

Человек и культура

Правильная ссылка на статью:

Шатилов В.В. Творческие индустрии и границы креативности: культурологический анализ постиндустриальной реальности // Человек и культура. 2025. № 5. DOI: 10.25136/2409-8744.2025.5.74665 EDN: BXUQVA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=74665

Творческие индустрии и границы креативности: культурологический анализ постиндустриальной реальности

Шатилов Вадим Вадимович

кандидат философских наук

зав. кафедрой; кафедра теории и истории искусств; Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского

291001, Россия, Луганская область, г. Луганск, Красная площадь, 7

✉ holy-grail@mail.ru



[Статья из рубрики "Философия культуры"](#)

DOI:

10.25136/2409-8744.2025.5.74665

EDN:

BXUQVA

Дата направления статьи в редакцию:

01-06-2025

Аннотация: Предметом настоящего исследования выступает феномен творческих индустрий как форма культурной и социальной организации в условиях постиндустриального общества, переживающего радикальные трансформации. Особое внимание уделяется креативности, рассматриваемой не только как источник экономической ценности, но и как универсальный ресурс адаптации, формирования идентичности, устойчивости личности и символической включённости в культурную среду. В фокусе анализа – процессы институционализации креативной экономики, трансформация понятий «творчество» и «индустрия» в современном культурном дискурсе, а также расширение круга субъектов творческой деятельности. Исследование охватывает как художественные, так и нефункциональные формы творчества, выявляя их значение в контексте социальных изменений, цифровизации, урбанистического развития, культурной инклюзии и социальной справедливости. Рассматривается также критический потенциал креативности как механизма выхода за пределы нормативного

знания. Исследование опирается на междисциплинарный подход, сочетающий культурологический, философский, социологический и антропологический анализ, с использованием методов сравнительной концептуализации, критического дискурса и интерпретации культурных практик в постиндустриальном контексте. Научная новизна исследования заключается в комплексном междисциплинарном осмыслении творческих индустрий как культурного феномена, выходящего за пределы экономической утилитарности. В работе обоснована необходимость расширенного понимания креативности, включающего нефункциональные, некоммерческие формы творчества и подчёркивающего её роль как ресурса культурной субъектности и социальной инклюзии. Предложена критическая интерпретация понятий «творческий класс» и «креативная экономика» в контексте их культурной и социальной неоднородности. Показано, что в условиях постиндустриальных трансформаций творчество становится важнейшим механизмом адаптации и символического самовыражения для широкого круга акторов. Сделан вывод о необходимости концептуального переосмысления креативности как универсального культурного кода, структурирующего не только экономику, но и образ жизни, формы занятости и новые модели социальной солидарности.

Ключевые слова:

творческие индустрии, постиндустриальное общество, культурная трансформация, творческий класс, креативность, креативная экономика, урбанистическая среда, нефункциональное творчество, социальная инклюзия, символический капитал

В последние десятилетия глобальные социальные и экономические процессы переживают качественные преобразования, обусловленные переходом от индустриальной модели производства к постиндустриальной логике организации общества. Эти изменения затрагивают не только материальную сферу, но и культурные основания современности. Культура, ранее рассматривавшаяся как надстройка над экономикой, всё чаще становится ядром стратегического развития, а творчество – основным условием устойчивости и инновационного роста.

Одним из ярких проявлений данной трансформации стало формирование и институционализация творческих индустрий, объединяющих художественные, технологические и предпринимательские практики, основанные на индивидуальном креативном потенциале. В условиях нарастающей нестабильности, ускорения темпов жизни и разрушения прежних форм занятости творчество приобретает статус не только экономического, но и культурного ресурса, обеспечивающего адаптацию личности к быстро меняющемуся миру.

Тем не менее, широкое распространение понятий «творческие индустрии» и «креативная экономика» сопровождается серьёзными теоретико-методологическими вызовами. Размытость границ между искусством, бизнесом и технологиями, различия в культурных традициях и переводческие сложности порождают необходимость переосмысления этих понятий в контексте гуманитарного знания. Кроме того, доминирующие в международной повестке подходы к креативности часто оставляют за пределами внимания такие важные аспекты, как социальная уязвимость творческих работников, нефункциональные формы творчества и культурная инклюзия.

