

Культура и искусство

Правильная ссылка на статью:

Купцова И.А., Гетманенко А.О. Креативные (творческие) индустрии как средство актуализации культурного наследия России (на примере фестиваля молодого искусства Таврида. Арт) // Культура и искусство. 2025. № 10. DOI: 10.7256/2454-0625.2025.10.76124 EDN: AFTUFJ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76124

Креативные (творческие) индустрии как средство актуализации культурного наследия России (на примере фестиваля молодого искусства Таврида. Арт)

Купцова Ирина Александровна

ORCID: 0000-0002-3830-0776

доктор культурологии

зав. кафедрой; кафедра медиаобразования; Московский педагогический государственный университет
профессор; кафедра мировой культуры; Московский государственный лингвистический университет
эксперт; научно-образовательный центр "Теория и технологии управления в сфере культуры, образования и науки"; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

109240, Россия, г. Москва, Таганский р-н, ул. Верхняя Радищевская, д. 16-18 к. 217

✉ ki-06@list.ru



Гетманенко Анастасия Олеговна

ORCID: 0000-0001-5065-5142

кандидат психологических наук

старший преподаватель; кафедра мировой культуры; Московский государственный лингвистический университет
директор; АНО «Центр современного искусства «Терция»

127273, Россия, г. Москва, Отрадное р-н, ул. Декабристов, д. 20 к. 3

✉ ana2170@yandex.ru



[Статья из рубрики "Культурное наследие, традиции и инновации"](#)

DOI:

10.7256/2454-0625.2025.10.76124

EDN:

AFTUFJ

Дата направления статьи в редакцию:

04-10-2025

Аннотация: Предметом исследования выступает фестиваль молодого искусства «Таврида.Арт», являющийся центральным событием в деятельности творческого кластера Таврида (Судак, Крым). На основе анализа структуры, содержания, концепций и функций фестиваля авторами анализируется специфика российских креативных индустрий, которая выражается в использовании современных технологий и форм как инструментов, способствующих актуализации культурного наследия, его сохранению, а также укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей. Цель исследования – выявить и обосновать сущностные черты, определяющие потенциал дальнейшего развития креативных индустрий в России как формы актуализации культурного наследия. Данная статья посвящена одному из центральных вопросов, определяющих интеграцию России в пространство мировой креативной экономики – вопросу о роли культурного наследия и традиционных ценностей в контексте инновационно-модернизационного вектора культурной политики. Методология: структурный функционализм и аксиологический подход. Методы исследования: функциональный анализ, структурный анализ, компаративный анализ, кейс-стади, включенное наблюдение. Основными выводами являются положения о самобытном пути развития креативных (творческих) индустрий в России. Отличительной чертой которых выступает опора на материальное и нематериальное культурное наследие, многообразие культурных миров народов и этносов России, а также единство культурно-исторических процессов. Новизна исследования определяется выделением специфических характеристик российских креативных индустрий. Представлен анализ одного из направлений деятельности креативного кластера Таврида.АРТ – создание сувенирной и представительской продукции на основе интерпретации и переосмысления визуальных и ценностно-смысловых кодов отечественной культуры. Подробно рассмотрены примеры успешной реализации этой концепции в мерч-продукции, разработанной АНО «Центр современного искусства «Терция» (г. Москва), а также представленные дизайнером фарфоровых украшений Анной Логиновой под брендом ALCHIMIA (г.Москва).

Ключевые слова:

креативные индустрии, творческие индустрии, культурное наследие, культурное наследие России, ценности культуры, Таврида.Арт, молодежный фестиваль, мерч, творчество, творческий кластер

Введение

На современном этапе развития России стратегическим приоритетом является ориентация на сохранение и укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей. В условиях характерной для постглобального общества атомизации, возникшей как «побочный эффект» девальвации ценностей, нарастания нигилистических настроений возникает потребность в консолидирующих основаниях, которые позволят преодолеть отчужденность на уровне индивида и станут основой сохранения национальной идентичности как основы государственного суверенитета. Данные ориентиры нашли отражение в следующих стратегических документах и правовых актах: Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 года № 808 (с поправками, внесёнными Указом Президента Российской Федерации от 25 января 2023 года № 35), Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 года № 400, Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных

ценностей, утвержденные Указом Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809, Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 года № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года, утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 11.09.2024 г. N 2501-р, Основы государственной языковой политики, утвержденные Указом Президента Российской Федерации от 11 июля 2025 г. № 474 и др.

Традиция выступает основой передачи общественно-культурного опыта из поколения в поколение, необходимым условием сохранения самобытности народов и этносов, проживающих на территории России. При этом акцентируется важность сохранения национального культурного наследия, как материального, так и нематериального.

Одновременно наблюдается интенсификация процесса включения России в пространство мировой креативной экономики, где на первый план выходит креативность как адаптивно-преобразующий компонент, определяющий способность выработки вариативных эффективных решений в ответ на вызовы и изменяющиеся условия [\[1, 2, 3\]](#). Такой переход выглядит не просто рациональным, но необходимым тогда, когда важно обеспечить не только сохранение единого культурного пространства и национальной идентичности, но и укрепить научно-технологический суверенитет, обеспечить условия и возможности для реализации интеллектуально-творческого потенциала каждого человека. При этом креативность выступает не только как способность, но и как культурная ценность, определяющая направленность внутренних интенций индивида на решение актуальных социокультурных проблем.

