



ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ И ВОСПИТАНИЯ (КУЛЬТУРОЛОГИЯ)

УДК 130.2:37.01

DOI: 10.15507/Inted.079.019.201502.126

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

*О. А. Янутш (Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия)*

Культурные индустрии – достаточно новое явление как для отечественной гуманитаристики, так и отечественной экономики. Играя значительную роль в производстве и тиражировании социокультурных смыслов и значений, они способны выступать важным элементом образовательного пространства. Анализируя теоретические подходы к решению данной проблемы и конкретные примеры реализованных проектов (в России и на Западе), автор выделяет две основные тенденции. Во-первых, необходимость развития трансубъектных индустрий, которые непосредственно реализуют установку на непрерывное обучение в течение всей жизни (причем происходящее через синтез с другими социокультурными практиками, способствующими успешной самореализации индивида в современном обществе), а также играют важную роль для патриотического и гражданского воспитания. В России уже существуют примеры успешных проектов такого рода, объединяющих на системной основе деятельность вузов, музеев, библиотек, театров и кинотеатров, научных центров и школ. Как показывает зарубежный опыт, наиболее перспективной на данный момент является интеграция деятельности субъектов, представляющих гуманитарную сферу и сферу высоких технологий. Во-вторых, смещение приоритетов в оказании финансовой поддержки с субсидирования отдельных институтов в пользу инвестирования в долгосрочные проекты. Это поможет развитию и обогащению социокультурной среды и образовательного пространства региона, что в свою очередь может оказать положительное воздействие не только на его культурную жизнь, но и на демографическую ситуацию. Активное внедрение указанных тенденций будет способствовать успешной адаптации сферы образования к условиям современного рынка и сохранению в новых культурных реалиях ее лидирующего места в осуществлении социализации и инкультурации подрастающего поколения.

Ключевые слова: культурные индустрии; трансубъектные индустрии; креативный класс; государственная культурная политика; рынок образовательных продуктов и услуг; культурно-образовательное пространство.

TRENDS IN CULTURAL INDUSTRIES EVOLUTION IN EDUCATION

*O. A. Yanutsh (Herzen State Pedagogical University of Russia,
Saint-Petersburg, Russia)*

Cultural industries – a relatively new phenomenon, both for native humanities, as well as for the native economy. Playing a significant role in the production and reproduction of social and cultural meanings and values, they can be an important element in the educational space. Unfortunately, in Russia this potential has remained largely untapped. After the reforms of the 90-th most business areas adapted to the new conditions of market relations fast enough (more or less successfully). At the same time in the sphere of culture and education, this process is still ongoing. Analysing the theoretical approaches to the problem and specific examples of completed projects (both in Russia and abroad), the author identifies two main trends. Firstly, the need to develop transsubject industries that directly implement the orientation to life-long learning (and that happens through the synthesis of other socio-cultural practices that contribute to the successful fulfillment of the individual in modern society), as well as playing an important role for the patriotic and civic education. In Russia, there are already some examples of successful projects of this kind, bringing together in a systematic manner the activities of universities, museums, libraries, theaters and cinemas, research centers and schools. However, for the present they are very few. Furthermore, as international experience shows, the most promising now is the integration of the activities of subjects representing the humanitarian sphere and the sphere of high technologies. Secondly, the shift in priorities in the provision of financial support from subsidising individual institutions to investing in long-term projects. This will support the development and enrichment of social and cultural environment and educational space in the region, which in turn can have a positive impact not only on its cultural life, but also on the demographic situation. Active implementation of these trends will contribute the successful adaptation of education to the current market conditions and conservation in new cultural realities its' leading place in the implementation of socialization and enculturation of the younger generation.

Keywords: cultural industries; transsubject industries; creative class; state cultural policy; the market of educational products and services; cultural and educational field.

© Янутш О. А., 2015

Культурные индустрии – сфера производства текстов культуры (объектов, артефактов, событий, произведений массовой культуры), основным содержанием и целью которых является создание и тиражирование социокультурных смыслов и значений [5]. В отечественной культурологии содержание этой сферы понимается предельно широко. Так, А. Я. Флиер выделяет культурные индустрии, связанные с производством общества (производство социального порядка, социальных идей и принципов, идеологии и др.), производством «человека культурного» (мировоззрение, потребность в социальной солидарности и построенной на ее основе идентичности, нормы поведения и языки коммуникации), производством культурных артефактов (от развития языка и художественного производства до организации пространства и территорий) и производством знаний о культуре (от философии до публицистики, посвященной значимым социокультурным событиям) [7].

