

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ РЕГИОНА

Опыт, перспективы, подготовка кадров

Тезисы докладов
всероссийской научно-практической конференции
«Креативные индустрии региона:
опыт, перспективы, подготовка кадров»

29–30 сентября 2022

Министерство культуры Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный институт культуры

Креативные индустрии региона

Опыт, перспективы, подготовка кадров

Тезисы докладов всероссийской научно-практической конференции
«Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров»

29–30 сентября 2022

Санкт-Петербург
2022

УДК 374.7(082)
ББК 77я431
К79

Сборник издается по решению редакционно-издательского совета
Санкт-Петербургского государственного института культуры

К79 Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров : тезисы докладов всероссийской научно-практической конференции «Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров». 29–30 сентября 2022 / М-во культуры РФ, С.-Петерб. гос. ин-т культуры. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2022. – 60 с.

ISBN 978-5-94708-342-2

В сборнике представлены тезисы докладов всероссийской научно-практической конференции «Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров», проводимой Санкт-Петербургским государственным институтом культуры в рамках научно-практической недели «Социально-культурные технологии и креативные индустрии», посвященной 65-летию факультета социально-культурных технологий СПбГИК.

Издание адресовано ученым, преподавателям, студентам вузов, практикам, работающим в креативном секторе, и всем интересующимся проблемами развития творческих индустрий, в том числе связанных с формированием научно-образовательного пространства подготовки специалистов для данной сферы.

УДК 374.7(082)
ББК 77я431

ISBN 978-5-94708-342-2

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», 2022
© Оформление ФГБОУ ВО СПбГИК, 2022

Содержание

Секция «Творческие индустрии в контексте государственной культурной политики»

Л. Е. Востряков. Популяризация творческих индустрий в России: от образовательных семинаров до первых творческих кластеров	6
М. Б. Гнедовский. Креативные кластеры: стратегический профиль	7
Т. Н. Суминова. Креативные индустрии как инструмент формирования гармонично развитой созидательной личности	8
И. Б. Хмырова-Пруель. Креативность – образ современного творческого процесса.	9
С. В. Богдан. Коллаборация как принцип развития креативных индустрий	10
Я. В. Грусман. Значение культурной политики для развития социокультурного пространства современного российского мегаполиса	11
В. А. Кавера. Развитие креативных индустрий в новой реальности	12
Н. Д. Каминская. Креативные индустрии: показатели развития	13
Е. Н. Львова. Виртуализация социально-культурного пространства как фактор развития творческих индустрий в сфере непрерывного образования и досуга.	14
Л. П. Морина. Креативность в контексте современной культуры: аксиологический аспект.	15
Д. Ф. Миронов. Развитие социокультурных технологий социализации и формирования креативности молодежи на уровне районного центра	16
М. В. Демидова, И. Б. Дадьянова. Мультимедийные технологии в сохранении исторической памяти (на примере дизайн-проектов, посвященных истории и архитектуре зданий СПбГИК).	18
Т. В. Рябова. Просветительские практики в креативных общественных пространствах города	19
Е. В. Эртман. Подходы к оценке эффективности рекламных кампаний в социально-культурной сфере	20
А. Н. Губер. Социально-культурная деятельность как фактор развития креативных пространств.	21
Е. Е. Васильева. Роль креативных индустрий в развитии научного творчества студентов	22
В. С. Котова. Фестивальный туризм в рамках культурного пространства Российской Федерации.	23
В. А. Мацко. Реализация информационно-просветительских социально- культурных технологий в коммуникативном пространстве кластера.	24

А. С. Саныкова. Роль креативных индустрий в популяризации и сохранении индустриального наследия	26
В. В. Гусева. Проектирование ремесленного кластера в системе креативных индустрий региона	27
Л. Д. Осипова. Потенциал креативного пространства для развития творческой деятельности молодёжи.	28
Н. А. Пежемский. Антикризисное регулирование креативных индустрий в сфере культурных масс-медиа	29

Секция «Развитие креативности в поликультурном пространстве»

Л. Г. Подколзина. Современные формы наставничества в работе с молодыми специалистами-педагогами	31
В. Н. Бледнова, В. Г. Васильков, Е. А. Камачева, М. Е. Ключкова, М. И. Шепелева. Креативный подход в реализации дисциплины «Физическая культура и спорт» в учебном процессе высшего профессионального образования	32
М. В. Минина. Инновационные подходы к соблюдению профессиональных границ в диалогах с родителями	34
Е. С. Протанская. Креативный потенциал проекта «Этнокалендарь России» и его реализация в учебном процессе	36
М. В. Загашева. Арт-терапия как технология саморазвития студентов	37

Секция «Проектные технологии в развитии креативного сектора»

И. Ф. Симонова. Образовательные технологии и общие подходы в подготовке специалиста для креативного сектора.	39
С. И. Шукшин. Правовые формы сетевого взаимодействия в сфере культуры	40
А. И. Федотов. Основные направления сотрудничества технических и творческих вузов в развитии креативного сектора	42
Е. В. Матвеева. Цели образовательной деятельности в процессе подготовки специалистов для креативных индустрий	43
С. Г. Светульников, О. Б. Пономарев. Предпринимательство в креативной индустрии	44
К. В. Бернадская. Модель подготовки кадров для креативных индустрий.	46
М. Г. Воронцова. Современные бизнес-технологии в обучении и развитии персонала организаций в условиях креативного предпринимательства	47

Г. А. Лескова. Культурное пространство Санкт-Петербурга как основа историко-патриотического студенческого проекта (на примере дисциплины «Основы проектной деятельности»)	49
С. Н. Кулаков. Экономические аспекты проектной деятельности в креативном секторе.	50
А. С. Лесков. Проектирование и продвижение региональных маршрутов активного креативного туризма	51
В. Л. Погодина. Перспективы развития академического туризма в Санкт-Петербурге	52
Ю. М. Пашедко. Креативные технологии в развитии поликультурного пространства регионов.	54
О. В. Семерицкая. Роль проектной музейной деятельности в развитии творческих индустрий	55
А. И. Бурдуева. Состояние и проблемы развития креативных индустрий в Ленинградской области	56
В. И. Мартынова. Анализ интернет-ресурсов как основа планирования медиапроекта «Исторический костюм»	58

СЕКЦИЯ
«ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ В КОНТЕКСТЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ»

Л. Е. Востряков

Популяризация творческих индустрий в России:
от образовательных семинаров
до первых творческих кластеров

Освещается практика реализации первых проектов, направленных на развитие творческих индустрий, поддержку которых в начале XXI века осуществлял фонд «Институт культурной политики» (г. Москва). Рассмотрен первый этап становления творческих индустрий в России – от проведения образовательных семинаров до появления первых творческих кластеров.

Ключевые слова: культура, образовательные проекты, творческие индустрии, Институт культурной политики

The presentation highlights the practice of implementing the first projects in Russia aimed at the development of creative industries, which were supported by the Institute of Cultural Policy Foundation (Moscow) at the beginning of the XXI century. The first stage of the formation of creative industries is considered – from the holding of educational seminars to the appearance of the first creative clusters.

Keywords: creative industries, culture, educational projects, Institute of Cultural Policy

Концепция «творческих индустрий» зародилась в Великобритании. Летом 2002 года в рамках программы Совета Европы «Культурное разнообразие и творческие индустрии» состоялся исследовательский визит делегации европейских экспертов в Россию, в ходе которого участники познакомились с возможностями развития творческих индустрий в г. Димитровград (Ульяновская обл.) и Республике Татарстан. По итогам поездки было подписано трехстороннее соглашение Министерства культуры Российской Федерации, Департамента культуры Совета Европы и фонда «Институт культурной политики» (ИКП) о совместной работе по популяризации технологий творческих индустрий в регионах России.

Вскоре при участии экспертов из британских агентств «Эвклид» и «Комедиа» в Петрозаводске и Архангельске были проведены первые образовательные проекты, направленные в первую очередь на информирование работников культуры о практической деятельности в секторе творческих индустрий, формирование у инициаторов культурных проектов предпринимательского образа мысли. В феврале 2004 г., при участии ИКП создан координационный совет по развитию творческих индустрий в России.

Сведения об авторе

Востряков Лев Евгеньевич, доктор политических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», и. о. заведующего кафедрой социально-культурной деятельности, e-mail: lev-vostriakov@yandex.ru.

М. Б. Гнедовский

Креативные кластеры: стратегический профиль

В докладе вводится понятие стратегического профиля креативного кластера, которое рассматривается как новая парадигма развития бизнес-центров, инструмент планирования и управления, исследовательский инструмент, инструмент бенчмаркинга и ключ к развитию креативной экономики. Стратегический профиль кластера определяется шестью основными параметрами, к которым относятся: политика отбора арендаторов, коммуникационная политика, политика пространственного развития, политика стимулирования контактов внутри кластера, образовательная политика и освоение окружающей территории. В докладе обсуждаются принципиальные варианты стратегических решений по каждому из этих направлений.

Ключевые слова: креативные кластеры, управленческие стратегии, творческие индустрии

The report introduces the concept of the strategic profile of a creative cluster, which is considered as a new paradigm for the development of business centers, a planning and management tool, a research tool, a benchmarking tool and a key to the development of the creative economy. The strategic profile of the cluster is determined by six main parameters, which include: tenant selection policy, communication policy, spatial development policy, policy of stimulating contacts within the cluster, educational policy and development of the surrounding area. The report discusses the principal options for strategic decisions in each of these areas.

Keywords: creative clusters, managerial strategies, creative industries

Первые российские креативные кластеры – ARTPLAY, «Стрелка» и Проект «Фабрика» возникли в Москве в 2005 году. Это были своего рода бизнес-центры, отличительными чертами которых было то, что они создавались на бывших индустриальных территориях, а также то, что их резидентами являлись креативные компании и предприниматели. В последующие годы эта практика широко распространилась – как в Москве, так и во многих других российских городах. Стало ясно, что от остальных бизнес-центров кластеры отличает установка на капитализацию креативности. Также очевидной особенностью креативных кластеров оказалось их чрезвычайное разнообразие, которое, на первый взгляд, затрудняло их осмысленную типологизацию.

В данном докладе предпринимается попытка предложить инструмент, который позволит – в исследовательской позиции – разграничить различные типы кластеров, а в управленческой позиции – планировать и контролировать их успех. Этот инструмент целесообразно назвать стратегическим профилем креативного кластера.

Таким образом стратегический профиль креативного кластера может служить инструментом планирования и управления, исследовательским инструментом или инструментом бенчмаркинга. Он может также выступать как новая парадигма развития бизнес-центров и как ключ к развитию креативной экономики.

Сведения об авторе

Гнедовский Михаил Борисович, кандидат исторических наук, Московская высшая школа социальных и экономических наук, доцент кафедры управления социокультурными проектами, e-mail: gnedovsky@gmail.com.

Т. Н. Суминова

Креативные индустрии как инструмент формирования гармонично развитой созидательной личности

Впервые креативные индустрии рассматриваются как значимый инструмент формирования гармонично развитой созидательной личности, что является одной из целей государственной культурной политики. Реализации этого в условиях «оранжевой» экономики / экономики впечатлений / экономики счастья способствует спектр вариативных технологий проектного менеджмента учреждений / организаций сферы культуры и искусства.

Ключевые слова: креативные индустрии, государственная культурная политика, экономика счастья, экономика впечатлений, «оранжевая» экономика, технологии проектного менеджмента в сфере культуры и искусства, гармонично развитая созидательная личность

For the first time, creative industries are considered as a significant tool for the formation of a harmoniously developed creative personality, which is one of the goals of the state cultural policy. The implementation of this in the conditions of the «orange» economy / the economy of impressions / the economy of happiness is facilitated by a range of variable technologies of project management of institutions / organizations in the sphere of culture and art.

Keywords: creative industries, state cultural policy, the economy of happiness, the economy of impressions, the «orange» economy, project management technologies in the sphere of culture and art, a harmoniously developed creative personality

Квинтэссенцией современной свободной рыночной экономики как «оранжевой» экономики / экономики впечатлений / экономики счастья являются креативные индустрии. Значимость развития и собственно определение таковых в России впервые было зафиксировано в «Основах государственной культурной политики».

Креативные индустрии – это ресурсы / векторы инвестирования, драйверы и «точки роста» развития территорий, сферы культуры и искусства, разновидности социально-культурных / арт-практик, генераторы и дистрибьюторы информации / смыслов / знаний / кодов / текстов произведений.