Российский философ Александр Пятигорский подчёркивал ограниченность традиционных стратегий – приспособления, сопротивления или игнорирования обстоятельств – как

форм реагирования на вызовы времени. Он утверждал: «Ты должен вводить в свое мышление и в свой язык какие-то вещи, которых просто во времени нет... ибо если бы он смог их понять, то у него бы ничего не вышло» [\[11\]](#). Таким образом, результативное преобразование реальности связано не столько с применением рациональных инструментов, сколько с актом креативного прорыва, выходящего за пределы существующего знания.

Творчество в этом контексте предстает не как атрибут исключительно художественной деятельности, но как универсальный антропологический ресурс, обеспечивающий устойчивость и адаптивность личности и сообществ в эпоху постиндустриальных сдвигов. Не случайно в последние десятилетия возрастает интерес к феномену креативности как системообразующему элементу не только культурной, но и экономической реальности.

В культуре Нового времени творчество традиционно связывалось с искусством. Однако в современной социогуманитарной мысли оно всё чаще рассматривается как самостоятельная сила, структурирующая социальное, экономическое и урбанистическое пространство. Симптоматичным в этом отношении является институционализация понятия «творческие индустрии», которое объединило художественные, технологические и предпринимательские практики, опирающиеся на индивидуальное творческое начало и производство интеллектуальной собственности.

Креативный потенциал, будучи изначально не подвержен прямому рыночному контролю, тем не менее был включён в экономический оборот через формирование новой модели городской среды, переосмысление роли культуры в социальной интеграции и развитие альтернативных форм занятости. Примером может служить модель инновационного пространства «Сады у залива» (Сингапур), а также трансформация офисных пространств Google, где архитектура среды направлена на стимулирование генерации новых идей.

Формирование концепции творческой экономики следует рассматривать как ответ на структурные кризисы, обусловленные переходом от индустриальной к постиндустриальной стадии развития. В 1970–1980-е гг. индустриальные центры Европы и Северной Америки столкнулись с деиндустриализацией, утратой производственного потенциала, оттоком капитала и утратой занятости. Масштабное закрытие предприятий, перемещение производств в страны с более низкими издержками стимулировали поиск альтернативных стратегий развития. Одной из таких стратегий стало обращение к культурным и творческим ресурсам как к драйверам городской и экономической трансформации.

Франция, в период, когда пост министра культуры занимал писатель Андре Мальро (1959–1969), первой заявила о приоритетности культуры в государственной политике. В 1960–1990-х гг. аналогичные инициативы начали реализовываться в Великобритании, где были разработаны принципы государственной поддержки творческих индустрий. В результате сформировались новые формы занятости, источники доходов и модели городского развития, основанные на креативных кластерах – локализованных сообществах независимых творческих компаний, объединённых как территориально, так и институционально.

Теоретическое оформление понятийного аппарата новой модели началось в конце 1990-х гг. Поворотной точкой стал Документ по картированию творческих индустрий Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании (1998), в котором определялись творческие индустрии как «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которая несет в себе потенциал создания

добавленной стоимости и рабочих мест путём производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [\[2\]](#).

Понятие «творческое» вскоре вышло за рамки отдельного сектора экономики. В 2000 году была опубликована работа британского урбаниста Чарлза Лэндри «Творческий город» [\[9\]](#), в которой подчеркивается необходимость интеграции человеческого творческого потенциала в стратегическое развитие городов. В том же году американский журнал Business Week вводит в научно-популярный оборот понятие «творческая экономика», что отражает происходящее переосмысление ценности нематериального труда. Кульминацией этого процесса стала публикация книги Джона Хокинса «The Creative Economy» (2001), где акцент был смещён с материального производства на инновационное мышление как источник экономической ценности [\[13\]](#).

Резонанс получила также работа американского социолога Ричарда Флориды «Подъем творческого класса» (2002), где в качестве новой производительной силы рассматривается группа людей, профессиональная деятельность которых связана с созданием нового знания, символов и образов [\[12\]](#).

На протяжении двух десятилетий концепт творческой экономики получил широкое распространение в научной и прикладной сфере. По данным ЮНКТАД, креативные индустрии демонстрировали один из самых высоких темпов роста в мировой экономике – около 7 % в год [\[2\]](#). Объем глобального экспорта творческой продукции увеличился с 208 млрд долл. США в 2002 году до 509 млрд в 2015-м, при этом наряду с экономической эффективностью отмечается их вклад в устойчивое развитие и повышение качества жизни.