На западе принято более узкое и конкретное понимание данной сферы. Ее поле составляют теле-, радио-, кино- и музыкальная продукция, книгоиздание, дизайн. Иногда к ней также относят архитектуру, рекламу, визуальные искусства (в широком смысле слова), спорт и культурный туризм, современные формы медиа-продуктов и приложений для мобильных устройств [9].

Широкое распространение культурных индустрий во второй половине XX и особенно в начале XXI вв. связано с целым рядом причин [1]. Одной из них является изменение самой структуры экономики. В условиях роста конкуренции в сфере материального производства между странами Европы и США, с одной стороны, и странами Азии, с другой, а также роста автоматизированного производства и востребованности дешевой рабочей силы, стала очевидной необходимость изменения приоритетов в структуре экономики. Для экономического благополучия западноевропейских стран в условиях становления постиндустриального мира оказалось принципиально важным развитие индустрий, которые требовали

бы большого числа высококвалифицированных специалистов и при этом были бы неразрывно связаны с национальными интересами данных стран. Этим принципиально новым сектором экономики стала культура как пространство реализации бизнес-проектов представителей «креативного класса», сформировавшегося в качестве самостоятельного целого только к началу 2000-х гг.

Следует отметить, что хотя данное понятие является достаточно новым для российской гуманитаристики, сам феномен «культурных индустрий» как практик порождения, тиражирования и закрепления значимых социокультурных смыслов был достаточно хорошо развит в СССР. Основным нюанс заключался в том, что они осуществлялись по «госзаказу» и финансировались из бюджета. Если после реформ 1990-х гг. остальные сферы производства в России более или менее успешно, но достаточно быстро адаптировались к новым условиям рыночных отношений, то в сфере культуры и образования этот процесс до сих пор продолжается. Об этом свидетельствует и сам факт разработки проекта «Основ государственной культурной политики», инициированной правительством РФ, и та бурная общественная дискуссия, которую он вызвал. Отчасти причиной стало отсутствие соответствующей правовой, законодательной базы для осуществления работы общественных и частных организаций в сфере «культурных индустрий», отчасти сохраняющееся представление о принципиальной неприменимости к культуре и образованию подходов и решений, свойственных «сфере услуг». При этом на практике все чаще отмечается усиление образовательного консюмеризма, а понятие «рынок образовательных продуктов и услуг» стало уже вполне привычным и почти не режет слух.

Анализируя опыт зарубежных и отечественных коллег, можно отметить две ключевые тенденции, свойственные культурным индустриям в сфере образования. Во-первых, развитие транссубъектных индустрий, которые предполагают взаимодействие нескольких институтов куль-



туры (субъектов, создающих определенные культурные индустрии). Индустрии подобного рода одновременно работают на решение единой образовательной, воспитательной или просветительской задачи, но при этом реализация совместных проектов увеличивает выгоду (как в экономическом, так и символическом смысле) каждого участника в отдельности. Одной из причин, по которой данная тенденция обеспечивает большую эффективность, является увеличение числа культурных индустрий, претендующих на свободное время подрастающего поколения: музыкальные, театральные и кино- фестивали, выставки, просветительские проекты, теле- и радио- программы, проекты в сети Интернет. При столь высокой конкуренции успешность каждой из них в случае самостоятельного продвижения оказывается довольно низкой. К тому же отсутствие системно-организованных программ, предполагающих логическую и тематическую взаимосвязь между предлагаемыми «продуктами», приводит к фрагментированному восприятию содержания, снижая эффективность его освоения и затрудняя поддержание постоянного интереса.

Традиционной формой такого типа индустрий в России является взаимодействие музеев и школ [3]. Однако обычно эта деятельность ограничивается бинарным взаимодействием только двух субъектов – конкретного музея и конкретной школы. Исключением являются проекты типа «Ночь музеев», фестиваль детских музейных программ «Детские дни в Петербурге», а также «Всероссийский фестиваль науки», объединяющий вузы, школы, библиотеки, музеи, научно-исследовательские центры и лаборатории. К сожалению, эти проекты длятся всего несколько дней в году, хотя постоянный рост числа участников и общественного интереса показывает насколько они эффективнее других форм образовательно-просветительской деятельности.

