских городов, возникает первый в нашей стране «проект», который можно назвать «творческим кластером» — это Арт-центр «Пушкинская-10», появившийся в 1989 г. Тогда независимые деятели культуры (художники, музыканты, искусствоведы и пр.) обосновались в пустующем доме на Пушкинской улице. Для создания центра современного искусства была разработана концепция и официально зарегистрирована негосударственная некоммерческая организация Товарищество «Свободная культура». Затем с помощью городских властей здание на Пушкинской улице было реконструировано. За более, чем два десятка лет своей активной деятельности, Арт-Центр «Пушкинская-10» приобрел известность в России и за рубежом. Здесь расположились галереи и концертные площадки, клубы и Арт-Радио, около 40 мастерских художников и музыкантов и Арт-Бюро. «Наследуя культурные традиции Петербурга, в 1998 г. Товарищество учредило в стенах дома на Пушкинской первый в России Музей нонконформистского искусства. В Музее собрана уникальная коллекция произведений «неофициального» искусства второй половины XX века, ранее неизвестных широкому зрителю. При Музее открыты Петербургский архив и библиотека независимого искусства; частью Музея также является авторская галерея «Мост через Стикс», экспозиция которой составлена в сотрудничестве с Государственным Русским музеем и представляет осмысление новейшей истории России в современном искусстве» [6]. Представляется необходимым отдельно отметить фестиваль арт-пространств Петербурга («МАРТ-ПРОСТРАНСТВА»), который был организован в марте-апреле 2011 г. при поддержке «Пушкинской-10».

Проект «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» был запланирован как масштабное событие в сфере современного петербургского художественного андеграунда. Цель проведения данного фестиваля — объединение и поддержка новых «творческих кластеров» Петербурга и усиление их роли в культурной жизни города. Галерея «Квартира Алексея Сергиенко», лофт «Звёздочка», арт-пространство «Вуе-Вуе-Ballet», творческое

пространство «К7», арт-галерея «ZAVOD», участвовавшие в проекте «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА», являются примерами петербургских «креативных кластеров». Кроме этого, все более значимую роль в современной культурной жизни города играют такие «колонии художников и предпринимателей», как арт-пространство «Факел» и лофт-проект «Этажи». Последний из названных «творческих кластеров» объединяет галереи, кафе, хостел и лекционные залы и является популярным не только у жителей северной столицы, но и у гостей города. Таким образом, можно констатировать, что петербургские «креативные кластеры» носят названия «лофты», «лофт-проекты», «арт-пространства», «проекты». Из участвовавших в фестивале «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» «творческих кварталов» одним из самых разносторонних является творческое пространство «К7» (ул. Казанская, 7). В огромном дворе и в необъятных помещениях бывшего завода «Заря» в самом центре города расположились школы танцев и клубы, театр и фотостудии, дизайн-центры, всего больше десятка «креативных фирм». «Частью этого интеллектуального производства являются и творческие индустрии, основанные на прямом использовании ресурсов культуры» [7]. В рамках фестиваля «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» в «К7» и других творческих кластерах были организованы перформансы, мастер-классы, кинопоказы, выставки, семинары и концерты. Именно подобные творческие способы освоения классического культурного наследия или создания новых «креативных продуктов» являются примерами взаимодействия классики и постмодернистской современности, строго выверенного наследия и нестандартных творческих поисков.

В связи с анализом фестиваля «МАРТ-ПРОСТРАНСТВА» невозможно не остановиться на кратком анализе такого важного для Санкт-Петербурга проявления творческой активности в сфере культуры и искусства, как различные культурные фестивали. По данным Института культурных программ, в «северной столице» в течение года проводится около 300 различных фестивалей и конкурсов по тематике культуры и искусства. Множество фестивалей посвящены классической, джазовой и популярной музыке, классическому и современному танцу, а также русской литературе, флористике, музеям, театральной деятельности, этнической культуре (русской, японской, шотландской и иным), моде, экологии, байкерам и любителям анимэ. Спектр тематики и названий фестивалей и конкурсов отсылает к такому понятию современного менеджмента, как «бренд». В целом, можно констатировать, что культурные фестивали Петербурга в большинстве случаев отсылают или к стереотипу города как «культурной столицы», или представляют те или иные «подбренды» петербургского «бренда». Так, классическую (в том числе императорскую) петербургскую культуру представляют фестивали, имеющие в своем названии отсылку к старому Петербургу, к известным петербургским памятникам или к известным жителям города (например, «Адмиралтейская музыка», День памяти А. Пушкина, «Музыкальный Эрмитаж», «Дефиле на Неве», «Культурная столица», «Петербургская музыкальная весна», «Дельта Невы», «Императорские сады России», «Венок славы Александра Невского» и др.) Ориентация на период «белых ночей» отразилась в названиях таких фестивалей, как Международный музыкальный фестиваль «Звезды белых ночей» и «Белая ночь ро-