На волне успешных моделей, апробированных в Великобритании, собственные программы в сфере творческой экономики начали разрабатывать страны Европы, Юго-Восточной Азии, а также Северной и Латинской Америки. Однако экспортный потенциал России в этой области по-прежнему остаётся ограниченным. Согласно статистике, объём экспорта российских творческих продуктов составил 1,572 млрд долл. США, что превышает показатели Португалии и Словакии, но существенно уступает даже странам Азии второго эшелона, таким как Таиланд (6,105 млрд долл.) и Малайзия (6,066 млрд долл.).

Интересно отметить, что в последние годы такие страны, как США и Великобритания, впервые столкнулись с ситуацией, когда объём импорта творческой продукции стал превышать объём экспорта. В этом контексте Россия демонстрирует положительную тенденцию к выравниванию импорта и экспорта, что может быть интерпретировано как постепенное усиление национального креативного сектора.

Особое внимание в структуре мирового креативного экспорта занимает сфера дизайна, на которую приходится 57 % от общего объема. Однако одним из вызовов остаётся проблема защиты интеллектуальной собственности: открытость рынка сопряжена с риском пиратства и недобросовестного копирования, что делает авторское право ключевым элементом регулирования в сфере творческих индустрий.

Согласно данным ВОИС (Всемирной организацией интеллектуальной собственности), за период 2015–2017 гг. около 20 % всех зарегистрированных патентов в мире приходилось на Китай и Южную Корею, что свидетельствует о смещении инновационной активности в сторону Восточной Азии и подтверждает тезис о «азиатском повороте» [\[7\]](#).

Как подчёркивал Джон Хокинс, ссылаясь на Эда Маккейба: «Творческий подход – лучшее средство победить в недобросовестной конкурентной борьбе» [\[3\]](#). Эта идея находит подтверждение в успешных кейсах компаний, чьи бизнес-модели основаны на нестандартных стратегиях: от Apple и Uber до WeChat и TikTok.

Расширение понятийного поля творческой экономики сопровождалось вовлечением в её орбиту целого ряда феноменов, ранее осмыслявшихся преимущественно в социально-градостроительном или экономико-управленческом контексте. Среди них – процессы урбанизации, формирование общественных пространств как институциональной формы культурной активности, развитие творческого и технологического предпринимательства, а также активизация городских сообществ в культурном производстве.

Креативные индустрии стали органично интегрироваться в стратегическое развитие мегаполисов, где они воспринимаются не просто как источник прибыли, но как инструмент социокультурной трансформации. Общественные пространства – парки, культурные центры, городские набережные, реконструированные промышленные зоны – выступают не только как места потребления досуга, но и как площадки для генерации культурных смыслов и новых форм занятости.

Подобная трансформация носит системный характер. Общественные пространства становятся неотъемлемой частью креативной инфраструктуры, одновременно выполняя функции среды, экономики и символической репрезентации. Как отмечается в исследовательских отчётах, развитие городских парков в Москве в период 2011–2015 гг. способствовало возникновению более 500 малых творческих бизнесов. Эти данные были собраны в ходе анализа, проведённого одним из авторов настоящей работы при участии дирекций парков и культурных центров.

Нью-йоркский проект High Line и московский Парк Горького стали знаковыми примерами переосмысления городской ткани через призму креативности. В России бренд «Парк Горького» превратился в метонимию целого культурного феномена – «нового урбанизма», ориентированного на формирование инклюзивной, открытой и экономически активной среды.

Рост значения городских агломераций, их влияние на политические процессы, экономические модели и стили жизни также обусловлены активной ролью креативных индустрий. Стартап-культура и предпринимательская инициатива становятся важнейшими факторами культурного производства. Поддержка инновационного бизнеса, акселерационные программы и технопарки позиционируются как инкубаторы креативных проектов, зачастую балансирующих между технологическим прогрессом и эстетической интенцией.

Показательна тенденция, при которой значительная часть новых бизнесов декларирует свою причастность к креативному полю, даже если основной вектор их деятельности носит сугубо технический характер. Участие в международных конкурсах, таких как «Creative Business Cup», или активация креативного компонента в рамках стартап-политик свидетельствуют об общем тренде на символическую капитализацию творчества в рыночной среде.