Креативные индустрии – это инструмент формирования гармонично развитой созидательной / креативной личности, что является одной из целей государственной культурной политики. Таковую личность отличает не только ответственность, нравственность, самостоятельность, творческое мышление, но и духовность, социальное служение [1], энциклопедичность, профессионализм и т. д.

В различных учреждениях / организациях сферы культуры и искусства актуальным ресурсом для генерации данной личности выступает спектр технологий проектного менеджмента.

Все это созвучно идеям Декларации Федерального Народного Совета – Движения Добра, Мечты и Победы.

Список литературы

1. Кодекс гармоничной созидательной личности и солидарного общества. [Электронный ресурс] URL: https://docs.google.com/document/d/e/2PACX1vRxLUUOvMrPF8foF081F_BZQR4V18_cGFIqkICjsoFLs5mEI1-GQjRhVX9kvfL_QA/pub (дата обращения 02 сентября 2022).

Сведения об авторе

Суминова Татьяна Николаевна, доктор философских наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт культуры», профессор кафедры социально-культурной деятельности факультета государственной культурной политики; e-mail: tsuminova@yandex.ru.

И. Б. Хмырова-Пруель

Креативность – образ современного творческого процесса

Приобщаясь к той или иной деятельности, человек создаёт различные продукты своей деятельности, но наибольший интерес всегда вызывает процесс творчества. Сегодня этот процесс становится наиболее привлекательным, т. к. порождает различные образы, которые связаны не только с традиционными формами, но и обязательно «эмоционально-окрашены». Подобные «образы» есть результат своеобразных процессов «сотворчества», которые возникают в разных ассоциативных и символических формах, ведь творческий процесс по своей сути разнообразен — и это явление одно из самых важнейших социальных эффектов процесса творчества, который сам по себе субъективен и, конечно же, креативен.

Ключевые слова: креативность, творчество, творческий процесс, творец-художник, авторское творение

Joining this or that activity of people creates various products of the activity, but the greatest interest is always attracted by creativity process. Today this process becomes the most attractive since generates various images which are connected not only with traditional forms, but also «are surely emotionally charged». Similar «images» are result of peculiar processes of «coauthorship» which arise in different assotsiaktivny and symbolical forms, creative process is in essence various — and this phenomenon one of the most important social effects of process of creativity which in itself is subjective and, of course, is creative.

Keywords: creativity, creativity, creative process, creator artist, author's creation

«Креативность» (от английского – «create») буквально означает – творить, создавать. Понятия «креативность» и «творчество» подчас используются при разговоре как слова-синонимы, и, тем не менее, разница в семантическом определении существенна. Креативность – это, прежде всего способность создавать нечто оригинальное – например, идеи, которые воплощаются в образы, требующие нестандартного воплощения в жизнь. Этому способствует определённая форма деятельности, процессы, которые приводят к тому, что происходит создание уникального, авторского творения, продукта творче-

ства. Таким образом, можно сделать небольшой вывод: *креативность* рождает идеи, *творчество* претворяет их в жизнь.

Проблема творчества – одна из значительных и интереснейших проблем философии, которая постоянно находится в центре внимания исследователей. Поскольку все достижения мировой культуры, материальные и духовные ценности являются продуктом, результатом творчества как высшей формы деятельности по преобразованию мира.

Творчество является особой формой человеческой деятельности. По своей сути творчество стоит понимать как действительность, которая осуществляется по меркам свободы и устремленную к приобщению субъекта к высшим смыслам бытия.

Сведения об авторе

Хмырова-Пруель Ирина Борисовна, кандидат социологических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет», доцент кафедры культурологии, философии культуры и эстетики Института философии, e-mail: hmy-p@list.ru.

С. В. Богдан

Коллаборация как принцип развития креативных индустрий

Автор обосновывает применение принципа коллаборации в развитии креативных индустрий. Интеграция интеллектуальных, материальных, финансовых ресурсов предполагает сотрудничество бизнеса, организаций культуры, искусства, учреждений образования, предприятий, строительства, IT-компаний, государственных и муниципальных властей и т. п., а также участие населения в обсуждении, создании и реализации творческих проектов. Что приводит к притоку финансового и человеческого капиталов, является благоприятным социально-экономическим фактором, творчески преобразует действительность. Коллаборация обеспечивает благоприятные условия для партнёрства различных организаций, усиливая их возможности в создании благ и развитии креативных индустрий.

Ключевые слова: принцип коллаборации, развитие креативных индустрий

The author substantiates the application of the principle of collaboration in the development of creative industries. The integration of intellectual, material, and financial resources involves the cooperation of business, cultural organizations, art, educational institutions, enterprises, construction, IT companies, state and municipal authorities, etc., as well as the participation of the population in the discussion, creation and implementation of creative projects. This leads to an influx of financial and human capital, is a favorable socio-economic factor, creatively transforms reality. Collaboration provides favorable conditions for the partnership of various organizations, strengthening their capabilities in creating benefits and developing creative industries.

Keywords: the principle of collaboration, the development of creative industries

Креативные индустрии (далее КИ) становятся неотъемлемой составляющей экономической и социальной жизни общества. Успешными становятся сферы, которые открыты для творчества, сотрудничества и инноваций. Принцип коллаборации заключается в объединении интеллектуальных, материальных и финансовых ресурсов, обеспечивает не только взаимовыгодную реализацию идей организаций-партнёров, но и способствует развитию КИ.

Сотрудничество организаций культуры, искусства, образования, бизнеса и промышленности способствует созданию уникальных арт-объектов для жизни, работы и учёбы [1]. Фестивали, презентации привлекают инвестиции в творческие процессы, архитектура открыта для манифестаций монументальной живописи. Например, практическая подготовка студентов кафедры СКД ЧГИК включает их участие в реализации программы «Друзья двора» совместно с ЖКХ «Ньютон» и «Эво-парк», которая направлена на организацию анимационной деятельности детей и молодёжи, отвлекает их от гаджетов и т. п. IT-технологии позволяют вовлечь молодёжь в разработку проектов, учитывать пожелания населения в решении проблем благоустройства городской среды, улучшения качества жизни. Таким образом, коллаборация становится фактором развития КИ.

Список литературы

1. Если бизнес будет творческим – в него придут деньги» [Электронный ресурс] / Д. Милославская // Челябинск – Деловой квартал. URL: <https://chel.dk.ru/news/237166554> (дата обращения 30.08.2022).

Сведения об авторе

Богдан Светлана Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности; e-mail: bogdansveta@gmail.com.

Я. В. Грусман

Значение культурной политики для развития социокультурного пространства современного российского мегаполиса

В работе дается определение понятия «культурная политика», обозначаются основные концепции. Раскрывается значимость культуры, как для «концепции государственной культурной политики», так и для современного социокультурного пространства мегаполиса. Обозначаются перспективы научного изучения социокультурного поля мегаполиса через призму концепции «культурной политики».

Ключевые слова: государственная культурная политика, социокультурное пространство, мегаполис, социокультурное поле, культурный код

The paper defines the concept of «cultural policy», identifies the main concepts. The significance of culture is revealed, both for the «concept of state cultural policy»

and for the modern socio-cultural space of the metropolis. The prospects of scientific study of the socio-cultural field of the metropolis through the prism of the concept of «cultural policy» are outlined.

Keywords: cultural policy, state cultural policy, sociocultural space, sociocultural field, cultural code, national identity

Значение культурной политики для современного культурного пространства весьма сложно и неоднозначно, именно поэтому нуждается в подробном анализе и последующей интерпретации. В последние годы поиск теоретико-методологических оснований изучения «культурной политики» ведется в разных направлениях: через призму национальной культурной политики, через анализ и рассмотрение современных моделей культурной политики, даже в формате исследования культурной и национальной идентичности, например, через определение таких понятий как «национальное самосознание», национальная культура», «национальная идея». В этой связи, особый интерес, на наш взгляд, обращает на себя изучение социокультурного пространства современного крупного города через призму теоретических и практических оснований культурной политики.

Город как феномен культуры и социальной жизни в целом, довольно удобное место для исследований. Находясь на стыке сразу нескольких дисциплин, город (и городская культура) как объект исследования, может быть рассмотрен через призмы концепций, принадлежащих к тем отраслям научного знания, которые при прочих условиях, почти не пересекаются.

Сведения об авторе

Грусман Янина Владимировна, кандидат социологических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: yagrus82@gmail.com.

В. А. Кавера

Развитие креативных индустрий в новой реальности

Креативные индустрии сегодня являются одним из важнейших факторов устойчивого экономического развития и условием для формирования качественных характеристик человеческого капитала. Изменившаяся реальность под влиянием последних политических событий заставляет проанализировать новые тренды российских креативных индустрий и рассмотреть основные направления государственной поддержки креативного сектора.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, креативный сектор, креативный класс, творческие сообщества

Creative industries today are one of the most important factors for sustainable economic development and a condition for the formation of qualitative characteristics of human capital. The changed reality, under the influence of recent political events, makes us analyze new trends in Russian creative industries and consider the main directions of state support for the creative sector.

Keywords: creative industries, creative economy, creative sector, creative class, creative communities

Во многих странах на государственном уровне приняты программы поддержки креативных индустрий, в России системная поддержка сектора только еще начинает формироваться. Подтверждением тому стало создание в январе 2022 года Комиссии по развитию креативных индустрий при Ассоциации менеджеров России. На своем втором заседании, состоявшемся 13 апреля 2022 года, члены комиссии обсудили перспективы и возможности креативной экономики в новой реальности. В частности, было отмечено, что «в последние годы креативные индустрии демонстрировали более высокий рост по сравнению с другими отраслями. В изменившихся условиях отношение к креативным индустриям, их развитию и экспорту продукции, нуждается в серьезном пересмотре».

Учитывая всю сложность сложившейся ситуации на международном и отечественном экономических рынках, нужно понимать, что развитие креативных индустрий сейчас находится в точке, которая представляет из себя ни что иное, как точку возможности. Можно с уверенностью сказать, что, наконец, настало то время, когда первичны культура и творчество. К трендам, которые задают креативные сообщества, активно присоединяется бизнес, ориентируясь и отслеживая их.

Одним из путей восстановления креативной экономики, который приведет к активному развитию территорий, могло бы стать приоритетное развитие креативных индустрий. Уникальное время коренных изменений дает возможности для новых стратегий, и эти стратегии связаны с трансформацией существующей системы.

Сведения об авторе

Кавера Виктория Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: kavera@list.ru.

Н. Д. Каминская

Креативные индустрии: показатели развития

Показатели развития являются непреложным условием для придания динамики, системного развития креативных индустрий.

Ключевые слова: креативные индустрии, показатели развития

Development indicators are a prerequisite for fostering a creative economy, in particular the systemic development of creative industries.

Keywords: creative industries, development indicators

Измерения масштабов и структуры креативных индустрий важны для их дальнейшего роста и продвижения. Наличие сложившейся информационной базы позволяет реализовать доказательную политику и выстраивать стратегическое планирование для расширения данной области экономики. К показателям развития креативных индустрий относят: количество организаций в креативном кластере, размер выручки, количество индивидуальных

предпринимателей, численность занятых, размер создаваемой креативными индустриями добавленной стоимости, валовую добавленную стоимость креативных индустрий, долю креативных индустрий в валовом продукте города и т. д. Арт-индустрия, исполнительское искусство, музыка, кино и анимация, фотография, издательская деятельность, теле- и радиовещание, ИТ и видео-игры, реклама, архитектура, дизайн, мода, ювелирное дело, музеи, архивы, библиотеки, культурное наследие, образование в креативных индустриях – направления деятельности организаций, входящих в креативные кластеры.

Лидером среди главных экспортеров товаров и услуг креативных индустрий за последние 5 лет остается КНР, на втором месте – Франция и Италия, далее – США и Индия. Статистика ООН за 2013 году определяла, что вклад творческих индустрий в экономике России составила 6%. Благодаря необычному синтезу компонентов креативных индустрий, таких как творчество, авторское право, коммерциализация в целом, в последние годы стало очевидным, что центральное звено креативных индустрий – экономическая ценность культуры, так как содержит источник новых идей, креативных подходов.

Сведения об авторе

Каминская Надежда Дмитриевна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности; e-mail: ddp92@yandex.ru.