Ключевым субъектом креативной экономики выступают креативные (творческие) индустрии, как сфера деятельности, в которой субъекты креативной экономики (организации, объединения, индивидуальные предприниматели и физические лица) в процессе творческой активности и распоряжения интеллектуальной собственностью, с опорой на традиционные российские духовно-нравственные ценности и культурное наследие России создают товары и услуги, способствующие росту качества жизни российского общества, укреплению российской общенациональной идентичности и развитию национальной культуры и экономики.

При этом, если в западном обществе основой для создания нового решения становится ориентация на освоение новых форм творческого самовыражения без существенной опоры на этнокультурные традиции, а субъектом выступает отдельный индивид, то в современной России во многом наследие традиционной культуры выступает в качестве материала, на основе которого выстраиваются креативные практики [\[4, 5\]](#). В настоящее время наблюдается процесс актуализации историко-культурного наследия через обращение, переосмысление и реинтерпретацию кодов культуры, ее феноменов, артефактов. Такое ценностно-смысловое преломление понимания креативности в современных российских реалиях обуславливает формирование креативных (творческих) индустрий нового типа. Специфика заключается не в использовании культурного наследия и традиционных элементов как материала, на основе которого создается массовый стандартизированный продукт, и основной задачей выступает максимизация извлечения прибыли, что ведет к упрощению и включению культуры в контекст «спроса-предложения» [\[6, 7\]](#), а значит, сулит возврат к пониманию ее как отдельной сферы экономики - сферы услуг, а понимание культурных индустрий как особой технологии сохранения и «оживления» культурного наследия России, подразумевающей создание креативных продуктов на основе его интерпретации с применением современных форм,

материалов, форматов, достижений в сфере науки и технологии.

Ориентация в деятельности креативных индустрий на традиционный компонент позволяет рассматривать коммуникативно-креативный вектор культурной политики как срединный путь, ведущий от замкнутости охранительно-конвенциональной стратегии культурной политики и радикальных преобразований модернизационно-инновационной - к созданию условий, в которых культурное наследие и традиции будут сохраняться и станут основой социокультурного развития, а технологии будут направлены на обеспечение данных условий: «Идея ценностных обоснований экономического роста в период внедрения качественно новых технологий и подходов в систему инновационного государственного управления заложена в систему целевых установок, составляющих суть государственной культурной политики» [8, с. 22]. Таким образом, креативные (творческие) индустрии выступают в качестве одного из ключевых субъектов социально-экономической и социокультурной сферы развития России и ее позиционирования в условиях международного сотрудничества.

Понятие креативные/творческие индустрии, вариативность его трактовки в научной литературе

Качественные преобразования социально-экономической сферы на международном уровне и ориентация на актуализацию индивидуально-творческого потенциала при условии использования культуры как основы для создания новых продуктов стали основанием для перехода к креативной экономике на мировом уровне, что обусловило необходимость выделения креативных индустрий как особого экономического субъекта. Смысловое пространство термина «креативные индустрии» начало оформляться в рамках международных докладов, деклараций, правовых актов, и в дальнейшем стало материалом для научных исследований в сфере экономики, международных отношений, социологии, культурологии и ряда других научных дисциплин.

Важно отметить, что существуют различные формы смысловой акцентуации, выражающиеся в существовании терминов «креативные индустрии», «культурные индустрии», «творческие индустрии» [9, 10]. Распространенной является позиция, согласно которой между данными терминами существует смысловое равенство, которое обусловлено особенностями перевода (creative industries могут быть переведены и как «творческие», и как «креативные»), определением культуры и культурного наследия как ресурса, а также выражением конечного продукта в форме, являющейся элементом массовой культуры. При этом коммерческий эффект является определяющим. Такой подход характерен для Великобритании.

Исторически сложившись в Великобритании в конце XX века, креативные индустрии изначально рассматривались как средство ревитализации бывших индустриальных регионов, способное предотвратить их экономический упадок и отставание за счет актуализации элементов культуры, создания условий реализации индивидуально-творческого потенциала в формах и форматах, предусматривающих возможность извлечения прибыли и создания добавленной стоимости. Для Великобритании креативные индустрии стали феноменом, обеспечившим решение проблемы поиска новых ресурсов социально-экономического развития и борьбы с безработицей за счет создания новых рабочих мест.