Вместе с тем, в различных регионах России уже есть примеры успешной реализации партнерских программ, позволяющих скоординировать деятельность

различных индустрий (школ, театров, кино, музеев и вуза [2]) в рамках единого проекта, который длится в течение всего года.

Рост технологической емкости окружающей среды позволяет говорить и о принципиальной необходимости интеграции культурных индустрий, представляющих не только сферу образовательно-просветительских программ, но и сферу развития цифровых технологий. Например, в 2012 г. в музее современного искусства Нью-Йорка (MoMA) была создана «новая категория произведений искусства в коллекции музея», основу которой составили 14 компьютерных игр (из 40 планируемых к включению). При этом отмечается высокий потенциал использования данных произведений в образовательном процессе [6]. Все активнее развивается сфера игровых приложений для мобильных устройств на платформах Android и Apple. Особенностью данного направления является широкая дифференциация предлагаемых программ по возрасту (от годовалых детей до «новых старых») и по интересам (ориентированность на развитие абстрактных навыков, таких как наблюдательность, память, логика, скорочтение, или на практическое применение знания законов различных наук (физики, химии и др.) при решении игровых ситуаций) [10].

Важно отметить, что в разработке данного направления активное участие принимают крупные научно-образовательные центры и университеты (например, университет Дж. Хопкинса, Висконсинский университет в Мадисоне, университет Юваскюля в Финляндии и др.) [8]. К сожалению, в России подобный диалог между гуманитарными и высокотехнологичными культурными индустриями практически отсутствует. Подобные развлекательно-образовательные продукты выполняют крайне важную функцию популяризации научных знаний, мотивируют к дальнейшему самостоятельному поиску информации, самообразованию. Другими словами, непосредственно реализуют установку на непрерывное обучение в течение всей жизни, причем происходящее через синтез с другими социокультурными

практиками, способствующими успешной самореализации индивида в современном обществе.

Вторая тенденция связана с пониманием специфики экономических моделей создания, реализации и управления культурными индустриями в сфере образования. В большинстве других сфер (теле- и кино- продукция, музыка, дизайн и т. д.) разработка проектов преимущественно ориентируется на текущий момент (актуальные интересы, модные тренды) и, соответственно, на извлечение максимальной прибыли в минимальные сроки. В сфере же образования прибыль от культурных индустрий носит пролонгированный характер, так как они в значительной мере направлены на расширение собственной аудитории в будущем. Очевидно, что без специальных музейных программ со временем число посетителей музеев будет только сокращаться, а без научно-просветительских проектов все меньше талантливей молодежи будет приходить в науку.

Особенно это актуально в средних и малых городах, в которых отсутствие насыщенных социокультурных практик становится одной из причин оттока молодежи. Причем часто в этих городах (регионах) имеется богатое и интересное культурно-историческое наследие, но отсутствуют индустрии его активного включения в жизнь горожан. Так, исследование, проведенное в г. Мурманск показало, что 55 % молодежи планирует покинуть город после завершения учебы. При этом среди причин, снижающих качество жизни, «проблема культурного досуга» (15 %) практически делит 2-е место с «проблемой жилья» (15 %) и «отсутствием возможности карьерного роста» (18 %). На 1-м месте – природно-климатические условия (27 %) [4]. Поэтому можно утверждать, что в современной культуре, в большей мере акциональной, чем вербальной, развитие культурных индустрий имеет ключевое значение для реализации задач патриотического и гражданского воспитания.

В экономическом плане осознание этих особенностей приводит и к изменению стратегий финансирования. Отсутствие моментальной прибыли, с одной стороны, и важная социокультурная роль, с другой, требуют тесного взаимодействия правительства и разработчиков культурных индустрий. Выделение бюджетных средств на транссубъектные проекты оказывается более выгодным, чем постоянная материальная поддержка каждого института, так как, во-первых, обеспечивает условия для постепенного перехода на полную (или, по крайней мере, в значительной части) самоокупаемость их деятельности в будущем, а во-вторых, способствует развитию благоприятной социокультурной среды региона, делая его более привлекательным как для самих жителей, так и для туристов. Для представителей же культурных индустрий это снимает необходимость самостоятельного поиска стартового капитала для обеспечения тех необходимых масштабов и сроков реализации проекта, при которых он начинает обладать действительным и устойчивым образовательно-просветительным эффектом. Другими словами, развитие культурных индустрий в сфере образования становится объектом не столько финансирования, сколько инвестирования. Это характерно как для отечественного, так и для мирового опыта.