Е. Н. Львова

Виртуализация социально-культурного пространства как фактор развития творческих индустрий в сфере непрерывного образования и досуга

Процесс виртуализации досуга является одной из актуальнейших тем для современных специалистов социально-культурной сферы. Особый интерес представляет развитие разнообразных моделей и сочетаний образовательной и досуговой деятельности в Интернет-пространстве. Это предполагает необходимость не только освоения новых инструментов взаимодействия с аудиторией, но и поиск перспективных направлений развития индустрии непрерывного образования

Ключевые слова: социально-культурная сфера, виртуальность, образование, творчество

The process of virtualization of leisure is one of the most urgent topics for modern specialists in the socio-cultural sphere. Of particular interest is the development of various models and combinations of educational and leisure activities in the Internet space. This implies the need not only to master new tools for interacting with the audience, but also to search for promising directions for the development of the lifelong education industry.

Keywords: socio-cultural sphere, virtuality, education, creativity

Потенциал электронно-коммуникативных технологий предполагает «уникальные и равные для всех возможности реализовать потребность личности в самопознании и творчестве» [1]. Практическое воплощение идеи развития виртуализации досуга наряду с концентрацией ряда социальных факторов способствовали модификации тренда дополнительного образования в тренд непрерывного образования, осуществляемого в пространстве досуговой активности посредством социально-культурных технологий в процессе виртуального взаимодействия неограниченного множества людей. Подобный подход позволяет выделить организацию и продвижение непрерывного образования как важнейшее направление творческих индустрий.

Профессиональная самореализация современного менеджера социально-культурной сферы предполагает развитие таких умений и навыков, которые позволяют успешно использовать все ресурсы виртуального пространства, создавая собственный цифровой контент на основе понимания и конструирования интересов целевой аудитории с учетом достоинств и недостатков онлайн-досуга. Это тем более важно, что «аудитория становится персонифицированной» и «присутствует рост зрелых участников интернет-коммуникации» [2]. Для дальнейшего повышения качества рассматриваемого направления творческих индустрий принципиально важным является органичное сочетание технологий в их комплексном практическом применении.

Список литературы

1. Воробьева А. А. Инновационные онлайн-мероприятия: специфика, форматы, преимущества и недостатки / А. А. Воробьева // Сб. Научных работ молодых ученых университета ИТМО. – Санкт-Петербург: [б. и.], 2019. – С. 44–50.

2. Углубленное изучение Интернет-поведения. [Электронный ресурс] // OnLife URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?trID=47> (дата обращения 14.04.2022).

Сведения об авторе

Львова Елена Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: LVLen@mail.ru.

Л. П. Морина

Креативность в контексте современной культуры: аксиологический аспект

Креативность в социально-культурной сфере имеет специфику, в частности, она противоположно направлена вектору ценностного содержания. Чем более значима для социума та или иная сфера / феномен, тем, соответственно, меньше простора для социально-культурной креативности.

Ключевые слова: креативность, ценность, социально-культурная сфера

Creativity in the socio-cultural sphere has some specifics; in particular, it is opposite to the vector of value content. The more significant this or that sphere/phenomenon is for society, the less scope there is for socio-cultural creativity.

Keywords: creativity, value, socio-cultural sphere

Социокультурная реальность диктует особые требования и условия креативному подходу. Всё, что касается мира человека, пронизано ценностно ориентированными силовыми полями. Креативность как способность мыслить нетрафаретно и создавать новое в социально-культурной сфере имеет накладываемые ею ограничения. В этой области креативное мышление не может использовать любые варианты и свободно ими манипулировать, как бы привлекательно это ни выглядело. Например, что касается технологий празднеств, ориентированных на традиционные ритуальные формы. Если креативный подход в погоне за оригинальностью жертвует аутентичностью, то автору не избежать исторической и культурологической критики. Поэтому креативность вынужденно оказывается ограниченной рамками социокультурной компетентности и чувством личной ответственности автора.

Но возможна и более серьезная проблема. Если автор проекта проявляет креативность в религиозной сфере, то он неизбежно затрагивает чувства верующих. Многочисленные эпизоды социальных конфликтов по поводу религиозных символов, происходящие по причине невежества креативных авторов, являются тому ярким подтверждением. Помимо компетентности и чувства ответственности, в данной сфере необходимо иметь еще, как минимум, этическую интуицию.

Таким образом, можно констатировать, что креативность в социально-культурной сфере противоположно направлена вектору ценностного содержания. Чем более значима и чувствительна для социума та или иная сфера или феномен, тем, соответственно, меньше простора для социально-культурной креативности.

Сведения об авторе

Морина Лариса Павловна, доктор философских наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет», доцент кафедры культурологии, философии культуры и эстетики, e-mail: mlp207@yandex.ru.

Д. Ф. Миронов

Развитие социокультурных технологий социализации и формирования креативности молодёжи на уровне районного центра

Описан пример успешной реализации социокультурных технологий работы с молодёжью в небольшом районном центре Новгородской области. Раскрыты использованные способы решения проблем, часто возникающих в подобных социокультурных проектах.

Ключевые слова: социальное проектирование, работа с молодёжью, районный культурный центр

A successful example of social cultural project implementation in the small regional center of Great Novgorod region. The ways to overcome problems, often associated with such kind of social projects realization are disclosed.

Keywords: social projects implementation, children-, teenagers- and youngsters-oriented projects, regional cultural center

От решения задачи формирования просоциального поведения и креативности молодёжи во многом зависит качество жизни в социуме. В настоящее время получила новую жизнь концепция детско-юношеских творческих центров – преемников домов пионеров и школьников, домов творчества юных.

В крупных муниципальных образованиях эти центры достаточно успешно развиваются, поскольку их работа активно поддерживается как муниципальной администрацией, так и средствами муниципальных бюджетов.

В то же время проектные инициативы центров в малых городах, как правило, сталкиваются с такими проблемами, как:

- подбор помещений в условиях дефицита нежилого фонда;
- ограниченность бюджета муниципальных образований – особенно в части развития социально-культурной среды;
- дефицит кадров педагогов дополнительного образования;
- практическая невозможность реализации подобных проектов на принципах даже частичной самоокупаемости.

Пример успешной реализации подобного проекта – молодёжный центр «Место. Валдай» (городе Валдай Новгородской области), нацеленный на работу с детьми от дошкольного до старшего школьного возраста, который проводит клубные занятия по гуманитарным, техническим и художественным направлениям. Успех реализации проекта во многом связан с включением во всероссийский проект «Место», что способствует поддержанию интереса туристов к Валдаю и ведет к росту финансовых поступлений.

Таким образом, основными инструментами успешной реализации социокультурных проектов формирования просоциального поведения и креативности молодёжи в малых муниципальных образованиях могут стать успешное сотрудничество коммерческих и муниципальных структур и активное привлечение волонтеров.

Сведения об авторе

Миронов Дмитрий Феликсович, кандидат технических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры информационных технологий и компьютерного дизайна, e-mail: dochento1956@hotmail.com.

М. В. Демидова, И. Б. Дадьянова

**Мультимедийные технологии в сохранении
исторической памяти (на примере дизайн-проектов,
посвященных истории и архитектуре зданий СПбГИК)**

Предметом исследования авторов выступают возможности мультимедийных технологий в сохранении и поддержании исторической памяти, как значимого общественного явления, в условиях нового цифрового коммуникативного пространства. Полученные в ходе исследования сведения расширяют представление о применении практических навыков дизайнера мультимедиа в сохранении и привлечении внимания к исторической памяти.

Ключевые слова: информационные технологии, история, коммуникативный дизайн

The subject of the authors' research is the possibilities of multimedia technologies in preserving and maintaining historical memory as a significant social phenomenon in the conditions of new digital communicative space. The information obtained in the course of the study expands the idea of applying the practical skills of a multimedia designer in preserving and drawing attention to historical memory.

Keywords: information technology, history, communicative design

В современных реалиях особую роль в жизни общества приобретает историческая память как совокупность представлений социума об общем прошлом, позволяющее любой социальной группе идентифицировать себя как некое единое целое за счёт знания о прошлых достижениях предков, приобретения «чувства прошлого» и задания курса развития на будущее на основе общих культурных ценностей. Исходя из этого, важными становятся проблемы, связанные с поиском форм подачи исторической информации, способных заинтересовать молодое поколение. В данной ситуации большой простор для творчества предоставляют современные мультимедийные средства, а именно – технологии создания веб-сайтов и интеграции мультимедийных объектов в веб-страницы [1].

Большое значение в профессиональной подготовке студентов Санкт-Петербургского государственного института культуры, специализирующихся в области дизайна мультимедиа, имело творческое задание по созданию мультимедийных презентаций, посвященных истории, событиям и фактам, связанным с историей и архитектурой зданий института.

Список литературы

1. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа : учеб. пособие для студентов / О. В. Шлыкова. МГУКИ. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 415 с.

Сведения об авторах

Демидова Мальвина Васильевна, кандидат искусствоведения доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры информационных технологий и компьютерного дизайна, e-mail: malvina.demidova@gmail.com.

Дадыянова Ирина Борисовна, кандидат социологических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры информационных технологий и компьютерного дизайна, e-mail: newspaper2004@yandex.ru.

Т. В. Рябова

Просветительские практики

в креативных общественных пространствах города

Рассматривается специфика реализации просветительской функции социально-культурной деятельности в зависимости от типа общественных пространств города. Подчеркивается значимость просветительской деятельности в контексте развития креативных индустрий; анализируются наиболее распространенные просветительские практики в городских креативных общественных пространствах.

Ключевые слова: общественные пространства, просветительская деятельность, просветительские практики, креативные пространства, классификация просветительских практик

The specifics of implementation of the educational function of socio-cultural activities, depending on the type of public spaces of the city, are considered. The importance of enlightenment activities in the context of development of creative industries is emphasized; the most common enlightenment practices in urban creative public spaces are analyzed.

Keywords: public spaces, enlightenment activities, enlightenment practices, creative spaces, classification of enlightenment practices

Просвещение граждан является одной из приоритетных задач государственной культурной политики современной России и среди условий реализации данной задачи предполагает вовлечение граждан в различные формы просветительской деятельности; развитие культурного просветительства. Значительную роль в организации просветительской деятельности играют не только традиционные учреждения культуры, но и креативные общественные пространства.

Многообразие просветительских практик в креативных общественных пространствах условно можно сгруппировать в зависимости от приоритетности просветительской функции среди прочих функций, реализуемых общественным пространством: 1) общественные пространства, для которых просветительская функция является основной; 2) общественные пространства, реализующие просветительскую функцию наравне с другими функциями – зрелищно-развлекательными, рекреационными и т.п.; 3) общественные пространства, для которых просветительская функция не является основной, реализуется эпизодически.

Просветительская деятельность в структуре деятельности общественного пространства может осуществляться на бесплатной и платной основе; включать разнообразные формы ее реализации; быть ориентированной на массовую аудиторию или быть узко сегментированной; организовываться постоянно либо эпизодически. Источники финансирования просветительской деятельности в креативных пространствах также разнообразны: государственные (муниципальные) субсидии в соответствии с государственным (муниципальным)

заданием; гранты из различных фондов на реализацию просветительских проектов; платные услуги; спонсорские средства, если просветительские проекты выполняют роль «якоря» для привлечения публики

Сведения об авторе

Рябова Татьяна Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: tv.ryabova812@gmail.com.

Е. В. Эртман

Подходы к оценке эффективности рекламных кампаний в социально-культурной сфере

Определяются современные подходы к оценке эффективности рекламных кампаний социально-культурных учреждений, выделяются три их ключевых компонента: коммуникативный, экономический и технологический. Обозначены ключевые виды контроля эффективности рекламной деятельности в социально-культурной сфере.

Ключевые слова: рекламная кампания, рекламный менеджмент, социально-культурные учреждения, эффективность рекламы в социально-культурной сфере

Modern approaches to evaluating the effectiveness of advertising campaigns of socio-cultural institutions are defined, their three key components are distinguished: communicative, economic and technological. The key types of control over the effectiveness of advertising activities in the socio-cultural sphere are identified.

Keywords: advertising campaign, advertising management, socio-cultural institutions, advertising effectiveness in the socio-cultural sphere

В теории и практике рекламной деятельности существует два основных подхода к решению вопроса оценки эффективности рекламных кампаний. Первый подход подразумевает, что оценку следует давать на основе реализации коммуникативной функции рекламы как ее самой существенной специфической черты, проявляемой в рекламном менеджменте и наиболее характерной для социально-культурной сферы.

При втором подходе оценка эффективности рекламной кампании, в первую очередь, основывается на рассмотрении ее как маркетинговой деятельности социально-культурного учреждения. Эффективность рекламной кампании в этом случае будет измеряться в соответствии с совершенным после ее осуществления потреблением социально-культурных продуктов, то есть будет оцениваться ее экономический эффект.