мантической музыки». Традиционную (православную и этническую) русскую культуру представляют: «Масленица», «Академия православной музыки», «Славянское кольцо», «Русская сказка», «Роман Сладкопевец» и пр. Большинство петербургских фестивалей и конкурсов являются международными (имеют в своем названии слова «международный», «открытый» или посвящены культуре иных стран). Среди представленных на официальном сайте Администрации С.-Петербурга [8] таких фестивалей и конкурсов больше 60% (например, «Дни культуры Шотландии», «Фестиваль балтийских городов», «День Европы», «Интерфолк», «Все флаги» или Фестиваль традиционной японской культуры «Сад удовольствий»).

Подобные конкурсные и фестивальные проекты включают в себя обычно как классическое наследие и пространство «высокой культуры», так и новые художественные поиски. С одной стороны, примерно половина проводимых в «северной столице» фестивалей получает финансовую и информационную поддержку Комитета по культуре Администрации Санкт-Петербурга, с другой стороны, многие из фестивалей самостоятельно ищут спонсоров и, надо констатировать, преуспели в этом. В целом, фестивальное движение в городе на Неве получило первый значительный импульс своего развития после разработки в 1997 г. «Стратегического плана Санкт-Петербурга», постулировавшего необходимость внедрять «бренд» города как «культурной столицы России» и сформулировавшего задачу 2.3.2: «Усилить значимость Санкт-Петербурга как культурной столицы, места проведения общественных акций мирового значения»[9]. В дальнейшем фестивали и конкурсы получили содействие в своих организации и проведении в виде отдельной строки в бюджете Петербурга.

Однако, было бы неправильным сводить взаимоотношения культуры и экономики к классической проблеме необходимости государственной поддержки сферы культуры. Уже в ходе подготовки к празднованию 300-летия Петербурга городская культура была осознана и отражена в «Стратегическом плане» не в качестве вторичного феномена, а как одна из центральных сфер жизни города, без которой невозможно ни его развитие, ни процветание, ни интеграция в мировую экономику и информационную среду. «Привлекательность городской среды, особенно в центральной части города, высокий уровень образования и культуры горожан, их любовь к родному городу, романтический, притягательный образ Санкт-Петербурга, важное место, занимаемое им в мировой культуре и современной экономике - вот та основа, на которой может строиться стратегия развития города, привлечения сюда средств и ресурсов» [9].

Невозможно при этом рассматривать ни роль классического культурного наследия Петербурга, ни роль новых «творческих секторов» без анализа туристской привлекательности города. Расширение сферы создания нового культурного продукта создает новые коммерческие фирмы, связанные с творчеством и приводящие к положительным изменениям социального климата в городе. Это также способствует улучшению международного имиджа Петербурга как «культурной столицы России». Развитие «культурного туризма» в различных городах мира привело к созданию такого нового направления, как индустрия впечатлений, под которой понимается не только индустрия развлечений, но и индустрия вовлечения в событие или процесс. Это могут быть мастер-класс или интерактивная экскурсия, участие в выборе победи-

телей творческого конкурса или встреча с известными людьми (художниками, актерами, музыкантами и т.п.), участие в семинаре, «круглом столе» или «квест» (задания с ориентированием на местности).

Подобные интерактивные мероприятия, превращающие традиционный туризм с его строгой маршрутизацией («посмотрите налево, посмотрите направо») в интересное приключение, которое дает новый жизненный опыт, в значительной мере активизируют городское пространство, придавая ему новые измерения. «Креативные кластеры», организуемые в бывшей «промышленной зоне», создают новые центры притяжения горожан и гостей Петербурга, дополняя бренд «северной столицы» в качестве роскошных и стильных декораций различных престижных мероприятий от Петербургского экономического форума до свадеб частных лиц. Новым «лицом» города на Неве наряду с брендом «блистательного Петербурга» может стать бренд «креативного Петербурга».