Подходы к пониманию специфики сектора трансформируются как в зависимости от территориальных особенностей, так и от тех видов деятельности, которые входят в смысловое пространство креативных индустрий. Репрезентативен в этой связи опыт

Австралии, в правовом поле которой произошли трансформации понимания креативный индустрий как сферы, охватывающей все виды и формы деятельности, к разделению сектора на «креативные» и «культурные» индустрии, первые из которых акцентируют коммерческие экономический эффект, а вторые включают в себя субсидируемые государством виды деятельности. Смысловой акцент в определении терминов выражается еще в приоритетных направлениях развития: так, в странах Европейского союза общепринятым является употребление термина «креативные/культурные индустрии» (и такое смысловое акцентирование выражается в предлагаемых формах, например, в рамках программы «Культурная столица Европы», когда небольшие населенные пункты становятся центрами культурной жизни и туризма за счет создания развитой инфраструктуры и возрождения культурного наследия), в то время как в Японии и Южной Корее используется термин «индустрии контента» (использование данного термина подчеркивает приоритет научно-технологического развития и активного разрастания медиасферы в указанных странах).

В рамках научных исследований интерес представляет подход к определению смысловых акцентов рассматриваемых понятий, принадлежащий А. В. Боковой [\[11\]](#). Так, автор предлагает провести их разделение на основе целей деятельности, определяя, что «цель креативных индустрий - создание коммерческого продукта. Цель культурных индустрий - создание продукта, имеющего символическую ценность и/или просветительский потенциал. Творческие индустрии - это организации, обладающие способностями и возможностями создания мелкосерийного уникального творческого продукта, посредством собственных знаний, умений и навыков» [\[12, с. 5\]](#). Очевидно, что данная позиция предполагает дифференциацию видов деятельности, относимых к сфере креативных индустрий: так, кинопроизводство, создание продуктов в сфере информационно-коммуникационных и компьютерных технологий, анимация могут быть отнесены к креативным индустриям; разработка экскурсий, выставок, проведение научных исследований, создание новых форм в рамках отдельных видов искусства - к культурным, а дизайн, ювелирное дело, формы осмысления народных промыслов - к творческим [\[13, 14, 15\]](#). Однако, по нашему мнению, такое разделение представляется возможным исключительно в условиях теоретического моделирования, так как практическая деятельности не позволяет отделить ценностно-смысловой и символический аспект создания продукта от тех форм, которые обладают коммерческим потенциалом.

Анализ многообразия вариативных подходов к пониманию креативных индустрий позволяет выделить два ключевых смысловых элемента - творчество и интеллектуальная собственность. И если первый из этих компонентов - творчество - не имеет единообразного толкования в науке, что позволяет рассматривать его в обобщенном виде как инновационно-преобразующий компонент, то второй - интеллектуальная собственность - имеет однозначно-определенное значение, являясь характеристикой охраняемых законом результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средства индивидуализации.

Многообразие подходов к исследованию креативных индустрий обусловлено различием критериев, которые определяются как их центральный смыслообразующий компонента. Так, если принять за основу критерий креативности, то пространство креативных индустрий охватывает все сферы деятельности, которые содержат в себе элемент новизны, создания инновационных подходов. При условии, что креативность, выступает в качестве адаптивно-преобразующего компонента деятельности, пространство креативных индустрий расширяется и вбирает в себя все сферы, так или иначе

допускающие внедрение современных модернизирующих, в том числе технологических, элементов: от сельского хозяйства до ракетостроения, от ювелирного дела до строительного проектирования.

Аналогичную расширяющую природу имеет подход, предусматривающий смещение акцента на аспект интеллектуальной собственности, центрально-смысловое положение которой в данном контексте предусматривает не только оформление в рамках существующих правовых механизмов, но и включение в сферу креативных индустрий всех видов деятельности, так или иначе подразумевающих или включающих в себя объекты интеллектуальной собственности (например, в том числе патенты и средства индивидуализации (товарные знаки)).

Акцентирование ценностно-смыслового содержания разрабатываемых продуктов отражает специфику подхода к пониманию креативных индустрий, который развивается в современной России, что находит отражение в создании национально-ориентированных моделей с акцентом на традиции и духовно-нравственную составляющую. Специфика создаваемых в рамках российских креативных индустрий продуктов выражается в их символическом компоненте, ядром которых выступают традиционные духовно-нравственные ценности и обращение к историко-культурному наследию. Создавая креативный продукт, творец таким образом не только «встраивает себя» в социокультурный контекст, но и обеспечивает возможность укрепления ценностей созидательного труда, межпоколенных связей, коллективизма через осознание собственной интеграции и интеграции потребителя в ценностно-смысловое единое пространство.

Кластерная модель развития креативных индустрий: российский опыт

Одной из форм экономической организации и ключевым актором креативной экономики выступают креативные кластеры – основанные на принципах территориально-сетевой организации агрегаторы ресурсов, деятельность которых направлена на создание креативных продуктов, товаров, услуг. Изначально креативные кластеры формировались исключительно в опоре на принципы территориальной близости, а пространством для их оформления выступали деиндустриализированные объекты (территории бывших заводов, промышленных комплексов и т.д.), выступавшие территорией для размещения творческих мастерских, лабораторий, студий и пр. Создавая территориальный феномен «точки притяжения» они становились инвестиционно-привлекательными для бизнес-структур и получали субсидированную поддержку государства, качественно преобразуя среду и создавая комфортные условия для жизни (таков опыт Великобритании).