При этом без внимания остается процесс планирования и организации целенаправленной рекламной деятельности, позволяющий получить эти результаты. В связи с этим следует оценивать не только конечные показатели, но и эффективность технологии формирования рекламной кампании, которая включает стратегию рекламного менеджмента социально-культурной организации, медиа-планирование, создание макетов рекламных сообщений и др., а также условия внедрения различных рекламных акций.

Сведения об авторе

Эртман Елена Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: ertman07@mail.ru.

А. Н. Губер

Социально-культурная деятельность как фактор развития креативных пространств

Рассмотрена практика вовлечения молодежи в творческую среду, внедрение технологий совершенствования социально-культурной деятельности в кластерах и продвижения креативных пространств средствами социально-культурных программ. Особое внимание уделяется реализации социально-культурных проектов, направленных на развитие креативных пространств. Автор утверждает, что творческие индустрии способны стать инструментом инновационной культурной политики нашей страны.

Ключевые слова: социально-культурная деятельность, творческие индустрии, креативное пространство, креативный кластер

The article deals with socio-cultural projects based on creative spaces. Involving young people in the creative environment, introducing technologies to improve socio-cultural activities in clusters and promote creative spaces through social and cultural programs. The author argue that creative industry can become a tool for innovative cultural policy of our country

Keywords: social and cultural activities, creative industries, creative space, social and cultural activities in creative clusters, improvement of social and cultural activities in creative clusters

Креативные пространства – это новое явление в современной культуре, и поэтому не все организации и проекты осознают и реализуют задачи, поставленные креативной индустрией. Важно, чтобы они не только были обеспечены предпринимательской деятельностью, формированием рабочих мест и капитализацией таланта, но при этом способствовали развитию городских территорий, обеспечивали творческую синергию культуры и бизнеса мегаполиса.

Механизмы продвижения каждого кластера уникальны. Каждый из них осуществляет продвижение в соответствии со своими ресурсами, экономической средой и наполнением кластера. Соответственно, опыт продвижения таких учреждений в современной социально-культурной деятельности нуждается в систематизации.

Результатом успешно реализованной идеи творческого (креативного) кластера является четкая система производства социально-культурной деятельности, уникальные творческие продукты, которые можно монетизировать.

Наибольшую роль в экономическом развитии играют массовые мероприятия, такие как фестивали или концерты, распродажи и продовольственные ярмарки. Сейчас сложно даже вообразить полноценный город-

ской фестиваль без фуд-корта, концертной программы или лектория. Многие креативные ивент-площадки используют классический сценарий джен-трификации.

Социально-культурная деятельность активно помогает развитию творческих индустрий и креативных пространств, где творческие люди, объединенные одной целью, проводят время, занимаются созидательной деятельностью, работают и культурно развиваются.

Сведения об авторе

Губер Александр Николаевич, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», старший преподаватель кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: aleksandr.guber@mail.ru.

Е. Е. Васильева

Роль креативных индустрий в развитии научного творчества студентов

Современная студенческая молодежь сегодня – это фундамент для развития современного российского общества. Особое внимание молодежи уделяется в рамках государственной культурной политики. Успешно прошедший 2021 год «науки и технологий» стимулировал развитие научно-творческой активности среди молодежи. Мощной площадкой для реализации научного интереса и саморазвития студентов стали креативные индустрии.

Ключевые слова: креативные индустрии, научное творчество, студенты, молодежь, государственная культурная политика.

Modern student youth today is the foundation for the development of modern Russian society. Special attention is paid to youth within the framework of the State cultural policy. The successful year 2021 «science and technology» stimulated the development of scientific and creative activity among young people. Creative industries have become a powerful platform for realization of scientific interest and self-development of students.

Keywords: creative industries, scientific creativity, students, youth, state cultural policy

Современная студенческая молодежь выступает как полноценный участник всех процессов. Так, государством и коммерческим сектором активно поддерживается развитие креативных индустрий, которые с одной стороны будут направлены на успешное развитие государственной культурной политики, с другой стороны будут способствовать профессиональной самореализации и личностному саморазвитию студентов.

Объявленный годом науки и технологий, 2021 год принес высокие результаты во многих сферах. Важно, что Правительство РФ оценило потенциал молодого поколения в развитии науки и технического прогресса.

Наука есть и всегда будет творческим процессом, который привлекает молодых исследователей. Активное развитие информационных технологий дает

возможность по-новому взглянуть на научную сферу. Инновации коснулись не только сбора и переработки информации, но и форм представления результатов научного исследования. Хакатон или, например, Научный Стендап позволяют рассмотреть в новом ракурсе существующие проблемы в культуре, экологии, экономике, образовании и т. д. и более эффективно донести проблему до целевой аудитории.

В рамках проекта «Цифровой прорыв» особую популярность приобрели кейс-турниры в формате Хакатона. Еще одним популярным хакатоном стали «Фронтиры науки» от Сбербанка. Креативные индустрии, безусловно, обладают огромным потенциалом в поддержке инициативной молодежи в научной сфере. Ярким примером служит ставшая популярной такая площадка как «Кванториум», которые стали появляться не только в крупных городах, но и в отдаленных уголках страны.

Таким образом, креативные индустрии являются мощной инновационной площадкой для развития и стимулирования научно-творческой деятельности молодежи.

Сведения об авторе

Васильева Елизавета Евгеньевна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», преподаватель кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: vasil-liza@yandex.ru.

В. С. Котова

Фестивальный туризм в рамках культурного пространства Российской Федерации

Выявляется сущность фестивального туризма и анализируется его специфика в культурном пространстве России. Рассматривается опыт организации фестивального туризма на базе творческого объединения «Триумф». Акцент сделан на выявлении проблем в деятельности коммерческого творческого объединения по организации детского фестивального туризма.

Ключевые слова: фестиваль, фестивальный туризм, дополнительное образование детей, творчество, творческие объединения

The essence of festival tourism is revealed and its specificity in the cultural space of Russia is analyzed. The experience of organizing festival tourism on the basis of the creative association «Triumph» is considered. The emphasis is placed on identifying problems in the activities of a commercial creative association for the organization of children's festival tourism.

Keywords: festival, festival tourism, supplementary education of children, creativity, creative associations

На постсоветском культурном пространстве в связи с наличием структуры дополнительного образования детей были сформированы повсеместные творческие клубы, объединения по разным видам искусств, кружки. В них

учащиеся знакомятся с актерским мастерством, танцевальным творчеством, вокальным искусством или художественным творчеством, порой, оставаясь лишь на любительском уровне, не выходя на профессиональный.

Фестивальное движение любительского творчества в Российской Федерации, по сути, уникально. Фестивальный туризм распространен на территории постсоветского пространства или в других странах средствами мигрантов, знакомых с системой дополнительного образования.

Фестивальный туризм позволяет познакомиться с большой страной, так как путешествия от фестиваля к фестивалю у каждого ребенка формируется понимание, чем красива, богата наша страна, заодно появляется мотивация развиваться и демонстрировать свое мастерство на новом уровне, повышая его с каждым фестивалем. В качестве стимула выступает и сама поездка, то есть возможность в общении со своими одноклассниками или группой.

На территории РФ действует около 10 крупных организаторов подобных мероприятий (в том числе ТО ТРИУМФ), а также фирмы, которые делают один проект в год.

Необходимо выработать более четкие механизмы реализации задач культурной политики, направленных на поддержку творческих коллективов и талантливой молодежи; симбиоза государственных и коммерческих фестивалей, основанного на продуктивном взаимовыгодном партнерстве.

Сведения об авторе

Котова Варвара Сергеевна, общество с ограниченной ответственностью «Творческое объединение „Триумф“», начальник арт-отдела, e-mail: triumph_16@triumph-org.ru.

В. А. Мацко

Реализация информационно-просветительских социально-культурных технологий в коммуникативном пространстве кластера

Развитие креативных индустрий – приоритетное направление культурной политики. Основные проблемы креативного сектора заключены в рыночном, конкурентном характере его функционирования, а главный вектор развития заключается в обратном процессе – коллаборации и формировании локальных и глобальных сообществ креативного класса. Коммуникативное пространство – новый формат взаимодействия творческих индустрий. Одним из основных направлений его реализации является развитие знаний и навыков резидентов, инструментальной основой которого являются информационно-просветительские технологии.

Ключевые слова: креативность, креативные индустрии, креативные пространства, креативные центры, социально-культурные технологии, информационно-просветительские технологии

The development of creative industries is a priority area of cultural policy. The main problems of the creative sector lie in the market, competitive nature of its functioning, and the main vector of development lies in the reverse process –

collaboration and the formation of local and global communities of the creative class. Communication space is a new format of interaction between creative industries. One of the main directions of its implementation is the development of knowledge and skills of residents, the instrumental basis of which is information and educational technologies.

Keywords: creativity, creative industries, creative spaces, creative centers, socio-cultural technologies, information and educational technologies

Фактор креативности в последние десятилетия становится решающим в процессе формирования новых принципов общественного функционирования, а творческие индустрии зарекомендовали себя как важнейшие субъекты социокультурного и экономического развития. Наиболее эффективный путь прогресса данного сектора заключается во взаимодействии и коллаборации творческих компаний, в их объединении в условиях новых культурно-досуговых и деловых площадок – креативных центров, в создании прочного и открытого сообщества креативных профессионалов. Данные принципы в полной мере реализуются в коммуникативном пространстве креативных центров – новом формате взаимодействия творческих индустрий. Одним из наиболее значимых аспектов деятельности в рамках коммуникативного пространства является профессиональное и общекультурное развитие представителей нового креативного класса: их знаний, навыков, уровня креативности и готовности к генерации инновационных полезных идей и проектов. Инструментальную основу реализации данного направления деятельности коммуникативного пространства составляют информационно-просветительские социально-культурные технологии, обладающие наибольшим педагогическим потенциалом.

Это формирует восприятие в обществе библиотеки как необходимого элемента социума и обращает внимание законодательной и исполнительной ветвей власти на необходимость социального института и его государственной поддержки в достаточном для реализации миссии объеме.

Список литературы

1. Ариарский М. А. Теория социально-культурной деятельности отвечает на вызовы времени / М. А. Ариарский // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств – 2013. – № 2 (14). – С. 38–43.
2. Литвинцева Г. Ю. Культурология досуга: учебное пособие. / Г. Ю. Литвинцева. – СПб.: Издательство «Культ-ИнформПресс». 2018. – 268 с.
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Ричард Флорида ; [пер. с англ.: Н. Яцюк]. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 384 с.

Сведения об авторе

Мацко Виктория Александровна, государственное автономное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Ленинградской областной институт развития образования», методист центра непрерывного повышения профессионального мастерства педагогических работников, e-mail: matsko.v.science@gmail.com

А. С. Санькова

Роль креативных индустрий в популяризации и сохранении индустриального наследия

В наши дни проблема ревитализации объектов индустриального наследия достаточно остро стоит для многих регионов нашей страны, в том числе и для Санкт-Петербурга. В статье анализируется опыт «Северной столицы» в применении культурных индустрий для превращения заброшенных заводских зданий в общественные пространства, дается перечень объектов, нуждающихся в использовании креативных технологий.

Ключевые слова: индустриальное наследие, креативные индустрии, ревитализация, Санкт-Петербург

In our days the problem of revitalizing industrial heritage sites is quite acute for many regions of our country, including St. Petersburg. The article analyzes the experience of the «Northern capital» in the use of cultural industries to transform abandoned factory buildings into public spaces, gives a list of industrial objects that need the use of creative technologies.

Keywords: industrial heritage, creative industries, revitalization, St. Petersburg

В последнее время индустриальное наследие все чаще становится объектом интереса не только ученых и исследователей, но и бизнесменов. Большие заводы гиганты либо модернизировали производство, автоматизировав его и сделав более компактным, либо не пережили экономических изменений 90-х годов XX века. Как следствие, в крупных промышленных городах освободились обширные территории и помещения с развитой инфраструктурой и транспортной доступностью. Ценность остатков промышленных корпусов, зачастую находящихся в аварийном состоянии, не так очевидна, как значимость дворцов или старинных церквей. Это приводит к сносу зданий и возведению на их месте жилых комплексов, приносящих быстрый доход.

Для сохранения индустриального наследия первоочередными задачами являются формирование устойчивого интереса к истории промышленных объектов, увеличение их привлекательности, раскрытие туристического и экономического потенциала, включение их в сферу культуры. Важнейшую роль в достижении указанных целей играют креативные индустрии, позволяющие творчески переосмыслить архитектуру зданий и экспозиции корпоративных музеев, а также способствующие созданию и продвижению уникальных тематических коммерческих продуктов и услуг, образовательных, издательских и выставочных проектов.