Одновременно с этим происходит переосмысление субъекта креативной экономики. Если в начале XXI в., следуя Ричарду Флориде, креативным классом называли преимущественно носителей интеллектуального труда (инженеров, учёных, архитекторов, дизайнеров, журналистов), то в последние десятилетия критика этой

модели усиливается. Концепт креативного класса подвергся деконструкции как форма репрезентации новой элиты – своеобразной касты «креаклов», получающих привилегии, но не обеспеченных социальной защитой.

С другой стороны, критики подчеркивают, что романтизированное представление о креативной профессии маскирует системные проблемы: неустойчивость дохода, отсутствие институциональных гарантий, высокие барьеры входа и дефицит возможностей для профессионального роста вне крупных центров. Как отмечает А. МакРобби, государственная риторика поддержки творческих индустрий зачастую сопровождается свертыванием программ социальной поддержки, перекладывая риски на самих работников [\[4\]](#).

Фактически, многие представители креативного труда, несмотря на высокий образовательный и символический капитал, оказываются в уязвимом положении. За примерами успешных проектов и громких имён скрывается широкая масса временно занятых, самозанятых или маргинализированных творческих работников, для которых нестабильность стала нормой. Таким образом, модель творческой экономики, как и любая социальная конструкция, нуждается в критическом переосмыслении с точки зрения социальной справедливости и культурной инклюзивности.

Одной из ключевых тенденций современного этапа развития креативной экономики становится расширение спектра субъектов творческой деятельности. Традиционно креативный класс связывался с носителями интеллектуального труда, обладающими высоким уровнем культурного и образовательного капитала. Однако в последние десятилетия наблюдается сдвиг в сторону признания творческого потенциала гораздо более широкого круга социальных акторов.

Симптоматичной в этом отношении является критика концепции Ричарда Флориды, согласно которой креативный класс должен стать основой новой социальной стратификации. Эта модель, по мнению критиков, не только воспроизводит социальные неравенства, но и стирает границу между привилегированными творцами и трудящимися, чья деятельность фактически исключается из культурного поля. Более того, она способствует маргинализации самих творческих работников, не вписывающихся в высокодоходный сегмент индустрии: музыкантов, актёров, писателей, дизайнеров, вынужденных совмещать профессиональную деятельность с низкооплачиваемым трудом в сфере обслуживания.

Особую значимость приобретает здесь идея «нефункционального» творчества, то есть деятельности, не ориентированной на коммерческий успех или институциональное признание, но выполняющей важнейшую функцию экзистенциальной и социальной самореализации. В этом контексте творчество предстает не как инструмент карьерного роста, а как механизм личностной и культурной адаптации.

Именно эту перспективу развивает в своих теоретических и художественных практиках Йозеф Бойс (Joseph Beuys; 1921–1986 гг.) – немецкий художник, философ, один из основателей экологического движения и автор ключевой формулы: «Каждый человек – художник» [\[17\]](#). Восходя к идеям немецкого романтизма, Бойс переопределяет понятие искусства как социального действия, в котором акт творчества доступен каждому, независимо от профессии, статуса или уровня подготовки. Его высказывание продолжает: «...и он благодаря своей свободе учится формировать другую позицию в совокупном произведении искусства – будущем общественном порядке» [\[17\]](#).

В этом смысле общество как целое может рассматриваться как Gesamtkunstwerk – синтетическое произведение искусства, формируемое действиями свободных индивидов. Такой подход позволяет включить в круг субъектов креативной экономики работников фабрик, пенсионеров, домохозяек, социально уязвимые группы – всех тех, для кого творчество не является профессиональной деятельностью, но может стать инструментом социального включения и самоосуществления.

Эта концепция приобретает особую актуальность в условиях автоматизации и цифровизации, влекущих за собой радикальное изменение структуры занятости. Значительное число людей оказывается исключённым из производственной сферы в результате технологических преобразований. В этих условиях творческая деятельность становится одним из немногих каналов для обретения новых форм идентичности, символической включённости и социальной полезности.

Именно здесь творчество выступает не как элитарная привилегия, а как универсальный культурный ресурс, позволяющий человеку адаптироваться к изменяющимся условиям, находить смыслы и направления развития за пределами функциональных и рыночных ограничений.

Одной из существенных проблем при интерпретации понятийного аппарата творческой экономики в российском контексте является лексико-семантическое расхождение между ключевыми терминами англоязычной и русскоязычной традиций. В частности, термин «creative industries» представляет собой производную от термина «cultural industries», предложенного в середине XX века Т. Адорно и М. Хоркхаймером в рамках критической теории. Уже само словосочетание «творческие индустрии» воспринимается в русском языке как оксюморон: «творчество» ассоциируется со свободным самовыражением и духовной сферой, тогда как «индустрия» – с серийным производством и экономической рациональностью.

