

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Медиапроекты в системе российских креативных индустрий

Научный руководитель – Третьяков Виталий Товиевич

Свириденко Ксения Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: ksenyasvi@mail.ru

В эпоху постиндустриализации всё большую популярность обретают понятия “креативная экономика” и “креативные индустрии”, где творчество и инновации стали ключевыми движущими силами экономического роста. В научной среде многие исследователи считают новую концепцию креативной экономики индикатором увеличения конкурентоспособности государства, покупательской способности, а следовательно, возможностью для расширения внутреннего рынка, его многообразия и устойчивости отечественной продукции на общемировом пространстве. Креативная экономика всеохватная, она решает множество задач, некоторые из них: содействие интеграции общества, культурному разнообразию и развитие творческих индустрий, как экономического фактора, выстраивание доверительных отношений, охватывает все сферы общества: ИТ, экономические, культурные и социальные проекты, при этом признает за собой инновационное и техническое развитие. В последние годы креативные индустрии демонстрировали значительный рост. По данным экспертов ПМЭФ-2024, креативный сектор охватывает широкий спектр отраслей — от музыки и кинематографа до рекламы и гейминга, — а его вклад в мировой ВВП неуклонно растёт. Лидирующие экономические державы мира имеют развитые стратегии в креативных индустриях: Американская модель делает упор на венчурные инвестиции и взаимодействие с глобальными медиаконцернами, скандинавская — на устойчивое развитие и социальное предпринимательство, а восточно-азиатская — на технологические инновации и государственное планирование. Наша страна активно развивает экономику впечатлений, ориентируясь на человеческий капитал, инновации и возвращение к культурным традициям. 5 февраля 2025 года вступил в силу Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации». Первый базовый документ по регулированию творческой экономики страны призван ускорить достижение следующих целей на период до 2030 года:

- повышения доли креативных индустрий в ВВП с 3.5% до 6%;
- роста доли занятых в творческих профессиях до 15%;
- роста экспорта креативной продукции до превалирования его над импортом.

По поручению заместителя Председателя Правительства Российской Федерации Александра Новака для получения перечисленных результатов Агентство стратегических инициатив (АСИ) разработало комплекс дорожных карт – систему мер и шагов, которые позволят спрогнозировать и увеличить экономическую эффективность каждой из 16-ти креативных отраслей. Реализацию пятилетней государственной стратегии взяло на себя Министерство экономического развития Российской Федерации. Российская стратегия креативной экономики должна учитывать динамику глобального рынка, формировать инфраструктуру для технологических инноваций и обеспечивать условия для развития талантливых авторов, тем самым повышая конкурентоспособность России.

Медиапроекты в системе российских креативных индустрий становятся важным элементом реализации государственной политики, направленной на увеличение конкурентоспособности страны и расширение её культурного влияния. Практический интерес исследования состоит в том, чтобы выявить точки роста креативной экономики в разрезе национальных медиапроектов. По данным Минкультуры РФ, доля российского контента на отечественных цифровых платформах за последние два года выросла на 15%. Как показывает статистика Аналитического центра при Правительстве РФ, только за 2022–2023 годы количество новых медиаплощадок увеличилось на 25%, а объём цифрового контента в сфере культуры и искусства возрос на 40%. В условиях глобализации развитие отечественных медиапроектов становится неотъемлемой частью укрепления национального медийного суверенитета и расширения международного присутствия российских креативных индустрий. Креативные индустрии – это шанс для национальной экономики совершить прорыв, опираясь на человеческий капитал и возвращение к базовым идеалам, ценностям и традициям.

Источники и литература

- 1) Хесмондхалг, Д. Культурные индустрии / пер. с англ. – СПб.: Изд-во Европейского университета, 2021. – 456 с.
- 2) Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 320 с.
- 3) Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: структурные преобразования и современное состояние. – М.: Изд-во МГУ, 2016. – 337 с.