Сведения об авторе

Санькова Анна Сергеевна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», аспирант кафедры музеологии и культурного наследия, e-mail: ancha01@yandex.ru.

Научный руководитель: Мухин Андрей Сергеевич, доктор философских наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры музеологии и культурного наследия.

В. В. Гусева

Проектирование ремесленного кластера в системе креативных индустрий региона

Рассматривается проблема поиска эффективных методик реализации традиционных культурных ценностей в современном социокультурном пространстве; обосновывается роль социально-культурного проектирования в системе средств сохранения и развития региональной культуры. Основное внимание уделено особенностям проектирования кластера «Город Ремесел» в контексте развития креативных индустрий региона.

Ключевые слова: традиционная культура, традиционные ремесла, проектирование, социально-культурное проектирование, кластер

The problem of searching for effective methods of realization of traditional cultural values in the modern socio-cultural space is considered; the role of socio-cultural design in the system of means of preservation and development of regional culture is substantiated. The main attention is paid to the design features of the cluster «City of Crafts» in the context of the development of creative industries in the region.

Keywords: traditional culture, traditional crafts, design, socio-cultural design, cluster.

Актуальной задачей государственной культурной политики является всемерное сохранение и поддержание традиционной культуры народов России, приобщение к ней широких групп населения и, прежде всего, подрастающего поколения. Одним из инструментов решения данной задачи выступает социально-культурное проектирование как «процесс творческо-интеллектуальной деятельности, содержание которого составляет комплекс взаимосвязанных, последовательных, упорядоченных по времени, обеспеченных необходимыми ресурсами действий» [1, с. 386].

Традиционная народная культура в Вологодской области определена как значимый ресурс развития региона. Бюджетное учреждение культуры Вологодской области «Центр народной культуры» создано для всестороннего обеспечения деятельности по сохранению традиционной народной культуры в регионе [2, с. 191].

В целях совершенствования работы по сохранению традиционных культурных ценностей на базе «Центра народной культуры» предложен проект кластера «Город Ремесел». Главная цель проекта – развитие традиций и инноваций через объединение сфер традиционных ремесел и творческих индустрий. Деятельность кластера будет строиться по трем направлениям: образовательное (обучение ремесленным программам); развлекательное, которое предполагает внедрение инновационных технологий для привлечения молодежи, и туристическое.

Список литературы

1. Рябова Т. В. Проектирование в социально-культурной анимации // Диалоги о культуре и искусстве»: мат-лы X Всерос. научно-практ. конф. (Пермь, 15–17 октября 2020 г.). В 3 ч. : ч. 2 / отв. ред. Е. В. Багалина-Корнева. – Пермь, 2020. – С. 385–389.

2. Гусева В. В. Социально-культурная деятельность как средство сохранения традиционных культурных ценностей региона // Государственная культурная

политика Российской Федерации и новые практики социально-культурной деятельности: сб. научн. статей / С.-Петерб. гос. ин-т культуры; ред.-сост. Л. Е. Воспряков, Т. В. Рябова. – Вып. 1. – Санкт-Петербург : НИЦ АРТ, 2022. – С. 187–192.

Сведения об авторе

Гусева Владислава Викторовна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», магистрант 1 курса направления подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», e-mail: vladislavaguseva65@gmail.com.

Научный руководитель: Рябова Татьяна Викторовна, кандидат педагогических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности.

Л. Д. Осипова

Потенциал креативного пространства для развития творческой деятельности молодёжи

В условиях реализации новой ценностно ориентированной модели государственной культурной политики и модернизации современных культурных пространств креативные индустрии обладают огромным воспитательным, образовательным и развивающим потенциалом творческих способностей личности молодёжи.

Ключевые слова: творческие индустрии, молодёжь, креативное пространство, арт-пространство, стимулирование творчества, творчество

In the context of the implementation of a new value-oriented model of the state cultural policy and the modernization of modern cultural spaces, it is the creative industries that have a huge upbringing, educational and developing potential for the creative abilities of the youth personality.

Keywords: creative industries, youth, creative space, art space, stimulation of creativity, creativity

Молодежь создает будущее, задает темпы развития технологий, тренды и приоритеты, формируя уровень жизни будущих поколений. Благодаря работе инвесторов и государственной поддержке формируются креативные пространства, которые способствуют творческой самореализации молодежи, позволяют молодым стать участниками выставки, организовать свой фестиваль, почувствовать себя существенной частью творческого созидательного ритма города.

Среди успешных проектов творческих индустрий в Санкт-Петербурге следует назвать десятки кластеров, среди которых: лофт-пространство «Этажи», арт-пространство «Пушкинская, 10», «Артмуза», «Новая Голландия» и другие.

Условиями повышения результативности реализации потенциала креативного пространства для самореализации молодежи выступают:

- анализ досуговых предпочтений молодежи посредством диагностирования при выборе форм социально-культурной деятельности, способствующих самореализации молодежи на территории креативного пространства;

- расширение спектра форм социально-культурной деятельности на площадке креативного пространства в соответствии с потребностями молодежной аудитории;
- налаживание современных каналов распространения информации о возможностях творческой деятельности на территории креативного пространства;
- учет психолого-педагогических особенностей молодого поколения при применении форм социально-культурной деятельности.

Сведения об авторе

Осипова Лидия Дмитриевна, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», магистрант 1 курса направления подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», e-mail: lida-99-1999@mail.ru.

Научный руководитель: Востряков Лев Евгеньевич, доктор политических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры» и. о. заведующего кафедрой социально-культурной деятельности.

Н. А. Пежемский

Антикризисное регулирование креативных индустрий в сфере культурных масс-медиа

Опыт медиахолдингов, конвергентных редакций, медиапроектов и собственнороссийских гляцевых журналов возможно перенять для увеличения публичности специализированных изданий в сфере культуры и искусства. Это, в свою очередь, предоставит дополнительные возможности для работы менеджеров социально-культурной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Ключевые слова: специализированные издания, публичность, конвергентная журналистика, общественные СМИ, глокализация, медиахолдинг

The experience of media holdings, convergent editing offices, media projects and the Russian glossy magazines can be adopted to increase the publicity of specialized publications in the field of culture and art. This, in turn, will provide additional opportunities for managers of socio-cultural activities in advertising and public relations.

Keywords: specialized publications, publicity, convergent journalism, public media, glocalization, media holding

Отечественные СМИ – вид креативной индустрии, стремящийся к постоянному развитию. Однако касается это не всех масс-медиа: особая роль отведена специализированным изданиям в области культуры и искусства, для которых характерны немногочисленная аудитория и разновидность самих СМИ [1].

С точки зрения сложной социокультурной ситуации в России, в данном секторе культурных медиа происходит кризис: осведомленность массового читателя в актуальных тенденциях культуры ограничивается наиболее яркими

информационными поводами [2], а менеджерам социально-культурной деятельности не удастся в полной мере использовать ATL-коммуникации для связи с потенциальной аудиторией.

В период сокращения популярных каналов распространения информации рост числа специализированных изданий в сфере культуры и искусства, а также их массовизация способны изменить факт низкой заинтересованности российского общества в области культуры. Для этого стоит обратиться к опыту ведущих представителей медийной отрасли отечественных креативных индустрий.

Список литературы

1. Зинин Р. В. Специализированные издания в сфере культуры: опыт классификации / Р. В. Зинин // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации. – Белгород : Издательский дом «Белгород», 2017. – С. 59–67.

2. Зорин К. А. Медиафутурология: «журналистика смысла» в условиях роботизации медиапроизводства и общества [Электронный ресурс] / К. А. Зорин // Медиаскоп. – URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2078> (дата обращения 08.09.2022).

Сведения об авторе

Пежемский Никита Анатольевич, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», магистрант 2 курса направления подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», e-mail: peznikita@mail.ru.

Научный руководитель: Кавера Виктория Анатольевна, кандидат педагогических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры социально-культурной деятельности.

СЕКЦИЯ
«РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ
В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

Л. Г. Подколзина

**Современные формы наставничества
в работе с молодыми специалистами-педагогами**

Статья посвящена анализу современных форм наставничества как технологии профессионального сопровождения молодых специалистов-педагогов, обосновываются основные направления при организации наставничества. Представлены модель организации наставничества, критерии, предъявляемые к наставнику, ролевые типы и функции наставников. Для исследования управленческих умений руководителей наставничества в образовательных учреждениях была использована методика К. Л. Вильсона.

Ключевые слова: наставничество, молодой специалист, модели наставничества, поддержка, профессиональное становление

The article is devoted to the analysis of modern forms of mentoring as a technology of professional support of young specialists-teachers, substantiates the main directions in the organization of mentoring. The model of mentoring organization, criteria for a mentor, role types and functions of mentors are presented. To study the managerial skills of mentoring managers in educational institutions, the methodology of K. L. Wilson was used.

Keywords: mentoring, young specialist, mentoring models, support, professional developme

Наставничество – это социальный институт, передающий социальный опыт, форма преемственности поколений. По мнению С. А. Котовой, «наставничество – это постоянный диалог, межличностная коммуникация, цель которой оказание поддержки и помощи молодым специалистам» [1].

Среди современных моделей наставничества выделяют следующие:

- партнерское наставничество «равный равному»;
- ситуационное наставничество;
- групповое наставничество;
- краткосрочное или целеполагающее наставничество;
- флеш-наставничество;
- реверсивное наставничество;
- скоростное наставничество;
- виртуальное наставничество [2].

Наиболее часто применяемый вариант наставничества в российских образовательных учреждениях называется shadowing или job / workshadowing.

«Shadowing» (в переводе с англ. – «тень») состоит в прикреплении к молодому педагогу более опытного педагога, который в течение определенного времени наблюдает за подопечным. Данный способ используется при сетевом

взаимодействии с вузами или другими организациями, позволяя выпускникам получить полное представление о характере работы и условиях труда.

В настоящее время все больше распространяется новый способ наставничества – «buddying», от слова «buddy – приятель, друг». Данный способ появился в Великобритании и широко используется на различных ступенях образования, а также в компаниях, торговых сетях. Суть данного способа, в том, что экспертами друг у друга становятся сами молодые специалисты. Они осуществляют объективную обратную связь, помогают друг другу.

В условиях сетевого взаимодействия и дистанционного обучения широкое распространение получило электронное наставничество, это порталы, сайты для педагогов, веб-клубы. В настоящее время целесообразно применение сочетания моделей и форм. Особое внимание следует уделять подготовке наставников.

Список литературы

1. Котова С. А. Адаптация в должности и освоение профессии учителя / С. А. Котова // Нар. образование. – 2010. – № 8. – С. 121–127.
2. Марон А. Е., Резинкина Л. В. Научные основы и подходы к построению моделей профессионально-личностного роста педагога / А. Е. Марон, Л. В. Резинкина // Человек и образование. – 2018. – № 2. – С. 27–32.

Сведения об авторе

Подколзина Людмила Григорьевна, кандидат психологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры психологии и педагогики, e-mail: 1111LG@mail.ru.

**В. Н. Бледнова, В. Г. Васильков, Е. А. Камачева,
М. Е. Клочкова, М. И. Шепелева**

Креативный подход в реализации дисциплины «Физическая культура и спорт» в учебном процессе высшего профессионального образования

Сформированный обществом образовательный и воспитательный запрос представлен в результатах исследования, целью которого стало выявление устойчивых коллабораций механизмов и технологий креативных институций в реализации образовательной дисциплины «Физическая культура и спорт» в вузе.

Ключевые слова: коллаборация; креативные институции; модель; образование; трансформации; физическая культура

The report introduces the concept of the strategic profile of a creative cluster, which is educational and upbringing request formed by society is presented in the results of the study, the purpose of which was to identify sustainable collaborations of mechanisms and technologies of creative institutions in the implementation of the educational discipline «Physical Culture and Sports» at the university.