В России первые примеры создания арт-кластеров также сопряжены с ревитализацией деиндустриализированных пространств (таковы построенные по британской модели концепции московских арт-кластеров «Винзавод», «Хлебозавод», «Флакон» и пр.). Однако на современном этапе происходят изменения модели формирования кластеров: ревитализация индустриальных пространств и территорий уходит на второй план, уступая целесообразности идейно-смыслового единства и концептуализации сетевого взаимодействия [\[16, 17, 18, 19\]](#). Такими примерами выступают арт-кластер «Культурный код» (Серпухов), расположенный в парке; культурный кластер в Кемерово, объединивший под своей крышей филиалы ведущих федеральных культурных институций; организованный по аналогичному принципу культурный центр во Владивостоке. Акцент в данном случае смещается на содержательное наполнение, возможность сосуществования в едином пространстве отдельных представителей творческой сферы и культурных институций, а субъектов креативных индустрий при

условии концептуального единства и сохранения автономии всех единиц кластера.

Несколько иной представляется модель формирования кластера на основе функциональной общности, которой представляются возникающие в настоящее время примеры построения единого экскурсионно-туристического маршрута, объединяющего Зарайск-Константиново-Рязань, музейный кластер АНО «Коломенский Посад», Вологодский кластер. Существуют также примеры формирования кластеров в медиапространстве, не имеющих конкретной территории и осуществляющих свою деятельность как в информационно-цифровой среде, так и событийно на различных территориях (например, Фонд креативных индустрий «Креспектива» (Калининград).

Таврида.АРТ как творческий кластер и образовательная площадка для представителей креативных индустрий

Арт-кластер «Таврида.Арт», существующий на территории Республики Крым (г. Судак), представляет собой уникальную модель современного российского образовательно-творческого кластера. Расположившись на значительной по площади территории морского побережья (порядка 250 га), он включает в себя следующие компоненты:

1. образовательный сегмент (представлен академией «Меганом», в которой реализуются образовательные программы для представителей творческих специальностей и креативных индустрий, а также управленческого аппарата);
2. сегмент творческой деятельности (представлен наземным и подводным арт-парком, предметный ряд которых составляют монументальные арт-объекты, созданные молодыми современными художниками; постоянно действующими творческими лабораториями и студиями, оснащенными для организации репетиционного и рабочего процесса молодых творцов и представителей креативных индустрий; концертными площадками; летним кинотеатром);
3. сегмент туристических сервисов (экскурсионные программы, оборудованные для отдыха пляжные территории, гостиничные комплексы и апартаменты, рестораны, кафе и иные продуктовые точки, расположенные на территории арт-кластера).

Для представителей креативных индустрий пространство арт-кластера и реализуемые в его рамках проекты являются уникальной платформой развития профессиональных навыков (как в сфере творческой, так и управленческо-предпринимательской, так как развитие субъекта креативных индустрий предполагает его включение в экономические отношения, регулирование которых осуществляется в рамках правового поля и опирается на принципы и методы управления организацией). Так, в качестве примера могут быть рассмотрены следующие проекты:

- летние арт-школы – семидневные культурно-просветительские и образовательные заезды, диверсифицированные по содержанию и охвату целевой аудитории (например, в 2025 г. действовала летняя школа, посвященная 185-летию со дня рождения композитора П. И. Чайковского, которая включала в себя арт-школы (тематические потоки) оперного и балетного искусства, экологии и культурно-просветительских проектов. Были также организованы арт-школы, ориентированные на специалистов в сфере туризма, инклюзии, дизайна, скульптуры, театра, отдельные направления для работников сельских учреждений культуры и организаторов мероприятий);
- программы стажировок для студентов и начинающих специалистов различных направлений подготовки;

- волонтерские программы [\[20\]](#), ориентированные на формирование сообщества лиц, на добровольной основе выполняющих ряд функциональных обязанностей в рамках организуемых арт-кластером событий;
- открытые кастинги, которые позволяют студентам и выпускникам творческих вузов пройти отбор и получить место в труппе различных театров и иных концертных площадок;
- творческие молодежные сообщества, объединяющие молодых творцов в соответствии с профильным направлением их деятельности и ориентированные на содействие продвижению членов сообщества.

Кроме того, одним из направлений деятельности арт-кластера является грантовая поддержка творческих проектов, инициированных представителями творческого сообщества в возрасте от 18 до 35 лет. Региональный компонент деятельности арт-кластера охватывает развитые сети амбассадоров арт-кластера, а также арт-резиденций.

Организационной спецификой арт-кластера «Таврида.АРТ» является опора на принципы государственно-частного партнерства. Концентрация представленных выше сегментов определяет его инвестиционную привлекательность для представителей бизнеса.

