

ных стилистических замыслах и одновременно индивидуальных художественных решениях.

В заключение следует отметить, что О.Л. Проститов в своем творчестве продолжает традицию воплощения философской темы-идеи цикличности времени, привнося в нее свое собственное видение.

#### Литература

1. *Вельская Л.Л.* Песенное слово: Поэтическое мастерство Сергея Есенина. М., 1990.
2. *Лосев А.Ф.* Философия. Мифология. Культура. М., 1991. 588 с.
3. *Толстая С.М.* Семантические категории языка культуры: Очерки по славянской этнолингвистике. М., 2010. 368 с.
4. *Фришман Д.В.* Георгий Свиридов. Сборник статей М., 1971.
5. *Проститов О.Л.* Рукопись. Вокальный цикл для баритона в сопровождении фортепиано на стихи С. Есенина. Л., 1977.

#### References

1. *Velskaya L.L.* Pesennoye slovo: Poeticheskoye masterstvo Sergeya Esenina [The lyrics: Poetic skill of Sergei Yesenin]. Moscow, 1990.
2. *Losev A.F.* Filosofiya. Mifologiya. Kultura [Philosophy. Mythology. Culture]. Moscow, 1991. 588 p.
3. *Tolstaya S.M.* Semanticheskiye kategorii yazyka kultury: Oчерki po slavyanskoj etnolingvistike [Semantic search language of culture: Essays on slavonic ethnolinguistics]. Moscow, 2010. 368 p.
4. *Frishman D.V.* Georgiy Sviridov [Georgy Sviridov]. Sbornik statey. Moscow, 1971.
5. *Prostitov O.L.* Rukopis. Vokalnyy tsikl dlya baritona v soprovozhdenii fortepiano na stikhi S.S. Esenina [Manuscript. Vocal cycle for baritone and piano to poems by Sergey Yesenin]. Leningrad. 1977.

УДК 168.522

С.А. МОРОЗОВ

### КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ VS КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

---

Морозов Сергей Александрович, доктор философских наук, профессор Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, 40 лет Победы, 33), morozovsakras@yandex.ru

---

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема соотношения концептуальных понятий творческих (культурных) и креативных индустрий в рамках культурологического подхода на основе соотнесения этих феноменов современной культуры с уровнем развития современного российского общества и опыта реализации региональных культурных проектов по развитию современных культурных форм. **Ключевые слова:** творчество, творческий процесс, креатив, креативная деятельность, культурные (творческие) индустрии, креативные индустрии.

UDC 168.522

S.A. MOROZOV

### CULTURAL INDUSTRY VS CREATIVE INDUSTRY

---

Morozov Sergej Aleksandrovich, Full PhD (philosoph.), Full professor of Krasnodar state institute of culture (Krasnodar, 40 let Pobedy str., 33), morozovsakras@yandex.ru

---

**Abstract.** The article discusses the problem of the relation of the conceptual notions of creative (cultural) and creative industries within the framework of cultural approach based on the correlation of these

---

phenomena of contemporary culture to the level of development of modern Russian society and the cultural experience of the implementation of regional projects for the development of modern cultural forms.

**Keywords:** creative, creative process, creative activities, cultural (creative) industries.

В современной научной литературе по проблемам современной массовой культуры возникла терминологическая путаница – большинство исследователей отождествляют культурные и креативные индустрии. Концепт «культурные индустрии» был использован М. Хоркхаймером и Т. Адорно в эпоху расцвета индустриального общества в книге «Диалектика Просвещения. Философские фрагменты» в главе «Культиндустрия. Просвещение как обман масс», вышедшей в свет в 1947 г. в США. В ней среди прочего говорится о всепроникающей индустриализации культурного производства [1, с. 154, 157].

Теоретическое изучение культурных индустрий в работе М. Хоркмайера и Т. Адорно было продолжено в работах французских социологов. В 1962 г. выходит в свет работа Э. Морана «Дух времени» [2], а в 1978 г. – коллективная монография «Капитализм и культурные индустрии» [3]. Позднее сформулированные в этих работах положения были обобщены в 1987 г. в статье Б. Мьежа «Логика работы в новых культурных индустриях» [4]. В названных работах культурные индустрии отождествляются с творчеством, и зачастую в них используется термин «креативные индустрии». Это объясняется отчасти использованием авторами положений многотомного труда А. Тойнби «Постижение истории» о роли творческих (креативных) личностей в развитии общества [5, с. 94].