Keywords: creative collaboration; creative institutions; model; education; transformations; Physical Culture

Образовательный потенциал креативных пространств во многом определяется фактом наличия трансформационных процессов в архитектонике современного образования. Наиболее очевидной стала смена модели образовательной организации, отклоняясь от знаниевой парадигмы к системно-деятельностной, причиной чему стали социокультурные изменения под прессом технологического развития. В образовании давно отмечается коллаборация:

- *знаниевой парадигмы*, в основе которой лежит трансляция накопленного в обществе на протяжении исторического развития культурного опыта;

- *бихевиористской парадигмы*, в которой приоритетная позиция отдана научению и различным формам тестового контроля;

- *гуманистической парадигмы*, в рамках которой все задействованные в педагогическом процессе субъекты обладают равными правами и возможностями;

- *технократической парадигмы* признающей первоочередную роль за точными научными знаниями;

- *неинституциональной парадигмы*, акцент в которой перенесен за пределы традиционных социальных институтов, а сам образовательный процесс выстроен посредством Internet, предоставляющего открытую базу информационного материала;

- *гуманитарной парадигмы*, обучение в рамках которой осуществляется на основе выстроенных субъект-субъектных взаимодействий.

Интеграция вышеназванных парадигм порождает множество вариативных сред, в которых возможна реализация практически любой деятельности, включая образовательную, в том числе по дисциплине «Физическая культура и спорт».

Высшее образование сегодня «не служит» инструментом для достижения некоего идеала, а представляет собой академическую систему возможностей, в полной мере соответствующую требованиям времени, сформулированную компетенциями.

Таким образом, в качестве концептов современного высшего образования можно представить личностное интеллектуальное развитие, личностную физическую культуру, самовыражение и самореализацию, что позволяет нам говорить о важности персональной идентичности, диктующей необходимость системе образования развивать ее.

Обращение к представленным в действующем ФГОС ВО в виде компетенций требованиям, предъявляемым к будущим выпускникам вуза и совмещение их с ожиданиями общества, позволили предложить модель коллаборации, структурно-функциональными компонентами которой являются система высшего образования и креативные кластеры. В качестве обоснования выдвинутого предположения выступило признание творческого потенциала в имеющихся на сегодняшний день креативных инкубаторах одноименной индустрии, воплощение которого в практико-ориентированной деятельности позволит активизировать личностное развитие, самовыражение и самореализацию будущего выпускника вуза, в том числе в области личностной физической культуры, тем

самым положительно отразиться на уровне его профессиональной подготовки и профессиональном долголетии.

Сведения об авторах

Бледнова Валентина Николаевна, кандидат биологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», зав. кафедрой физического воспитания, e-mail: blednovavn@mail.ru.

Васильков Валерий Геннадиевич, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры физического воспитания, e-mail: valeryvasilkov60@gmail.com.

Камачева Екатерина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры физического воспитания, e-mail: katykama@mail.ru.

Клочкова Мария Евгеньевна, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры физического воспитания, e-mail: maria-mariiiiia@yandex.ru.

Шепелева Мария Игоревна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры физического воспитания, e-mail: marykomorova@gmail.com.

М. В. Минина

Инновационные подходы к соблюдению профессиональных границ в диалогах с родителями

Соблюдение профессиональных границ в образовательной среде помогает не соскальзывать с профессиональной роли, обеспечивает профилактику эмоционального выгорания, помогает оставаться в равновесии и эффективно работать. В диалогах с родителями у педагогов есть сильные и слабые стороны, знание которых избавляет от ошибок.

При разрешении сложных вопросов можно опираться на правила ведения диалога, которые помогают сохранить отношения и двигаться к разрешению ситуации.

Ключевые слова: профессиональные границы, личные границы, слияние, безопасность, правила

Observing professional boundaries in an educational environment helps not to slip from a professional role, provides prevention of emotional burnout, helps to stay in balance and work effectively. In dialogues with parents, teachers have strengths and weaknesses, knowledge of which saves you from mistakes.

When resolving complex issues, you can rely on the rules of dialogue, which help to maintain relations and move towards resolving the situation.

Keywords: professional boundaries, personal boundaries, merging, security, rules

Профессиональные границы очерчены для специалистов определёнными правилами. Для педагогов есть этические нормы, договор с учреждением, в котором обозначены права и обязанности, профессиональные задачи. Опираясь на эти документы, строится работа с родителями. В диалогах с родителями у педагогов есть сильная позиция, так как разговор, как правило, происходит на их территории – в группе, на площадке. Здесь они задают правила и формирует психологический климат.

А какая есть сложность? Сложность в том, что рядом может оказаться третий свидетель разговора – ребёнок! Для родителей ребёнок, как правило, самое дорогое. Педагоги также переживают за детей и за свою работу, поэтому пространство, в котором происходит диалог, становится энергизированным. Ввиду этого можно соскользнуть с профессиональной роли, и легко оказаться в роли спасателя и т. д.

Что можно сделать во время диалога при разрешении сложных вопросов:

- постараться эмоционально не включаться, «осторониться» – посмотреть со стороны;
- излишнее желание помочь может помешать ясно увидеть ситуацию;
- ограничиваться вопросами в рамках отведённой роли;
- не проявлять недовольства родителями;
- помнить о соблюдении границ. Если их не соблюдать, люди сливаются и друг друга не видно.

Вопросы, которые могут помочь вам почувствовать свои границы и позаботиться о себе:

1. Как вы определили, что ваши границы нарушили?
2. Насколько важно для вас отреагировать в данный момент?
3. Что вы можете сделать в данной ситуации, чтобы защитить свои интересы? [3].

Список литературы

1. Миллер Д. Личные границы. Как их устанавливать и отстаивать / Д. Миллер. – Москва: Манн, Иванов и Фебер, 2019. – 272с.
2. Крючкова С. И. Границы личности в отношениях и коммуникации [Электронный ресурс] / С. И. Крючкова. – URL: litres.ru.
3. Розенберг М. Язык жизни: Ненасильственное общение / Маршалл Розенберг. Перев. с англ. – Москва: ООО Книжное издательство София, 2018. – 288 с.

Сведения об авторе

Минина Марина Владимировна, Государственное бюджетное дошкольное образовательное учреждение детский сад № 79 общеразвивающего вида с приоритетным осуществлением деятельности по физическому развитию детей Калининского района Санкт-Петербурга, педагог-психолог; e-mail: sulega@mail.ru.

Е. С. Протанская

Креативный потенциал проекта «Этнокалендарь России» и его реализация в учебном процессе

Работа выпускника вуза культуры в поликультурном пространстве современной России предполагает владение информацией о культуре российских этносов, компетентность в повседневных и праздничных традициях. «Этнокалендарь России», выпускаемый издательством ФРЕГАТ с 2007 г. при участии преподавателей СПбГИК, обладает потенциалом развития креативности студентов.

Ключевые слова: этнокалендарь, повседневная культура, праздники, этносы, поликультурное образование

The work of a graduate of a university of culture in the multicultural space of modern Russia implies knowledge of the culture of Russian ethnic groups, competence in everyday and festive traditions. The «Ethnocalendar of Russia», published by the FREGAT publishing house since 2007 with the participation of teachers from St. Petersburg State Institute of Culture, has the potential to develop students' creativity.

Keywords: ethno-calendar, everyday culture, holidays, ethnic groups, multicultural education

Этнокалендарь Санкт-Петербурга (Этнокалендарь России. Санкт-Петербург) выпускается с 2007 года, в его создании участвуют преподаватели СПбГИК, РГПУ, АППО СПб, РЭМ. Он имеет варианты в регионах и распространяется в школах, однако информация, расположенная на сайте, шире, дополнена роликами, общедоступна и используется автором в преподавании курсов поликультурное образование, этнопедагогика, история педагогики и образования. Студентам предлагается ознакомиться с сайтом, они используют материалы проекта при подготовке докладов, дают оценки дизайну, высказывают предложения по совершенствованию представления информации. Материалы статей, методических рекомендаций из проекта позволяют студентам судить об общности и различии традиций народов, чьи представители проживают в Петербурге и регионах. Участие в викторине проекта, представленной на сайте, позволяет им в оригинальной форме проверить свои знания. Со студентами обсуждается выбор педагогами дат для отмечания со школьниками, рассматриваются и обсуждаются собранные ими в сети материалы о работе с Этнокалендарем в образовательных организациях, их предложения по дополнению методик проведения бесед, экскурсий, посещения памятных мест. Проект сам по себе демонстрирует живую жизнь традиций в поликультурном мегаполисе, при соответствующей методической организации работы с ним не только расширяет кругозор бакалавров, но и создает предпосылки для развития творческого потенциала самих студентов.

Сведения об авторе

Протанская Елена Сергеевна, доктор философских наук, профессор, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры психологии и педагогики, e-mail: proels22@yandex.ru.

М. В. Загашева

Арт-терапия как технология саморазвития студентов

Интенсивное развитие и применение арт-терапии и арт-педагогике (нового научно-практического направления, изучающего природу, закономерности, принципы, механизмы и универсальные способы привлечения средств искусства к решению многообразных педагогических задач) в образовательный процесс вуза, способствует эффективной адаптации к обучению и решению задач возрастного кризиса идентичности у студентов.

Ключевые слова: арт-терапия, саморазвитие, кризис идентичности

Intensive development and application of art therapy and art pedagogy (a new scientific and practical direction that studies the nature, patterns, principles, mechanisms and universal ways of attracting the means of art to solve diverse pedagogical problems) in the educational process of the university, contributes to effective adaptation to learning and solving problems of age-related identity crisis among students.

Keywords: art therapy, self-development, identity crisis

Актуальность данной темы связана с поиском методов, которые помогают в решении задач возрастного нормативного юношеского кризиса и адаптации к обучению у студентов.

Начало обучения в вузе, у преобладающего числа студентов, совпадает с нормативным возрастным кризисом – кризисом личностной идентичности. Первокурсник попадает в ситуацию множественных задач самоопределения и саморазвития. Адаптационный период начала обучения имеет свои сложности, но наложенный на возрастной кризис, может быть выражен достаточно сильно.

Студенту необходимо адаптироваться к изменению своего статуса – студента, к новым формам обучения, требованиям. Возможно, молодые люди переехали от родителей и живут самостоятельно, что также требует адаптации и формирования новых навыков.

Кризис идентичности характеризуется поиском решений следующих задач: **профессиональный выбор, зависимость от родительской семьи, интимно-сексуальных отношений**, кризисные ситуации в учебно-профессиональной деятельности.

Для разрешения кризиса, успешной адаптации, необходимо развитие самосознания, рефлексии, одним из инструментов, который можно использовать для этих целей, являются методы арт-терапии. В учебный процесс интегрируются методы арт-педагогике и арт-терапии, что приводит к формированию у студентов навыков самоорганизации, коммуникативных компетенций, повышается уровень рефлексии.

Арт-терапия выступает как инновационная педагогическая технология в образовании. При использовании различных методов арт-терапии, объективируются личностные и профессионально значимые качества студентов. Актуализируется процесс саморазвития, естественным следствием которого будут позитивные изменения в направлении личностного роста. Формируется ком-

плекс новых знаний и умений, что в сочетании с личностным ростом станет основным условием и предпосылкой профессионального становления будущего специалиста [1].

Список литературы

1. Арт-терапия как фактор формирования социального здоровья: сборник научных статей участников электронной научной конференции с международным участием, Казань, 25 декабря 2015 года / научный редактор: Л. Е. Савич, С. В. Шушарджан; составитель: Л. Е. Савич, А. С. Нурмухаметова. – Казань: Казанский государственный университет культуры и искусств, 2016. – 288 с. – ISBN 978-5-9960-0108-8.

Сведения об авторе

Загашева Мария Викторовна, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», старший преподаватель кафедры психологии и педагогики, e-mail: mz1975@mail.ru.

СЕКЦИЯ «ПРОЕКТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА»

И. Ф. Симонова

Образовательные технологии и общие подходы в подготовке специалиста для креативного сектора

В статье представлены общие подходы и образовательные технологии в подготовке специалистов для креативного сектора.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный сектор, инновационные дополнительные профессиональные программы, творческое предпринимательство

The article presents general approaches and educational technologies in the training of specialists for the creative sector.

Keywords: creative industries, creative sector, innovative additional professional programs, creative entrepreneurship

Роль инициатора и одного из основных двигателей развития креативных индустрий в регионах должны принять на себя образовательные учреждения, в том числе, творческие вузы, которые обладают для этого интеллектуальными, творческими и организационными ресурсами. В настоящее время вузам необходимо определиться, какие общие подходы и технологии могут быть взяты за основу проектирования модели подготовки специалистов для креативного сектора.

Первый подход сопряжен со сложным процессом разворачивания системы условий (подготовка преподавательских кадров, накопление научного знания через процесс защиты диссертаций, формирование научно-методического обеспечения и т. д.). Он требует значительных ресурсов (организационных, временных, кадровых и др.) и не позволяет преодолеть главные недостатки образования для креативного сектора (формализованность учебного процесса, отставание от практики бизнеса и управления).