Значимую роль в развитии арт-кластера играет его содержательное событийное наполнение, представленное как оказываемыми на постоянной основе услугами по проведению экскурсионных программ, так и такие масштабные события как Арт-забег, кинофестиваль «МОСТ», фестиваль уличной культуры, Зеленый фестиваль, и, конечно, самый масштабный – фестиваль молодого искусства «Таврида.АРТ». Фестиваль «Таврида.АРТ» проводится ежегодно с 2019 года на территории прибрежного арт-кластера и собирает тысячи участников и десятки тысяч зрителей из разных регионов России и зарубежных стран. За это время он стал обладателем ряда престижных премий (Премия «Знание» 2022, Премия «Патриот» 2022, Премия Международного фестиваля событийного маркетинга и коммуникаций ВЕМА 2024 и др.) и получил общественное признание, как творческая площадка для молодежи.

В 2025 году фестиваль «Таврида. АРТ» посетило более 100 000 человек. Участники, помимо России, представляли 21 зарубежную страну и продемонстрировали свои проекты, развивающие один из сегментов креативных индустрий (сценарное мастерство, кинопроизводство, саунд-дизайн, звукозапись, новые медиа, продюсирование, дизайн костюма, хореографическое и вокальное искусство, литературное творчество, цирковое искусство, декоративно-прикладное искусство и др.). Одной из площадок фестиваля стал павильон Арт-Экспо, в котором был представлен проект Мерч.Универмаг, как отражение одной из сфер развития креативных индустрий - дизайна.

Мерч.Универмаг как проект фестиваля «Таврида. АРТ» и место демонстрации достижений креативных индустрий в сфере актуализации культурного наследия

Особое внимание в рамках деятельности арт-кластера уделяется развитию сферы дизайна, создание решений и продуктов, в основу которых положены элементы «культурного кода» [\[21, 22\]](#) страны, присутствуют визуальные форматы осмысления и интерпретации традиционных духовно-нравственных ценностей, ресурсом выступает культурное наследие страны.

Именно в опоре на данный идейно-смысловой посыл выстраивается концепция Мерч.Универмага как части фестиваля молодого искусства «Таврида.Арт». Мерч в данном контексте представляется как продуктовая линейка, формы, материалы,

цветовые, графические, текстовые и иные идентификационные элементы которого отражают не столько принадлежность к какому-либо бренду, сколько ориентированы на трансляцию заложенных в основу формирования бренда ценностей и смыслов. Именно поэтому линейки мерча рассматриваются как концептуальные решения, являющиеся не только «маркерами» как объектами «узнавания» для профессионального и потребительского сообщества, но консолидирующие основания для формирования общности людей на основе единства разделяемых ценностей (в этом прослеживается такая традиционная для российского общества ценность как коллективизм).

Мерч.Универмаг является платформой для репрезентации креативных продуктов и решений, разрабатываемых как в рамках культурных институций в их классическом понимании (музей, палаты ремесел, культурные центры, театры), так и в образовательных организациях, осуществляющих подготовку специалистов сферы культурных индустрий, а также самих дизайнеров и российские бренды.

Одним из центральных павильонов Мерч.Универмага являлась площадка проекта «Арт.Молодость», который популяризирует аутентичные российские бренды и молодых дизайнеров. Основная идея - сделать привычные и утилитарные вещи (например, футболки и шоперы) средством продвижения смыслов, ревитализации наследия народов России, обращения к наивысшим достижениям отечественной науки, культуры, искусства. Яркими примерами являются коллекции одежды и аксессуаров: «Роскосмос», «Ландыши», «Мир Любовь Искусство», «Триколор», «Донбасс» и др.

Еще одним примером актуализации ценностно-смыслового комплекса отечественной культуры через вещи и предметы, включенные в повседневные практики, является линейка мерч-продукции, разработанной АНО «Центр современного искусства «Терция» (г. Москва) в партнерстве с брендом российской женской одежды Cher-Neva (г. Санкт-Петербург). На фестивале были представлены объемные наклейки с тематическими мотивирующими надписями («Традиции вдохновляют, творчество объединяет», «Традиции в новом свете», «Красота в простоте» и т.д.), головные уборы (панамы), футболки, шоперы, картхолдеры, термосы, бутылки для воды, носки.

На площадках фестиваля молодого искусства «Таврида. Арт» были представлены креативные проекты, отражающие актуальные способы переосмысления и репрезентации отечественного культурного наследия. Авторские коллекции одежды и аксессуаров представили локальные бренды: KZD, Firework Custom, «МолодёжНО», «Родина», «Земля Паустовского», «Суровый стиль», «Диво», «Танцуй», «Ямолод.стиль», «Город на Сыsole», «7.2.66» и другие (использована информация с официального сайта <https://tavrida.art>).

Одним из ярких примеров является коллекция «ID: РУССКИЙ», разработанная и воплощенная дизайнером фарфоровых украшений Анной Логиновой под брендом ALCHIMIA. На мероприятии состоялась презентация капсулы украшений «Пряники» (рис. 1), вдохновленная богатым наследием традиций пряничного дела, творчеством знаменщиков (резчиков по дереву), создававших доски-формы для печатных пряников, старинными рецептами. Капсула «Пряники» - это кольца, серьги, подвесы, броши, которые органично включаются в современные образы, привнося в них русский стиль без стереотипов и штампов с целью сделать подлинную семантику народной культуры частью повседневности жителей больших городов и локальных пространств.