Таким образом, для успешной адаптации сферы образования к условиям современного рынка и сохранения в новых культурных реалиях лидирующего места в осуществлении социализации и инкультурации подрастающего поколения, развитию соответствующих культурных индустрий должно быть уделено приоритетное внимание. Государственная культурная политика в данном направлении должна строиться по пути максимальной интеграции усилий государственных, общественных и частных организаций, занимающихся просветительской и образовательной деятельностью различных видов, уровней и форм.

СПИСОК
ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гладких, Н.* Творческие индустрии. Теории и практики / Н. Гладких, Е. Зеленцова. – Москва : Классика-XXI, 2010. – 240 с.
2. *Игнатьева, О. В.* Образовательный потенциал культурных индустрий : пермский опыт / О. В. Игнатьева // Современные модели развития культурных индустрий в регионах России : сборник научных статей. – 2014. – С. 288–294.
3. *Кривич, Н. А.* Музей-школа-вуз : эвристический потенциал студенческих педагогических практик / Н. А. Кривич, О. А. Янутш // Национальная образовательная инициатива «Наша новая школа»: культурологическое измерение : материалы ежегодного Всероссийского Выборгского культурологического семинара «Школа и учитель в культуре региона», 24–25 сентября 2010 г., г. Выборг. – 2011. – Вып. 2. – С. 93–100.
4. *Магидович, М. Л.* Значение культурных индустрий в идентификации молодежи на примере регионального эмпирического исследования Кольского Севера / М. Л. Магидович // Современные модели развития культурных индустрий в регионах России : сборник научных статей. – 2014. – С. 19–30.
5. *Мосолова, Л. М.* Понятие «культурные индустрии» в современной науке / Л. М. Мосолова // Современные модели развития культурных индустрий в регионах России : сборник научных статей. – 2014. – С. 14–19.
6. Сразу 14 компьютерных игр признаны произведениями современного искусства [Электронный ресурс] // RT на русском. – Режим доступа: <http://russian.rt.com/article/1607>.
7. *Флиер, А. Я.* Культурные индустрии в истории и современности : типы и технологии [Электронный ресурс] / А. Я. Флиер // Информационно-гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2012. – № 3. – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/.
8. *Ханка, Х.* Цифровая гуманитаристика в культурной среде / Х. Ханка, Х. Лонкила, Р. Коскимаа // Науки о культуре в перспективе “Digital Humanities” : материалы Международной конференции 3–5 октября 2013 г., г. Санкт-Петербург. – 2013. – С. 106–110.
9. *Хезмондаш, Д.* Культурные индустрии / Д. Хезмондаш. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.
10. *Van Eck, R.* Digital game-based learning : It’s not just the digital natives who are restless... [Электронный ресурс] / R. Van Eck // EDUCASE Review. – 2006. – Vol. 41, no. 2. – P. 1–16. – Режим доступа: <http://edergbl.pbworks.com/w/file/etch/47991237/digital%20game%20based%20learning%202006.pdf>.

Поступила 31.10.14.

Об авторе:

Янутш Ольга Александровна, доцент кафедры теории и истории культуры ФГБОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена» (Россия, г. Санкт-Петербург, Набережная реки Мойки, д. 48), кандидат культурологи, yanutsh@gmail.com

Для цитирования: Янутш, О. А. Тенденции развития культурных индустрий в сфере образования / О. А. Янутш // Интеграция образования. – 2015. – Т. 19, № 2. – С. 126–131. DOI: 10.15507/Inted.079.019.201502.126