В «Основах государственной культурной политики» 2015 г. к творческим (культурным) индустриям отнесены «промышленный дизайн, индустрия моды, музыкальная индустрия, индустрия кино, телевидение, производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство, средства массовой информации» [6, с. 9]. Культурные индустрии фактически распространяются на производство общества как социально-культурного явления.

Современные определения культурных индустрий проанализированы в содержательных работах Д. Хезмондалша, С. Рудхауза, А.Я. Флиера и М.В. Матецкой [7, 8, 9, 10]. А.Я. Флиер обозначил и различия, сложившиеся в процессе исторического развития между культурным творчеством и унифицированными продуктами и услугами культурного производства: творчество ориентировано на дифференциацию, а культурные индустрии – на интеграцию общества. Эти функции отражают, согласно точке зрения А.Я. Флиера, процессы дивергенции и конвергенции, происходящие в социуме и находящиеся в диалектическом единстве. Однако следует заметить, что культурные индустрии, создаваемые в рамках маркетингового подхода к культурному производству, также дифференцируют общество на различные потребительские сегменты в соответствии с функцией предложения со стороны производителей культурных продуктов [9].

С аргументами М. Хоркмайера и Т. Адорно согласился Н. Гарнэм, предложивший вместе с тем различать культурные и креативные индустрии [11]. Подробную аргументацию в пользу такого отождествления сформулировал Д. Хезмондалш. Во-первых, он связал концепцию креатива с коммодификацией культуры [7, с. 34]. Это вполне справедливо. Именно коммодификация и радикальные технологические изменения в эпоху развитого индустриализма способствовали индустриализации тех сфер культурного производства, которые оказались наиболее востребованными на рынке культурных продуктов и услуг. Во-вторых, Д. Хезмондалш считает, что «культурные индустрии управляют креативностью и распространяют ее» [7, с. 36, 38]. Аргументами в пользу такого методологического подхода послужили положения, сформулированные в работах Дж. Хоукинса «Креативная экономика», К.А. Нордстрема и И. Риддерстрале «Бизнес в стиле фанк» и Р. Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» [12, 13, 14].

Отечественные филологи рассматривают творчество как «процесс человеческой деятельности, создающей качественно новые материальные и духовные ценности», в то время как под «креативностью понимаются свойства индивида, его способности к продуцированию принципиально новых идей» [15, с. 181].

Известный британский социолог профессор Уорвикского университета М. Арчер еще в 80-е годы XX века писала, что развитие культуры проистекает из настоящего на основании новаторских подходов, аккумулирующих опыт прошлого и использующих все богатство культурного наследия [16, с. XXIV].

Основная проблема видится в том, что креативная экономика и креативный класс взаимозависимы и взаимосвязаны с постиндустриальной экономикой, которая и в развитых странах Запада составляет отнюдь не ведущий сектор экономики, а в России на повестке дня стоит проблема реиндустриализации, хотя и на новой технологической основе.

Поэтому реалистичнее рассматривать отечественные культурные индустрии в качестве важного фактора реиндустриализации современной российской экономики. В конечном итоге творческая деятельность в значительной степени индивидуализирована и проявляется и в обновлении традиционных культурных форм в новых социокультурных условиях в рамках творческих интерпретаций. Креативность является существенной частью творчества, но отнюдь не его синонимом. Поэтому представляется правомерной позиция ряда исследователей, разделяющих содержательно эти два понятия – креативность и творчество.

### Литература

1. *Хоркхаймер М., Адорно Т.В.* Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М. – СПб., 1997.
2. *Morin E.* L'esprit du temps. Paris, 1962.
3. *Huet A., Ion J., Lefebvre A., Miuge B.* Capitalisme et Industries Culturelles. Grenoble, 1978.
4. *Miuge B.* The Logic at Work in the New Cultural Industries // Media, Culture and Society. 1987. Vol. 9. P. 273-289.
5. *Тойнби А.* Постижение истории. М., 1991.
6. Основы государственной культурной политики. М., 2015.
7. *Хезмондали Д.* Культурные индустрии. М., 2014.
8. *Roodhouse S.* The Creative Industries: Definitions, Quantification and Practice. URL: <http://edoc.huberlin.de/conferences/culturalindustries/roodhouse-simon/PDF/roodhouse.pdf>
9. *Флиер А.Я.* Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии. URL: [http://www.zpujournal.ru/ezpu/2012/3/Flier\\_Cultural-Industries/](http://www.zpujournal.ru/ezpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/)
10. *Матецкая М.В.* Культурные индустрии как инновации в культуре, менеджменте, технологиях. URL: [http://www.hse.ru/data/2012/01/31/1269679204/Matetskaya\\_men\\_2011.pdf](http://www.hse.ru/data/2012/01/31/1269679204/Matetskaya_men_2011.pdf)
11. *Garnham N.* From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the «creative industries» approach to arts and media policy making in the United Kingdom // International Journal of Cultural Policy. 2005. Vol. 11. № 1. P.15-29.
12. *Хокинс Д.* Креативная экономика. М., 2011.
13. *Нордстрем К.А., Риддерстрале И.* Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта. СПб., 2005.
14. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2005.
15. *Шишкина Л.И.* Креативность и творчество: соотношение понятий // Управленческое консультирование. 2015. № 4. С. 176-182.
16. *Archer M.S.* Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory. Cambridge, 1988.