Описанные выше примеры внедрения «творческих секторов» в Петербурге сложно трактовать однозначно. С одной стороны, креативное предпринимательство можно рассматривать с точки зрения теории коммодификации наследия. В современной теории менеджмента одним из наиболее эффективных и значимых механизмов управления культурными ресурсами является теория коммодификации (товаризации) наследия, которая заключается в превращении культурного или исторического ресурса в товар или продукт. С другой стороны, в современном крупном городе сохранение культурного наследия невозможно без его дальнейшего достойного развития, видоизменения и обновления. Одним из таких, несомненно, важных для петербургской культуры механизмов могли бы стать «креативные сектора» и «творческие фирмы».

Развитие креативных индустрий могло бы стать важным импульсом развития в России в целом. Особенно эта тема актуальна для Санкт-Петербурга из-за его амбивалентного географического и историко-культурного положения, т.к. он является одним из важнейших в нашей стране культурных, туристических, образовательных и художественных центров. При этом Петербург традиционно воспринимается как город-музей, слава которого связана с его блистательным прошлым, контрастирующим с довольно блеклым настоящим. Активное и плодотворное взаимодействие в северной Пальмире культурного наследия и креативных индустрий способно привести к положительным изменениям в культурной и иных областях жизни Санкт-Петербурга, а также к развитию творческой самореализации горожан как важной ценностной доминанты. Творческие сектора, соответствующие постиндустриальному уровню развития общества, оказываются, таким образом, детерминантой инновационного развития городского пространства.

\*\*\*

1. Так, в рейтинге 130 инновационных государств (INSEAD Global Innovation Index) за 2008-2009 гг. Россия находится на 68 месте, между Панамой и Румынией.
2. Department for Culture, Media and Sport (1998) Creative Industries Mapping Document URL: <http://www.creativitycultureeducation.org/research-impact/exploreresearch/creative-industries-mapping-document-1998,10,PAR.html> Дата обращения 29.12.2011.

3. Это парафраз цитаты: «техникой навязываемого всевластия стереотипов» из: *Хоркхаймер М., Адорно Т. В.* Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М., СПб.: Медиум, Ювента. 1997. С. 170.
4. Там же.
5. *Zolberg, Vera L.* American Art Museums: Sanctuary or Free-For-All? in: *Social Forces*, Vol. 63 No 2 (Dec. 1984), p. 378.
6. Сайт Арт-центра «Пушкинская-10» URL: <http://www.p-10.ru/about-2/> Дата обращения 19.01.2012.
7. *Гнедовский М. Б.* Творческие индустрии: Стратегия инновационного развития. URL: <http://old.interstudio.ru/projects/doclads/gnedovsky.htm>. Дата обращения 07.11.2011.
8. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. URL: <http://www.gov.spb.ru/culture/2006> Дата обращения 21.02.2012.
9. Стратегический план Санкт-Петербурга URL: <http://cntd.murmansk.ru/redirs.php?http://www.cntd.murmansk.ru:3000/noframe/law?d&nd=8334018> Дата обращения 22.02.2012.

### **Г. К. КАСУМОВА**

*Кандидат философских наук, доцент  
Бакинский государственный университет*

### **ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Процесс глобализации с необходимостью подразумевает изменение ценностной парадигмы, лежащей в основе культуры. Учитывая исторический характер формирования ценностей, можно утверждать, что возникает проблема трансформации и в то же время сохранения целостности ценностного ядра культур на постсоветском пространстве. *Ключевые слова:* аксиология, глобализация, иерархическая система ценностей

Анализируя социально-философский аспект трансформации ценностей в современном мире, мы пришли к следующим выводам.

Один из аспектов проблемы социокультурной трансформации — проблема трансформации духовных ценностей в современном мире, так как ценности органично вплетены как в социальный, так и в культурный контекст и, более того, могут рассматриваться как смыслообразующие.

Существенным фактором трансформации ценностей в современном мире является глобализация. Влияние глобализации на духовные ценности очень значительно по своим социокультурным последствиям. Если исходить из понимания глобализации как стремления человечества сохранить многообразие культур, но при этом достичь цивилизационного единства, то этот процесс невозможен без формирования новой парадигмы культуры, выражающей современные тенденции развития мирового общества. Общеизвестно, что в основе любой культуры лежит определенная система ценностей и изменение культурной парадигмы предполагает изменение ценностной системы, лежащей в ее основе. Таким образом, если мы положительно принимаем идею глобализации человечества, мы должны быть готовы к становлению новой парадигмы культуры с качественно иной системой ценностей.