Подобная оппозиция глубоко укоренилась в российском культурном сознании. Она восходит к романтической идее художника как свободного гения, противопоставленного буржуазному миру рынка. Эта оппозиция была дополнительно закреплена советской идеологией, в рамках которой капиталистическое производство считалось по своей сути бездуховным, а искусство – зоной сопротивления и гуманистического высказывания. В результате любые попытки институционализировать творчество в рыночной системе в отечественной дискуссии до сих пор сопровождаются риторикой сомнения и предостережения.

Перевод и использование термина «creative» в русскоязычной среде также вызывает сложности. Формально слово переводится как «творческий», однако в последние годы всё чаще используется его транслитерация – «креативный». Это связано с необходимостью разграничить два семантических пласта: слово «творческий» в русском языке ассоциируется преимущественно с искусством, культурой и духовными профессиями (художник, музыкант, поэт), в то время как «креативный» приобретает более широкий, прагматичный оттенок, связываясь с инновациями, маркетингом, дизайном, менеджментом и другими формами проектной деятельности.

Таким образом, «креативный человек» в актуальной русскоязычной речи – это специалист, способный к генерации новых идей, зачастую в прикладной или коммерческой сфере. В то время как «творческий человек» – носитель культурной одарённости, не всегда связанной с рыночной эффективностью. Именно поэтому в современной научной и переводческой практике допускается сосуществование обеих

форм: «творческие индустрии» и «креативные индустрии», «творческая экономика» и «креативная экономика», «творческий город» и «креативный город». Это расширяет выразительные возможности, но также порождает стилистическую и концептуальную разнородность.

Серьёзную трудность представляет и широта семантического диапазона самого понятия «творчество». В англоязычной литературе слово «creativity» охватывает широкий спектр смыслов – от художественного самовыражения до инженерных решений и нестандартных управленческих стратегий [\[5\]](#). Критики указывают, что такая универсальность способствует идеологическому переопределению творчества в интересах экономической прагматики, размывая границу между культурным смыслом и функциональной эффективностью.

Тем не менее, как в англоязычных, так и в отечественных источниках сохраняется акцент на ключевой характеристике творчества – способности порождать качественно новое. В англоязычной энциклопедии Wikipedia творчество определяется как «мыслительный и социальный процесс, состоящий в порождении новых идей или концепций или новых связей между существующими идеями или концепциями» [\[18\]](#). В российской философской традиции творчество трактуется как «деятельность, порождающая нечто качественно новое, никогда прежде не бывшее» [\[16\]](#).

Значительный вклад в разработку теоретических аспектов креативности внёс американский психолог венгерского происхождения Михай Чиксентмихайи. В своих работах он предложил модель трёхуровневого функционирования творчества: домен (определённая область знаний и практик), экспертное поле (сообщество носителей и хранителей норм домена) и актор (создатель нового, признанного экспертным сообществом) [\[14, 15\]](#). Особое внимание Чиксентмихайи уделял феномену «потока» – состоянию полной включённости в творческую деятельность, характеризующемуся высокой мотивацией, чувством контроля, потерей ощущения времени и слиянием действия с сознанием [\[8\]](#).

Таким образом, понятие творчества в контексте креативной экономики требует уточнённой дефиниции и осторожного применения, учитывающего как культурные различия, так и институциональные особенности. Терминологическая разнородность, отмечаемая как в научной литературе, так и в общественном дискурсе, свидетельствует о незавершённости процесса концептуализации и необходимости дальнейшего междисциплинарного осмысления феномена.

В современной научной и прикладной литературе всё чаще проводится различие между художественным и универсальным (или функциональным) типами творчества. Как отмечает эксперт по развитию творческих индустрий Дэвид Пэрриш, существует, с одной стороны, художественное творчество, охватывающее визуальные искусства, музыку, литературу, дизайн, архитектуру, кинематограф, ремесла, рекламу, – то есть традиционные области, составляющие основу культурных индустрий. С другой стороны, он выделяет более широкий тип творчества, который можно обозначить как изобретательность, инновационность или латеральное мышление. Этот вид креативности проявляется в самых разных сферах: от науки и образования до здравоохранения, сельского хозяйства и военного дела [\[10\]](#).