Другой подход связан с реализацией инновационных дополнительных профессиональных программ повышения квалификации и др. Данный подход представляется перспективным для инновационных вузов, интегрированных с коммерческим сектором и практикой управления. В других случаях возможности его также ограничены из-за отрыва от реальной практики бизнеса и управления.

Наиболее перспективным может быть подход, обеспечивающий развитие студенческого творческого предпринимательства. На базе структурного подразделения вуза могут создаваться центры творческого предпринимательства, бизнес-инкубаторы, оказывающие консалтинговую поддержку студенческих стартапов в сфере творческих индустрий и реализовываться образовательные программы, включающие лекционные циклы, тренинги, мастер-классы и т. д.

Данный подход в настоящее время реализуется на факультете социально-культурных технологий СПбГИК. Программа профессионального развития

«Культура в тренде» ориентирована на формирование креативных компетенций и включает цикл открытых лекций и несколько проектов, в том числе, «Летняя школа Креативных индустрий», Бизнес-инкубатор «Культурный Startup и др.

В реализации программы применяются такие образовательные технологии, как решение кейсов, написание кейсов, организационное обучение и имитационное моделирование и др.

Первые итоги реализации программы будут подведены в сентябре 2023 года.

Сведения об авторе

Симонова Ирина Феликсовна, кандидат педагогических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», декан факультета социально-культурных технологий, заведующий кафедрой проектного управления в сфере культуры, e-mail: i.f.simonova@gmail.com.

С. И. Шукшин

Правовые формы сетевого взаимодействия в сфере культуры

В тезисах даётся понятие сети, основы сетевого взаимодействия в сфере культуры в рамках действующего законодательства Российской Федерации, наиболее применяемых форм оформления сетевого взаимодействия: контрактная и институциональная.

Ключевые слова: сеть, сетевой подход, сетевое взаимодействие в сфере культуры, правовые формы сетевого взаимодействия, контрактная форма, институциональная форма

The thesis provides the concept of a network, the basis of network interaction in the field of culture within the framework of the current legislation of the Russian Federation, the most used forms of registration of network interaction: contractual and institutional.

Keywords: network, network approach, network interaction in the sphere of culture, legal forms of network interaction, contract form, institutional form

Сеть – совокупность устойчивых связей между субъектами гражданско-правовых отношений, сохраняющих относительную самостоятельность по отношению друг к другу и равенство. Сетевая технология весьма результативна и перспективна для решения проблем в сфере культуры. Сети обогащают всех их участников, создают банк ресурсов и связей, генерируют синергию.

Юридически сетевое взаимодействие в сфере культуры регламентируется «Основами законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 №3612-1). Существуют и самостоятельные законы, регулирующие эту сферу деятельности, а также подзаконные акты.

К наиболее распространённым правовым формам сетевого взаимодействия в сфере культуры можно отнести: контрактную (договорную) и институциональную. Первая подразумевает заключение договора (соглашения) между юридическими лицами, вторая – создание нового юридического лица.

Контрактная форма, по своей сути, определяет правоотношения сторон различными гражданско-правовыми актами, которые оформляются в письменной форме.

Для регулирования условий сетевого партнёрства между двумя или несколькими лицами определяя установление, изменение или прекращении гражданских прав и обязанностей в большей степени применим Договор о совместной деятельности (Договор простого товарищества). Эта правовая форма сетевого взаимодействия оформляется Сторонами соглашения, которые действуют совместно без создания юридического лица. При этом предпринимательской деятельностью могут заниматься в такой форме только коммерческие организации и ИП.

Существуют также «смешанные договоры» с элементами разных типов и договоры, не предусмотренные Гражданским кодексом РФ. Их условия определяются по усмотрению сторон. Их удобство – в неограниченности регламентацией законодательством и гибкости.

Институциональные формы предполагают создание нового юридического лица. НКО могут объединяться в ассоциации (союзы). Самостоятельность и права членов сохраняются, они несут субсидиарную ответственность. Преимущества институциональной формы: такая сеть более прогнозируема и управляема, более стабильна и устойчива.

При создании партнёрства не исключается двухстороннее сотрудничество, но, как правило, такая форма предполагает более широкое представительство. В организацию могут входить учреждения культуры, молодежной политики, образования, науки, спорта, туризма, общественные объединения, коммерческие организации и др.

Такая сетевая организация действует на основе устава и общей методологии. Она разрабатывает собственную программу деятельности в среднесрочной и долгосрочной перспективе с указанием цели, методов, механизмов, партнеров и участников. Созданная таким образом организация решает практически все задачи, связанные с деятельностью и развитием партнерской сети.

Список литературы

1. «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 № 3612–1).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая).
4. Метелёва Е. Р. Разработка теоретико-методологических положений сетевого подхода // Известия ИГЭА. – 2008. – №3 (59). – С. 69–72.
5. Симонова И. Ф. Социально-культурное проектирование: современные подходы и технологии: учебное пособие. – СПб.: Научное издание, 2020. – С. 134–137.

Сведения об авторе

Шукшин Сергей Иванович, кандидат юридических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», первый проректор, доцент кафедры проектного управления в сфере культуры; e-mail: pravo_spbguki@mail.ru.

Основные направления сотрудничества технических и творческих вузов в развитии креативного сектора

Статья содержит обзор основных направлений сотрудничества технических и творческих вузов в развитии креативного сектора, которые обеспечивают развитие гуманитарных и цифровых, ИКТ компетенций обучающихся без коренного изменения программ и методик обучения.

Ключевые слова: креативный сектор, технические компетенции, гуманитарные компетенции, многофункциональные платформы и приложения, разработка и управление проектами

The article contains an overview of the main areas of cooperation between technical and creative universities in the development of the creative sector, which ensure the development of humanitarian and digital, ICT competencies of students without radically changing the programs and teaching methods.

Keywords: creative sector, technical competencies, humanitarian competencies, multifunctional platforms and applications, project development and management

Квинтэссенцией современной свободной рыночной экономики как «оранжевой» экономики / экономики впечатлений / экономики счастья являются креативные индустрии. Значимость развития и собственно определение таковых в России впервые было зафиксировано в «Основах государственной культурной политики».

Формирование и эффективное развитие креативных индустрий региона невозможно осуществить за счет исключительно культурных или технических ресурсов и усилиями только выпускников гуманитарных или творческих вузов. Достижение эффективности многих видов деятельности в креативном секторе возможно только в процессе интеграции гуманитарной и технической (ИКТ, цифровой) составляющей, которая может осуществляться в разных формах сотрудничества технических и творческих вузов [1].

В частности, все более востребованы специфические технические навыки, связанные с профессиональной деятельностью в сфере креативных индустрий (моделирование, проектирование, управление и др.). Сегодня все активнее применяются многофункциональные платформы и приложения для разработки и управления фестивальными, event-проектами.

Нам представляются перспективными направления и формы, которые могут обеспечить развитие «недостающих» компетенций обучающихся без коренного изменения программ и методик обучения. Прежде всего, речь идет о создании на базе вузов формальных или неформальных структур (центры, лаборатории, пространства), где реализуются совместные программы и адресные мероприятия гуманитарной или технической (цифровой) направленности (мастер-классы, лекции, диспуты и т. д.). Нельзя исключать использование и создание различных электронных ресурсов и средств (мастерские, дискуссионные онлайн-клубы и др.).

Еще одно направление сотрудничества – междисциплинарные исследования, разработка учебных проектов, создание межвузовских междисциплинар-

ных баз данных, в том числе, обзоров современных платформ и приложений, которые позволяют достигать эффективности в конкретных предметных областях деятельности, в том числе, в области креативных индустрий.

Список литературы

1. Васильев Ю. С., Федотов А. И. Инженерные академии и высшая школа. Направления сотрудничества // Общество. Коммуникация. Образование. – 2014. – №3 (203). С. 174–182.

Сведения об авторе

Федотов Алексей Иванович, доктор технических наук, профессор, вице-президент Российской инженерной академии, академик Международной инженерной академии, Международной академии наук экологии, безопасности человека и природы, Международной академии наук высшей школы, академик Европейской академии естественных наук, член Высшего инженерного совета Российской Федерации, член президиума Союза научных и инженерных обществ Российской Федерации и Санкт-Петербурга.

Е. В. Матвеева

Цели образовательной деятельности в процессе подготовки специалистов для креативных индустрий

В статье представлен опыт реализации регионального проекта по формированию кластера креативных индустрий на базе регионального вуза культуры.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный кластер экономики, региональный центр прототипирования

The article presents the experience of implementing a regional project to form a cluster of creative industries on the basis of a regional university of culture.

Keywords: creative industries, creative economy cluster, regional prototyping center

Центрами формирования креативного класса должны стать ведущие образовательные учреждения, на базе которых будут созданы условия для формирования и продвижения в общество новой креативной стратегии.

Чтобы способствовать экономическому процветанию своего региона, образовательный центр должен сочетать в своей деятельности так называемые [1] «3Т», т.е. развитые технологии, талантливых молодых людей и толерантность общества к тем новациям, которые зачастую выходят за рамки понимания «нормальности», как в быту, так и в творчестве и научных достижениях.

Восточно-Сибирский государственный институт культуры – один из субъектов, в чьей сфере деятельности оказывается практически весь спектр творческих направлений деятельности, предлагаемый сегодня к реализации в рамках Концепции креативных индустрий.

Цель стратегического проекта, который будет разворачиваться на базе вуза: создание Регионального центра креативных индустрий (РЦКИ) для развития креативного сегмента национальной экономики, основанного на человеческом капитале и историко-культурном наследии.

Восточно-Сибирский институт культуры вошел в число вузов, которым предстоит реализовать идею по созданию Центров прототипирования на базе традиционных народных ремесел.

В настоящее время запущен исследовательский проект по изучению потребности молодежи в развитии креативности. Одновременно на базе вуза создается Центр прототипирования, формируется его материальная база, разрабатываются новые образовательные программы.

В процесс формирования кластера креативных индустрий активно включилось Министерство культуры Республики Бурятия. Заинтересованность в проекте проявили общественные организации, национальные объединения, художественные мастерские декоративно-прикладного творчества. В ближайшее время региональный вуз культуры должен проявить себя как креативный центр, на базе которого будут созданы условия для подготовки креативного класса.

Список литературы

1. Флорида Ричард Креативный класс: люди, которые меняют будущее [Электронный ресурс]. – URL: <http://nadmozg.com/threads/kreativnyj-klass-ljudi-kotorye-sozdajut-budushee-richard-florida.201> (дата обращения 18.09.2022).

Сведения об авторе

Матвеева Елена Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Восточно-Сибирский государственный институт культуры»; e-mail: moniket@yandex.ru.

С. Г. Светуньков, О. Б. Пономарев

Предпринимательство в креативной индустрии

Существует несколько видов бизнес-персон, однако не все из них имеют отношение к креативной деятельности. В статье рассматриваются такие группы, как ремесленник, предприниматель, капиталист и рантье, анализируется степень их креативности и принадлежности к креативным индустриям.

Ключевые слова: креативная индустрия, предпринимательство, бизнес-персона, ремесленник, предприниматель

There are several types of business people, but not all of them are related to creative activity. The article examines such groups as artisan, entrepreneur, capitalist and rentier, analyzes the degree of their creativity and belonging to creative industries.

Keywords: creative industry, entrepreneurship, business person, craftsman, entrepreneur

В рамках данного исследования интерес представляют только два типа бизнес-персон, имеющих отношение к креативной индустрии, а именно – ремесленник и предприниматель.

Ремесленник – самостоятельно ведёт свой бизнес без привлечения наёмного труда, преследуя при этом главную цель – за счёт собственного труда обеспечить себе независимое существование и получить удовольствие от

выполнения определенной работы. К ремесленникам относят представителей многих видов профессий, в том числе, творческих, ведущих самостоятельную хозяйственную деятельность. Именно ремесленники творческих профессий формируют креативную индустрию.

Предприниматель, соединяя два основных ресурса – наемный труд и заемный капитал, организует некий бизнес с целью получения прибыли. Предприниматель, не испытывающий проблем с конкурентами, не будет активно заниматься инновациями. Но предприниматель, находящийся в состоянии конкурентной борьбы с другими участниками рынка, будет активно использовать инновационные технологии в бизнесе, поскольку это – его основной инструмент для победы в конкурентной борьбе.

Если условия конъюнктуры креативных рынков являются благоприятными, то в креативную индустрию устремляется все большее и большее число ремесленников, спешащих предложить рынку свои креативные услуги и товары. Если эта конъюнктура не является благоприятной, то количество ремесленников стабилизируется или уменьшается.