### References

1. *Horkhajmer M., Adorno T.V.* Dialektika prosveshhenija. Filosofskie fragment [The dialectic of enlightenment. Philosophical fragments]. Moscow – Saint Petersburg, 1997.
2. *Morin E.* L'esprit du temps. Paris, 1962.
3. *Huet A., Ion J., Lefebvre A., Miuge B.* Capitalisme et Industries Culturelles. Grenoble, 1978.

4. *Miuge B.* The Logic at Work in the New Cultural Industries // Media, Culture and Society. 1987. Vol. 9. Pp. 273-289.
5. *Tojnbi A.* Postizhenie istorii [A study of history]. Moskow, 1991.
6. *Osnovy gosudarstvennoj kul'turnoj politiki* [The foundations of the state cultural policy]. Moskow, 2015.
7. *Hezmondalsh D.* Kul'turnye industrii [Cultural industry]. Moskow, 2014.
8. *Roodhouse S.* The Creative Industries: Definitions, Quantification and Practice. URL: /http://edoc.huberlin.de/conferences/culturalindustries/roodhouse-simon/PDF/roodhouse.pdf
9. *Flier A.Ja.* Kul'turnye industrii v istorii i sovremennosti: tipy i tehnologii [Cultural industry in history and the present: styles and technologies]. URL:// http://www.zpujournal.ru/ezpu/2012/3/Flier\_Cultural-Industries/
10. *Mateckaja M.V.* Kul'turnye industrii kak innovacii v kul'ture, menedzhmente, tehnologijah. URL: http://www.hse.ru/data/2012/01/31/1269679204/Matetskaya\_men\_2011.pdf
11. *Garnham N.* From cultural to creative industries. An analysis of the implications of the «creative industries» approach to arts and media policy making in the United Kingdom // International Journal of Cultural Policy. 2005. Vol. 11. № 1. Pp. 15-29.
12. *Hokins D.* Kreativnaja ekonomika [Creative economy]. Moskow, 2011.
13. *Nordstrem K.A., Ridderstrale I.* Biznes v stile fank: Kapital pljashet pod dudku talanta [Business funky: Capital dances to tune of talent]. Saint Petersburg, 2005.
14. *Florida R.* Kreativnyj klass: ljudi, kotorye menjajut budushhee [Creative class: people who change the future]. Moskow, 2005.
15. *Shishkina L.I.* Creativity: the ratio of concepts // Upravlencheskoe konsul'tirovanie. 2015. № 4. Pp. 176-182.
16. *Archer M.S.* Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory. Cambridge, 1988.

УДК 008:316.42

Е.В. ШПАЛОВА, П.А. ПОЛОМОШНОВ

### КУЛЬТУРА И ЛИЧНОСТЬ

---

Шпалова Елена Владимировна, соискатель кафедры философии и истории Донского государственного аграрного университета (Ростовская область, Октябрьский район, поселок Персиановский, ул. Кривошлыкова, 1), shpalova.elena@mail.ru

Поломошнов Платон Андреевич, доцент кафедры философии и культурологии Ростовского государственного экономического университета (Ростов-на Дону, ул. Большая Садовая, д. 69), \_platon\_@list.ru

---

**Аннотация.** Анализ взаимоотношения личности и культуры в контексте многообразия дисциплинарных и концептуальных подходов к понятию культуры представляет актуальную проблему современной гуманитарной мысли. Представлено исследование отношений личности и культуры в контексте основных концепций культуры.

**Ключевые слова:** личность, культура, деятельность, творчество, гуманизм.

UDC 008:316.42

E.V. SHPALOVA, P.A. POLOMOSHNOV

### CULTURE AND PERSONALITY

---

Shpalova Elena Vladimirovna, postgraduate student of the Don state agrarian university (Rostov region, Oktyabrsky district, vil. Persianovka, Krivoshlykova str., 1), shpalova.elena@mail.ru