Рисунок 1. Примеры дизайна фарфоровых украшений в русском стиле от Анны Логиновой, бренд ALCHIMIA (фото К.С. Поповой)

В работах дизайнера прослеживается творческое переосмысление культурного наследия России и воплощение традиционных изделий народных промыслов, а также смыслов визуальной культуры и глубинных кодов русского декоративно-прикладного искусства в непривычном материале – фарфоре. Слоган бренда «Безупречная красота в нежной силе фарфора» отражает как специфику самого материала, так и эстетические ориентиры дизайнера.

Таким образом, проект Мерч. Универмаг представил российские проекты, основанные на дизайнерских решениях, позволяющих творчески переосмыслить культурное наследие и включать его в повседневные практики, создавая, тем самым, новую визуальную культуру.

Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать ряд следующих выводов:

- креативные (творческие) индустрии являются предметом исследования представителей ряда научных дисциплин, формирующих различные концептуальные подходы к данному феномену;
- российская модель динамики сферы креативных (творческих) индустрий отличается от иных своей направленностью на актуализацию культурного наследия России, как основы для развития творческого потенциала молодого поколения;
- кластерная модель креативных (творческих) индустрий в России обладает спецификой и проявляется в многообразии форм реализации кластерных проектов в различных регионах страны;
- арт-кластер «Таврида. АРТ» развивается как многопрофильная площадка поддержки молодых талантов и креативной деятельности представителей различных сфер культуры, что находит отражение в деятельности Академии "Меганом", проектах Арт.Молодость, Арт-парк Таврида и др.;

- проект «Мерч. Универмаг», как часть фестиваля молодого искусства «Таврида, АРТ» в 2025 году представил широкую палитру культурных практик, основанных на ревитализации культурного наследия и обращении к коду культуры народов России, воплотившихся в решениях дизайнеров, модельеров, а также представителей ряда других творческих профессий.

Библиография

1. Абанкина Т. В. Экономика желаний в современной "цивилизации досуга" // Отечественные записки. 2015. № 4 (25). С. 115-123.
2. Абанкина Т. В. Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 2 (54). С. 221-228. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13 EDN: HQDLBI.
3. Бузгалин А. В. Креативная экономика: от социофилософского к политико-экономическому осмыслению // Вопросы философии. 2023. № 6. С. 45-56. DOI: 10.21146/0042-8744-2023-6-45-56 EDN: DMLFIT.
4. Гетманенко А. О. Феномен креативности: культурологический аспект / А. О. Гетманенко // Мир культуры и культурология. 2024. Т. 1, № 1-2. С. 91-99. EDN: RJAIVY.
5. Гетманенко А. О. Концепт "креативность": теоретическая модель и актуальные смыслы в современной культуре / А. О. Гетманенко // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. № 5(886). С. 155-160. EDN: CIOKFT.
6. Астафьева О. Н., Малыгина И. В. Российская культура в контексте динамики экономических стратегий // Вестник МГУКИ. 2022. № 4(108). С. 15-26. DOI: 10.24412/1997-0803-2022-4108-15-26 EDN: WJNOHO.
7. Хоркхаймер М., Адорно Т. В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М.-СПб., 1997.
8. Астафьева О. Н. Культурная политика России: проектный вектор креативного сектора / О. Н. Астафьева // Общество: философия, история, культура. 2024. № 12. С. 17-28. DOI: 10.24158/fik.2024.12.1 EDN: XASAES.
9. Вейнмейстер А. В., Иванова Ю. В. "Культурные индустрии" и "креативные индустрии": границы понятий // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1(26). С. 38-48. EDN: YPEAID.
10. Морозов С. А. Культурные индустрии vs креативные индустрии // Культурная жизнь Юга России. 2016. № 4(63). С. 145-148. EDN: XIPICD.
11. Бокова А. В. Креативные индустрии: административный и научный подходы к определению понятия / А. В. Бокова // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 389. С. 98-101. EDN: THHFOH.
12. Бокова А. В. Культурные, креативные, творческие индустрии как явление современной культуры: опыт концептуализации: диссертация ... кандидата философских наук: 24.00.01 / Бокова Анна Викторовна; [Место защиты: Нац. исслед. Том. гос. ун-т]. Томск, 2016. 174 с. EDN: ZQHULZ.
13. Егоров В. А., Пуляевская В. Л. Креативная экономика как индустрия ценностей // Вестник НГУЭУ. 2024. № 4. С. 217-226. DOI: 10.34020/2073-6495-2024-4-217-226 EDN: YHUNJI.
14. Купцова И. А. Социокультурные издержки развития и творческий потенциал современной русской провинции // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 2(40). С. 75-84. EDN: OGKGGH.
15. Туралина Н. А., Сушкова Ю. Н. Национально-культурная идентичность и потенциал креативных индустрий в дискурсивном пространстве библиотеки // Образование и

культурное пространство. 2025. № 2. С. 138-143. DOI: 10.53722/27132803_2025_2_138 EDN: XZEPNW.