Подобная типология важна не только с точки зрения анализа структуры креативных индустрий, но и в более широком культурологическом контексте, поскольку позволяет

осмыслить творчество как универсальный антропологический механизм, обеспечивающий адаптацию к меняющимся условиям среды. Именно поэтому в настоящем исследовании творчество рассматривается как «стихия жизни современного человека» – не как отвлечённое эстетическое качество, а как форма продуктивного отношения к миру.

Вопрос о границах жизнеспособности творческого акта представляет особый интерес. В условиях открытого культурного поля, где отсутствуют фиксированные каноны и нормативные иерархии, оценка результата творчества не может опираться лишь на академические критерии. Однако существуют универсальные ценностные координаты, в пределах которых можно говорить о значимости и жизнеспособности произведённого: это ценности истины (познавательное измерение), добра (этическое измерение), красоты (эстетическое воздействие) и пользы (практическая применимость).

Конфликтность этих критериев не устранима, но именно в их напряжённом взаимодействии формируются смысловые и социокультурные качества творческого продукта. Жизнеспособным оказывается то, что актуализирует хотя бы один из этих уровней в культурной или социальной среде. При этом даже неудачные или малозаметные продукты творчества, не получившие широкого признания, играют важную роль – они создают культурную «почву», питательную среду, из которой со временем могут возникнуть значимые явления.

Таким образом, творчество предстает как многогранный и до конца не познанный процесс, в основе которого лежит способность к прорыву за пределы существующего знания, опыта и нормы. Именно в этом контексте актуальны слова Александра Пятигорского о необходимости «употреблять какие-то странные обходные методы, которые действуют, потому что тот, кто их использует, их сам до конца не может понять» [\[11\]](#).

В условиях постиндустриального общества, характеризующегося нестабильностью, ускорением темпов жизни и размыванием привычных форм занятости, именно творчество становится инструментом обретения субъектности, смысловой устойчивости и культурной включённости. Оно не борется со временем и не подчиняется ему, а действует трансформативно – меняя самого человека, его практики и образ мира.

Библиография

1. Charbonnier G. Entretiens avec Claude Levi-Strauss. Paris: Plon et Julliard, 1961. 188 p.
2. Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries. Country profiles 2002–2015, 2018 // UNCTAD. URL: https://unctad.org/en/Publications-Library/ditcted2018d3_en.pdf (дата обращения: 01.06.2025).
3. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. New York: Penguin Books, 2001. 352 p.
4. McRobbie A. Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries. London: Wiley, 2015. 224 p.
5. Pratt A. Cultural Industries and public policy. An oxymoron? // International Journal of Cultural Policy. 2005. No. 11 (1). Pp. 31-44.
6. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. М.: Academia, 2004. 788 с. EDN: QOCVVP.
7. География инноваций: локальные центры, глобальные сети: доклад о положении интеллектуальной собственности в мире за 2019 год. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_944_2019.pdf (дата обращения:

01.06.2025).

8. Колесник В. Creativity по Чиксентмихайи // Kolesnik.ru. 09.06.2008. URL: <https://kolesnik.ru/2008/csikszentmihalyi-creativity> (дата обращения: 01.06.2025).

9. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2005. 399 с.

10. Пэрриш Д. Творчество любит кризис! Творчество во время COVID-19 / Пер. с англ. // Агентство "Творческие индустрии". 29.05.2020. URL:

<http://creativeindustries.ru/rus/publications/33> (дата обращения: 01.06.2025).

11. Пятигорский А. М. Индивид и культура / Беседу вел Ю. П. Сенокосов // Вопросы философии. 1990. No. 5. С. 93-104.

12. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2005. 430 с.

13. Хокинс Дж. Креативная экономика: Как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011. 256 с.

14. Чиксентмихайи М. В поисках потока: Психология включенности в повседневность / Пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2011. 194 с.

15. Чиксентмихайи М. Креативность: Психология открытий и изобретений / Пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 1996.

16. Ярошевский М. Г. Творчество // Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1989. С. 642-643.

17. Фадеева Т. Йозеф Бойс и политическое искусство // Дизайн НИУ ВШЭ: [официальный сайт]. 2020. URL: <https://design.hse.ru/news/2589> (дата обращения: 01.06.2025).