REFERENCES

1. Gladkikh N., Zelentsova E. Tvorcheskie industrii. Teorii i praktiki [Creative industries. Theories and practices]. Moscow, Klassika-XXI Publ., 2010, 240 p.
2. Ignateva O. V. Obrazovatel’nyj potencial kul’turnyh industrij: permskij opyt [Cultural industries educational potential: Permian experience]. *Sovremennye modeli razvitija kul’turnyh industrij v regionah Rossii: Sbornik nauchnyh statej* = Modern patterns of cultural industries evolution in the regions of Russia: Collection of scientific papers. Saint-Petersburg, 2014, pp. 288–294.
3. Krivich N. A., Yanutsh O. A. Muzej-shkola-vuz: jevristsicheskij potencial studencheskih pedagogicheskikh praktik [Museum – secondary school – university: the heuristic potential of student teaching practices]. *Nacional’ naja obrazovatel’ naja iniciativa “Nasha novaja shkola”: kul’ turologicheskoe izmerenie: Materialy ezhegodnogo Vserossijskogo Vyborgskogo kul’ turologicheskogo seminar “Shkola i uchitel’ v kul’ ture regiona”* = National educational initiative “Our New School”: culturalism measurement. Proc. of the annual Russian Vyborg culturelogical seminar “High School and teacher in the culture of the region. Vyborg, 2011, vol. 2, pp. 93–100.

4. Magidovich M. L. Znachenie kul'turnyh industrij v identifikacii molodezhi na primere regional'nogo jempiricheskogo issledovanija Kol'skogo Severa [The significance of cultural industries in the identification of young people by the example of regional empirical study of the Kola North]. *Sovremennye modeli razvitija kul'turnyh industrij v regionah Rossii: Sbornik nauchnyh statej* = Modern patterns of cultural industries evolution in the regions of Russia: Collection of scientific papers. Saint-Petersburg, 2014, pp. 19–30.

5. Mosolova L. M. Ponjatie "kul'turnye industrii" v sovremennoj nauke [The concept of "cultural industries" in modern science]. *Sovremennye modeli razvitija kul'turnyh industrij v regionah Rossii: Sbornik nauchnyh statej* = Modern patterns of cultural industries evolution in the regions of Russia: Collection of scientific papers. Saint-Petersburg, 2014, pp. 14–19.

6. Srazu 14 komp'juternyh igr priznany proizvedenijami sovremennogo iskusstva [a total of 14 computer games are recognised as works of contemporary art] RT na ruskom [RT in Russian]. Available at: <http://russian.rt.com/article/1607> (Accessed 10 October 2014).

7. Flier A. Ya. Kul'turnye industrii v istorii i sovremenности: tipy i tehnologii [Cultural industries in history and modernity: the types and technologies]. *Informacionno-gumanitarnyj portal "Znanie. Ponimanie. Umenie"* = Information and Humanities portal "Knowledge. Understanding. Ability". 2012, no. 3. Available at: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/ (Accessed 14 October 2014).

8. Hanka H., Lonkila H., Koskimaa R. Cifrovaja gumanitaristika v kul'turnoj srede [Digital Humanities in the Cultural Environment]. *Nauki o kul'ture v perspektive "Digital Humanities": Materialy Mezhdunarodnoj konferencii 3–5 oktjabrja 2013, Sankt-Peterburg* = Cultural Research in the Context of "Digital Humanities". Proc. of the International Sci. Conf.. Saint-Petersburg, 2013, pp. 106–110.

9. Hesmondhalgh D. Kul'turnye industrii [The Cultural Industries]. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2014, 456 p.

10. Van Eck, R. Digital game-based learning: It's not just the digital natives who are restless... *EDUCASE Review*, 2006, vol. 41, no. 2, pp. 1–16. Available at: <http://edergbl.pbworks.com/w/file/47991237/digital%20game%20based%20learning%202006.pdf> (Accessed 31.10.2014).

Submitted 31.10.14.

About the author:

Yanutsh Olga Aleksandrovna, research assistant professor, Chair of Theory and history of culture, Herzen State Pedagogical University of Russia (48, Moika river embankment, Saint Petersburg, Russia), Ph.D. (Culturology), yanutsh@gmail.com

For citation: Yanutsh O. A. Tendencii razvitija kul'turnyh industrij v sfere obrazovanija [Trends in cultural industries evolution in education]. *Integracija obrazovanija* = Integration of Education. 2015, vol. 19, no. 2, pp. 126–131. DOI: 10.15507/Inted.079.019.201502.126