16. Андрейченко Н. Н. Креативные индустрии как стимул социально-экономического развития малых городов // Мир русскоговорящих стран. 2024. № 3(21). С. 133-152. DOI: 10.20323/2658-7866-2024-3-21-133 EDN: EPEHPC.

17. Астафьева О. Н. Творческие индустрии и креативное предпринимательство для развития территорий: о конкурентной среде модернизирующегося общества // Государственное управление и развитие России: глобальные угрозы и структурные изменения: сборник статей международной конференц-сессии. Том 3. Москва: Издательский дом "Научная библиотека", 2020. С. 178-194.

18. Астафьева О. Н., Егоров В. К. Культурное наследие в территориальных проектах развития / О. Н. Астафьева, В. К. Егоров // Музеефикация фортификационных сооружений: проблемы и пути их решения: сборник материалов Международного научно-практического семинара-конференции, посвященного 425-летию начала строительства Смоленской крепостной стены / сост. С. А. Пиляк, канд. архит. Смоленск: Свиток, 2021. С. 30-41. EDN: DYMMKX.

19. Астафьева О. Н., Коротеева О. В., Купцова И. А. Развитие социально-предпринимательских проектов в области креативных индустрий: введение в проблематику // Потенциал сообществ для развития творческих индустрий и социально-предпринимательских проектов в культуре: статьи и материалы: методический сборник, Республика Северная Осетия-Алания – Вологда – Севастополь- Краснодарский край. Том Выпуск 4. М.: ИП Ершов И.А., 2021. С. 7-19. EDN: BFTXFM.

20. Купцова И. А. Культура волонтерства: определение понятия и основные характеристики феномена // Педагогика искусства. 2018. № 4. С. 9-15. EDN: YRONCX.

21. Аванесова Г. А., Купцова И. А. Код культурный // Прикладная культурология. Энциклопедия / Под ред. И. М. Быховской. М.: ООО "Издательство "Согласие", 2019. С. 270-273. EDN: WMGERK.

22. Аузан А. К. Культурные коды экономики: Как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа. М.: Издательство АСТ, 2024. 164 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](#).

Рецензируемый текст «Креативные (творческие) индустрии как средство актуализации культурного наследия России (на примере фестиваля молодого искусства Таврида. Арт)» представляет собой обращение к феномену творческих индустрий в современной России в культурном, экономическом, административном контекстах и попытка апробации заявленных теоретических подходов на примере фестиваля молодого искусства «Таврида. Арт». Сразу отметим неравноценность двух сегментов работы – если в первой, условно-теоретической, автор пытается анализировать феномен творческих индустрий, работать с литературой и терминологией, а в итоге сформулировать некий внятный общий подход, то в сегменте, относящемся к фестивалю молодого искусства «Таврида. Арт)», мы видим по большей части описательно-рекламный нарратив, который весьма в малой степени является точкой применения сформулированных ранее автором подходов проблематике исследования. Теоретическая часть сама по себе не лишена недостатков, в частности несколько натянутым и чрезмерным обобщением выглядит

противопоставление креативных индустрий на Западе («если в западном обществе основой для создания нового решения становится отказ от традиций, а субъектом выступает отдельный индивид, то в современной России именно пласт традиционной культуры выступает в качестве материала, на основе которого выстраиваются креативные практики»), а критика коммерциализации «использовании культурного наследия и традиционных элементов как материала, на основе которого создается массовый стандартизированный продукт, и основной задачей выступает максимизация извлечения прибыли», что ведет к упрощению и включению культуры в контекст «спроса-предложения» мало сочетается с приводимыми во второй части текста примерами креативной российской индустрии: «Продуктовая линейка включала в себя объемные наклейки с тематическими мотивирующими надписями («Традиции в новом свете», «Красота в простоте» и т.д.), головные уборы (панамы), футболки, шопперы, картхолдеры (все-таки кардхолдеры), термосы, бутылки для воды, носки, браслеты из натуральных камней, сделанные своими руками». Характеристики типа «каждое изделие отражает синкретизм традиционного и актуального, что может рассматриваться как символ выстраивания межпоколенного диалога, укрепления национальной идентичности в опоре на традиции и культурное наследие» относятся к совершенно стандартного вида термосам, описание которых терминами «гармоничное слияние традиций русской культуры и современных дизайнерских форм» является сильным преувеличением. Из текста совершенно невозможно понять масштаб и динамику развития креативных индустрий в рамках «Таврида. Арт», который существует с 2015 г., т.е. на протяжении 10 лет, автор же приводит пример всего двух брендов вне временной привязки, отсюда вывод «крымский арт-кластер «Таврида. АРТ» развивается как многопрофильная площадка поддержки молодых талантов и креативной деятельности представителей различных сфер культуры» выглядит во-первых чрезмерно обобщающим и выходящим за рамки темы исследования, а во-вторых, лишенных фактического обоснования. Рецензируемый текст, на наш взгляд, нуждается в доработке в своей практической (т.е. посвященной фестивалю "Таврида.Арт" части.

Результаты процедуры повторного 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](#).

Предмет исследования статьи «Креативные (творческие) индустрии как средство актуализации культурного наследия России (на примере фестиваля молодого искусства Таврида. Арт)» - развитие культурного кластера «Таврида. Арт» в последние годы.