18. Creativity // Wikipedia: the free encyclopedia. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Creativity> (дата обращения: 01.06.2025).

19. Зеленцова Е., Гладких Н. Творческие индустрии: теории и практики. 2-е изд., испр. и доп. М.: Эвербук, 2021. 260 с.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

В журнал «Человек и культура» автор представил свою статью «Творческие индустрии и границы креативности: культурологический анализ постиндустриальной реальности», в которой проведено теоретико-методологическое осмысление феномена творчества и творческой деятельности в постиндустриальную эпоху.

Автор исходит в изучении данного вопроса из того, что глобальные социальные и экономические процессы переживают качественные преобразования, обусловленные переходом от индустриальной модели производства к постиндустриальной логике организации общества. Эти изменения затрагивают не только материальную сферу, но и культурные основания современности. Культура, ранее рассматриваемая как надстройка над экономикой, всё чаще становится ядром стратегического развития, а творчество – приобретает статус не только экономического, но и культурного ресурса, обеспечивающего адаптацию личности к быстро меняющемуся миру, и становится основным условием устойчивости и инновационного роста.

Актуальность темы исследования определяется тем, что широкое распространение понятий «творческие индустрии» и «креативная экономика» сопровождается серьёзными теоретико-методологическими вызовами. Размытость границ между искусством, бизнесом и технологиями, различия в культурных традициях и переводческие сложности

порождают необходимость переосмысления этих понятий в контексте гуманитарного знания. Научная новизна данного исследования заключается в систематизации имеющихся исследований феномена творчества, творческой индустрии как стратегического направления постиндустриальной реальности.

Цель исследования состоит в систематизации культурологических исследований феномена творчества в контексте креативной экономики. В ходе исследования применялись методы теоретического анализа, сопоставления различных подходов и суждений, систематизации и обобщения собранных данных, историко-культурный и контент-анализ. Теоретическим обоснованием послужили труды таких классических и современных исследователей как Белл Д., Хокинс Дж., Флорида Р., Пятигорский А. М. и др.

Автором сформулирован тезис, что в условиях постиндустриального общества, характеризующегося нестабильностью, ускорением темпов жизни и размыванием привычных форм занятости, именно творчество становится инструментом обретения субъектности, смысловой устойчивости и культурной включенности. Оно не борется со временем и не подчиняется ему, а действует трансформативно – меняя самого человека, его практики и образ мира.

На основе детального библиографического анализа автор делает заключение о том, что в современной научной и прикладной литературе всё чаще проводится различие между художественным и универсальным (или функциональным) типами творчества.

Проведенный автором обзор культурологического дискурса позволил ему заявить о необходимости уточнения дефиниции как самого процесса творчества, так и производных «творческие индустрии» и «креативные индустрии», «творческая экономика» и «креативная экономика», «творческий город» и «креативный город» и осторожного их применения, учитывающего как культурные различия, так и институциональные особенности. Терминологическая разнородность, которую автор прослеживает как в научной литературе, так и в общественном дискурсе, свидетельствует о незавершённости процесса концептуализации и необходимости дальнейшего междисциплинарного осмысления феномена.

В заключении автором представлен вывод по проведенному исследованию, в котором приведены все ключевые положения изложенного материала.

Представляется, что автор в своем материале затронул актуальные и интересные для современного социогуманитарного знания вопросы, избрав для анализа тему, рассмотрение которой в научно-исследовательском дискурсе повлечет определенные изменения в сложившихся подходах и направлениях анализа проблемы, затрагиваемой в представленной статье. Полученные результаты позволяют утверждать, что изучение феномена творчества и возрастания роли творческой деятельности в современной экономике представляет существенный теоретический и практический культурологический интерес и может служить источником дальнейших исследований.

Представленный в работе материал имеет четкую структуру, способствующую более полноценному усвоению материала. Этому способствует также адекватный выбор соответствующей методологической базы. Библиография исследования составила 19 источников, в том числе и иностранных, что представляется достаточным для обобщения и анализа научного дискурса по исследуемой проблематике, однако автору необходимо оформить библиографический список в соответствии с требованиями ГОСТа и редакции. Текст статьи выдержан в научном стиле.

Автор выполнил поставленную цель, получил определенные научные результаты, позволившие обобщить материал. Следует констатировать: статья может представлять интерес для читателей и заслуживает того, чтобы претендовать на опубликование в авторитетном научном издании.

