

**Информационные технологии и СМИ как драйверы креативного сектора:
опыт интеграции новых регионов в культурно-экономическое пространство
России**

Научный руководитель – Вьюгина Дарья Михайловна

Леонтьева Екатерина Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: leo-ka98@mail.ru

В современной парадигме социально-экономического развития России креативные индустрии занимают особое место стратегического ресурса национальной экономики. Государственная политика в данной области регламентируется Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г.

№ 2613-р "Об утверждении концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года", которое не только формализует терминологический аппарат в области креативной экономики, но и определяет приоритетные направления государственного стимулирования данного сектора, признавая его катализатором инновационного развития и диверсификации экономики.

Особый исследовательский интерес в контексте развития креативных индустрий представляют исторические субъекты Российской Федерации, находящиеся в процессе восстановления городской инфраструктуры и институциональной интеграции. В соответствии с Федеральным законом от 22 декабря 2023 г. №2255 «Об утверждении программы Российской Федерации «Восстановление и социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области», данные регионы включены в национальную программу комплексного восстановления и развития с целью планомерного наращивания темпов социально-экономического развития в общероссийском контексте. Примечателен тот факт, что наряду с восстановлением критической инфраструктуры и обеспечением базовых потребностей населения, формирование креативного сектора экономики рассматривается как неотъемлемый компонент регионального возрождения.

Парадоксальным, но методологически обоснованным является подход к симультанному развитию городской инфраструктуры и креативной среды. Комфортная среда для жизни, транспортная доступность и социальные сервисы коррелируют с формированием креативных кластеров, создавая синергетический эффект территориального развития. В данном контексте креативные индустрии выступают не только как экономический фактор, но и как инструмент социокультурной идентификации, психологической реабилитации и формирования новой территориальной идентичности в присоединенных регионах.

Формирование креативной повестки в новых регионах осуществляется в рамках многоуровневой системы управления. На федеральном уровне координирующую роль выполняет Министерство культуры РФ совместно с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, а также Агентство стратегических коммуникаций (АСИ). В 2024 году была создана специальная комиссия по вопросам интеграции креативных индустрий новых регионов при Совете Федерации.

На региональном уровне сформированы департаменты креативных индустрий в структуре министерств экономического развития во всех четырех новых регионах. В каждом из

них действуют Советы по развитию креативных индустрий, в которые входят представители власти, бизнеса, образования и культуры. Как подчеркивает Дэвид Тросби, «Успешное развитие креативной экономики требует согласованных действий на всех уровнях управления» [Тросби, 2018]. На данный момент определяются приоритетные направления развития креативных индустрий, а также готовятся к открытию школы креативных индустрий для молодого поколения. Примечателен тот факт, что координацией повестки в ЛДНР занимаются также местные Министерства молодежной политики.

В рамках планирования креативного развития в новых регионах выделено 16 индустрий креативной экономики, соответствующих составу классической британской модели [BusinessWeek, 2000], однако адаптированных под современные реалии: анимация, кино и сериалы, музыка, культурное наследие, исполнительские искусства, НХП и ремесла, книжное дело, видеоигры, программное обеспечение, реклама и PR, Медиа и СМИ, мода, гастрономия, арт-индустрии, архитектура и урбанистика, дизайн.

Как отмечает Кейт Окли [Oakley, 2009], успешные модели развития креативных индустрий должны учитывать локальную специфику, а не слепо копировать зарубежные образцы. Новые регионы России демонстрируют именно такой подход, адаптируя британскую модель к своим социокультурным и экономическим условиям. Можно выделить наиболее заметные различия с глобальным вектором развития креативной экономики:

- высокий уровень патриотизации культурных ценностей: репрезентация новых регионов в глобальной новостной повестке происходит посредством нарратива обретения новой сверхсилы после присоединения к России;
- акцент на восстановление культурной инфраструктуры и создание новых креативных пространств;
- ориентирование на молодое поколение: создание обучающих проектов и рабочих мест.

Ричард Флорида утверждает, что "креативный класс и создаваемая им креативная экономика становятся ведущей силой экономического роста" [Флорида, 2005]. Именно этот потенциал планируется реализовать в новых регионах посредством внедрения современных информационных технологий и развития медиасреды как ключевых драйверов креативного сектора.

Являясь одновременно одним из секторов креативной экономики и инструментом продвижения креативных нарративов, СМИ и информационные технологии играют особую роль в креативном возрождении новых регионов. Формирование креативной повестки происходит как на федеральном, так и на региональном уровнях.

СМИ и информационные технологии играют особую роль в креативном возрождении новых регионов:

1. Региональные СМИ освещают инициативы местного бизнеса и творческих предпринимателей.
2. Служат платформой для трансляции федеральных программ поддержки.
3. Формируют новый образ исторических регионов как перспективных центров творческого развития.
4. Создают информационные мосты между предпринимателями и инвесторами.
5. Региональные медиа инициируют общественные дискуссии о приоритетах развития креативных индустрий.

Информационные технологии и СМИ играют ключевую роль в развитии креативного сектора новых регионов России, выступая не только как отдельные креативные индустрии, но и как инфраструктурные элементы для всей экосистемы творческой экономики. Системная интеграция этих территорий в культурно-экономическое пространство России через развитие креативных индустрий способствует не только экономическому росту, но и формированию новой региональной идентичности, сохраняющей культурное разнообразие

при общей направленности на инновационное развитие.

Источники и литература

- 1) Литература: 1. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2011 2. Тросби, Д. Экономика и культура/ пер. с англ. И. Кушнаревой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — 256 с. 3. Oakley, Kate. (2009). 'Art Works' - cultural labour markets: a literature review. 4. Лэндри Ч. Креативный город. М, 2011. 5. The Creative Economy // Business Week, The 21st Century Corporation. August 28, 2000 (special double issue), August 28, 2000. P.1-5. 6. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р "Об утверждении концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года". Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> 7. Федеральный закон от 22 декабря 2023 г. №2255 «Об утверждении программы Российской Федерации «Восстановление и социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области». Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/151710/>