Актуальность статьи чрезвычайно велика, поскольку в отечественном искусствоведении существует определенный дефицит исследований, посвященных современным культурным инициативам в их историческом развитии. Статья обладает несомненной научной новизной и отвечает всем признакам подлинной научной работы.

Методология автора весьма разнообразна и включает анализ широкого круга источников. Автором умело используются сравнительно-исторический, описательный, аналитический и др. методы во всем их многообразии.

Исследование, как мы уже отметили, отличается очевидной научностью изложения,

содержательностью, тщательностью, четкой структурой. Стиль автора характеризуется оригинальностью и логичностью, доступностью и высокой культурой речи. Пожалуй, самое привлекательное в этой работе – ее четко выстроенная структура и до мелочей проанализированные исторические, законодательные и художественные особенности деятельности современных культурных кластеров разных стран.

Автор делит исследование на главы:

1. Введение;
2. Понятие креативные/творческие индустрии, вариативность его трактовок в научной литературе;
3. Кластерная модель развития креативных индустрий: российский опыт;
4. Таврида.АРТ как творческий кластер и образовательная площадка для представителей креативных индустрий;
5. Мерч.Универмаг как проект фестиваля «Таврида. АРТ» и место демонстрации достижений креативных индустрий в сфере актуализации культурного наследия;
6. Заключение

Во введении автор отмечает: «На современном этапе развития России стратегическим приоритетом является ориентация на сохранение и укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Он делает обзор нормативных актов, в которых сделан упор на сохранение таких традиций. Автор демонстрирует глубокие знания в области исследуемого предмета, что выражается в постоянных сравнениях, например: «При этом, если в западном обществе основой для создания нового решения становится ориентация на освоение новых форм творческого самовыражения без существенной опоры на этнокультурные традиции, а субъектом выступает отдельный индивид, то в современной России во многом наследие традиционной культуры выступает в качестве материала, на основе которого выстраиваются креативные практики». Далее он характеризует креативные индустрии стран Европейского союза, Японии и Южной Кореи, сравнивая их с отечественными. Автор справедливо отмечает: «Специфика создаваемых в рамках российских креативных индустрий продуктов выражается в их символическом компоненте, ядром которых выступают традиционные духовно-нравственные ценности и обращение к историко-культурному наследию».

К положительным характеристикам исследования также можно отнести умение автора делать правильные промежуточные выводы, например: «Таким образом, креативные (творческие) индустрии выступают в качестве одного из ключевых субъектов социально-экономической и социокультурной сферы развития России и ее позиционирования в условиях международного сотрудничества». Или еще один из примеров: «Таким образом, проект Мерч. Универмаг представил российские проекты, основанные на дизайнерских решениях, позволяющих творчески переосмыслить культурное наследие и включать его в повседневные практики, создавая, тем самым, новую визуальную культуру».

Исследователь приводит множество исторических подробностей, например, анализирует первые примеры создания российских арт-кластеров. Он в мельчайших подробностях исследует деятельность арт-кластера «Таврида.Арт» и всех его компонентов, особое внимание уделяя одному из проектов («Мерч.Универмаг»). Он пишет: «Мерч в данном контексте представляется как продуктовая линейка, формы, материалы, цветовые, графические, текстовые и иные идентификационные элементы которого отражают не столько принадлежность к какому-либо бренду, сколько ориентированы на трансляцию заложенных в основу формирования бренда ценностей и смыслов». Содержащаяся в работе важная информация может положительно повлиять на деятельность арт-кластера «Таврида.Арт» в будущем, а также представлять интерес для дальнейших исследований. Очень хорошо, что автор снабжает свою работу рисунком (Рисунок 1. Примеры дизайна

фарфоровых украшений в русском стиле от Анны Логиновой, бренд ALCHIMIA (фото К.С. Поповой), который придает статье большую наглядность и достоверность.

Библиография данного исследования является достаточной и разносторонней, включает множество разнообразных источников по теме, выполнена в соответствии с ГОСТами.

Апелляция к оппонентам представлена в широкой мере, выполнена на высоконаучном уровне.

Автор делает обширные и серьезные выводы, в соответствии с заявленной структурой работы также деля их на подпункты. Вот лишь часть из них: «Проведенный анализ позволяет сделать ряд следующих выводов:

- креативные (творческие) индустрии являются предметом исследования представителей ряда научных дисциплин, формирующих различные концептуальные подходы к данному феномену;

- российская модель динамики сферы креативных (творческих) индустрий отличается от иных своей направленностью на актуализацию культурного наследия России, как основы для развития творческого потенциала молодого поколения;

- кластерная модель креативных (творческих) индустрий в России обладает спецификой и проявляется в многообразии форм реализации кластерных проектов в различных регионах страны...»

Это исследование представляет большой интерес для разных слоев аудитории – как специализированной, ориентированной на профессиональное изучение современной культуры (искусствоведов, культурологов, историков, студентов, преподавателей и т.д.), так и для всех тех, кто интересуется происходящим в нашей стране.