Предприниматель, в отличие от ремесленника, готов рискнуть имеющимся у него капиталом. И в ситуации неблагоприятной конъюнктуры он будет искать нестандартные и зачастую рискованные проекты, которые в случае успешной реализации принесут ему прибыль.

Предприниматель готов подхватить идеи ремесленника и реализовать их в жизнь, если увидит для себя в этом возможность получения дополнительной прибыли. При этом предприниматель занимается управлением риском, и, если он успешный предприниматель, такое управление риском будет скорее всего эффективным.

В области креативной индустрии предприниматели и ремесленники неминуемо конкурируют друг с другом или создают совместные альянсы для ведения креативного бизнеса. Таким образом сложная динамика креативной индустрии определяется двумя движущими силами: ремесленниками и предпринимателями.

Список литературы

1. Маршалл А. Принципы экономической науки. Т. I. / А. Маршалл. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. – 415 с.
2. Пономарев О. Б., Светульников С. Г. Экономика и предпринимательство / О. Б. Пономарев, С. Г. Светульников. – СПб.: Издательство «Левша. Санкт-Петербург», 2015. – 634 с.
3. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.

Сведения об авторах

Светульников Сергей Геннадьевич, доктор экономических наук, профессор, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».

Пономарев Олег Борисович доктор экономических наук, доцент, профессор, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта».

К. В. Бернадская

Модель подготовки кадров для креативных индустрий

Креативные индустрии нуждаются в компетентных специалистах, подготовка которых становится приоритетной задачей высших учебных заведений в сфере культуры. Новая модель подготовки кадров для креативного сектора основана на использовании инновационных технологий и уже активно апробируется.

Ключевые слова: креативные индустрии, модель подготовки кадров, инновационные технологии

Creative industries need competent specialists, whose training becomes a priority task of higher educational institutions in the field of culture. The new model of personnel training for the creative sector is based on the use of innovative technologies and is already being actively tested.

Keywords: creative industries, training model, innovative technologies

Сегодня креативные индустрии играют важную роль в социально-культурном и социально-экономическом развитии страны.

Развитие этих индустрий представляется невозможным без профессионального обучения компетентных специалистов, способных создавать творческие продукты, проекты и управлять ими.

Разработка модели подготовки кадров для креативного сектора представляется актуальной и непростой задачей для ВУЗов культуры. Модель подготовки специалистов должна носить более гибкий, открытый и творческий характер.

Формирование соответствующих компетенций должно осуществляться с применением инновационных технологий, которые позволят студентам разрабатывать креативные проекты, создавать творческие продукты высокого уровня технологической готовности.

Предлагаемая нами модель включает несколько компонентов, которые основаны на:

- использовании креативных форм и технологий обучения в стандартных учебных дисциплинах;
- интеграцию образовательных и внеучебных (досуговых) форм деятельности;
- объединении потенциалов образовательного учреждения и профессиональной среды (креативных предприятий и т. д.).

Предлагаемая модель в настоящее время апробируется на факультете социально-культурных технологий СПбГИК. В процессе освоения учебных дисциплин, под руководством преподавателей студенты принимают участие в исследовательских, организационных проектах для креативного сектора.

На факультете реализуется открытая программа профессионального развития «Культура в тренде», которая нацелена на формирование креативных компетенций. Программа включает в себя несколько проектов: «Мастерская решения проектных задач», «Открытое проектирование», «Платформа» и др. В процессе обучения, в ходе учебных практик студенты погружаются в профессиональную креативную среду творческих пространств, мастерских и т. д.

Сведения об авторе

Бернадская Ксения Владимировна, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», зам. декана факультета социально-культурных технологий, старший преподаватель кафедры проектного управления в сфере культуры; e-mail: 9571507@mail.ru.

М. Г. Воронцова

Современные бизнес-технологии в обучении и развитии персонала организаций в условиях креативного предпринимательства

В условиях перехода к новому технологическому укладу возникают и получают свое развитие принципиально новые технологии управления человеческими ресурсами. Исследованы и конкретизированы понятия креативная индустрия, проектная деятельность, креативное предпринимательство, бизнес-технологии, осмыслены роли кадровых менеджеров. выстроена логика мотивов поведения молодых креативных сотрудников. Показаны сложности адаптации креативных технологий кадрового менеджмента к современным условиям.

Ключевые слова: креативная индустрия, проектная деятельность, креативное предпринимательство, бизнес-технологии

In the conditions of transition to a new technological order, fundamentally new technologies of human resource management arise and are being developed. The concepts of creative industry, project activity, creative entrepreneurship, business technologies are investigated and concretized, the roles of personnel managers are comprehended. the logic of motives of behavior of young creative employees is built. The difficulties of adaptation of creative technologies of personnel management to modern conditions are shown.

Keywords: creative industry, project activity, creative entrepreneurship, business technologies

Изменения, происходящие в последние годы в подходах к организации деятельности в сфере культуры, способствуют развитию творческого потенциала. Это отражено в законодательной базе, в Федеральных целевых программах, в Национальных проектах. Большое значение для повышения творчества и активности в сфере культуры имеет принятая Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [3].

«Творческие (креативные) индустрии» – это сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование

гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества [3].

Для обучения и развития персонала организаций творческих индустрий необходимо усиление образовательной базы, в основе которой находятся современные бизнес-технологии [2], которые дают возможность создавать сильные команды, которые всегда готовы к переменам.

Факторы и важнейшие бизнес-технологии в обучении и развитии персонала организаций в условиях развития творческих индустрий и креативного предпринимательства:

- адаптация к изменениям – важнейший профессиональный навык;
- внедрение абсолютно новых методов по организации и контролю работы персонала;
- применение технологий современного стимулирования для повышения эффективности труда, например, программы для учета времени, как простой тайм-трекер Checkiant;
- повышение организационной культуры с элементами комфорта и благополучия сотрудников во время выполнения ими профессиональных обязанностей;
- расширение творческих возможностей сотрудников, выявление универсальных, способных работать в условиях цифровизации, информационных технологий, выполнять широкий спектр обязанностей;
- обучение персонала в режиме онлайн;
- способность к эффективным коммуникациям и умение работать с людьми и другие

Сфера креативной индустрии, представляющая значительный блок социально-культурной сферы, растет гораздо быстрее других секторов экономики, поэтому в ближайшие годы спрос на специалистов творческих направлений будет увеличиваться.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 15.10.2016 № 1050 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации». URL: <http://docs.cntd.ru/document/420379481> (дата обращения 07.09.2022).
2. Институт управления проектами (Project Management Institute, PMI). URL: <https://www.pmi.org/> (дата обращения 09.09.2022).
3. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р URL: [//www.garant.ru](http://www.garant.ru) (дата обращения 09.09.2022).

Сведения об авторе

Воронцова Маргарита Гурьевна, профессор, доктор экономических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры проектного управления в сфере культуры; e-mail: vorontsovamg@mail.ru.

Г. А. Лескова

Культурное пространство Санкт-Петербурга как основа историко-патриотического студенческого проекта (на примере дисциплины «Основы проектной деятельности»)

В рамках учебной дисциплины «Основы проектной деятельности» студентам предлагается принять участие в создании просветительского проекта тематической карты «Культурное пространство Санкт-Петербурга», целью которой является заинтересовать как потенциальных грантодателей, так и будущих потребителей культурного продукта.

Ключевые слова: проект, тематическая карта, коллективный продукт

Within the framework of the academic discipline «Fundamentals of Project Activity», students are invited to participate in the creation of an educational project of the thematic map «Cultural Space of St. Petersburg», the purpose of which is to interest both potential grant-givers and future consumers of a cultural product.

Keywords: a project, a thematic map, a collective product

Учебная дисциплина «Основы проектной деятельности» читается студентам творческих факультетов, многие из которых готовятся к будущей деятельности руководителей художественных коллективов. Создание совместного просветительского, креативного, историко-патриотического, социально ориентированного, проекта тематической карты «Культурное пространство Санкт-Петербурга», преследует цель заинтересовать как потенциальных грантодателей, так и будущих потребителей такой карты. Это жители города и его гости – туристы, которые благодаря карте получают представление о самых известных учреждениях культуры, о людях – представителях творческих профессий, о креативных пространствах города. Результатом проектной деятельности станет коллективный продукт, построенный на основе 2 ГИС-технологий и показывающий объекты культуры в определенной системе креативных условных знаков – графем и не менее креативных фотографий, созданных самими студентами. Интерактивность карты будет усилена ее аудиосопровождением. Им станут музыкальные фрагменты, звучавшие в общественных садах и парках города, на подмостках сцен его театров, записи голосов любимых артистов. Студенты рассматривают карту как инструмент продвижения культурного пространства города. Задачи проекта:

- расширение кругозора и приобретение знаний и умений, необходимых для педагогической деятельности выпускников вуза культуры;
- развитие креативности и коммуникативных навыков.

В процессе создания данного общественно-значимого продукта расширяются знания студентов в области проектного менеджмента и экономической культуры, необходимые для их дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Сведения об авторе

Лескова Галина Андреевна, кандидат экономических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры проектного управления в сфере культуры, e-mail: leskova_galina@mail.ru.

С. Н. Кулаков

Экономические аспекты проектной деятельности в креативном секторе

Автор рассматривает экономический аспект проектной деятельности в креативном секторе. Обращает особое внимание на применение совокупности экономических индикаторов, характеризующих источники финансирования, бюджетирование, расчет эффективности и методы анализа рисков в креативных проектах.

Ключевые слова: креативный сектор, проектная деятельность, экономический анализ, экономические индикаторы, эффективность, проектные риски

The author considers the economic aspect of project activity in the creative sector. He pays special attention to the use of a set of economic indicators characterizing sources of financing, budgeting, efficiency calculation and methods of risk analysis in creative projects.

Keywords: creative sector, project activity, economic analysis, economic indicators, efficiency, project risks

Результат творческих индустрий состоит в прямом экономическом эффекте вклада в ВВП страны. Экономический эффект второго уровня определяется не прямым, но измеримым эффектом в экономику, например, ростом расходов в области культуры и творческих индустрий. Экономический эффект третьего уровня определяется не очевидно измеримым вкладом в экономику, включает участие культуры в экономическом развитии. Экономический эффект четвертого уровня – это «неизмеряемый» эффект. Он состоит в изменении качества жизни людей, развитии толерантности в обществе.

Специфические активы креативных предприятий творчество и изобретательность являются факторами, с помощью которых трудно убедить бизнес в успешности их деятельности. Проблема состоит в том, что предприниматели испытывают трудности в оценке перспектив активов креативного сектора – их стоимости, сроков реализации и окупаемости творческих инициатив. Вот почему в основе успеха креативной экономики должно быть не только творчество, но и использование проектных технологий и формализованный экономический расчет, основанный на использовании экономических индикаторов.

В состав инвестиционных затрат креативного проекта должны включаться вложения в основные средства и другие активы, а также расходы подготовительного периода и инвестиции в чистый оборотный капитал. В состав инвестиционных затрат входит и потребность в финансировании оборотного капитала. Наконец, инвестиционные и текущие затраты и доходы проекта в креативном секторе должны быть спланированы с использованием цен, ожидаемых на момент их появления.

Источники финансирования креативного проекта необходимо отражать в показателях: общий объем финансирования проекта, предполагаемая структура источников финансирования, размер собственных средств участников проекта, варианты лизингового финансирования, размер и формы кредитования.

Бюджет проекта должен формироваться из отчета о движении денежных средств, отчета о прибылях и убытках, баланса, а также финансовых показателей, характеризующие деятельность компании в течение срока реализации проекта.

Основными показателями эффективности в креативном проекте, являются чистая приведенная стоимость проекта, внутренняя норма рентабельности, дисконтированный срок окупаемости. Нередко возникает необходимость расчета и бюджетной эффективности проектов. Бюджетный эффект определяется для каждого расчетного шага проекта как разность между доходами и расходами бюджета, связанными с осуществлением данного проекта. Экономический анализ креативного проекта должен содержать описание рисков по проекту, их оценку способы управления рисками. В качестве методов анализа рисков в проектах креативных индустрий целесообразно применять: составление сценариев развития проекта, построение графиков чувствительности и определение предельных допустимых значений неопределенных факторов, расчет точки безубыточности проекта, вероятностный и статистический анализ.

Сведения об авторе

Кулаков Сергей Николаевич, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры проектного управления в сфере культуры, кандидат экономических наук; e-mail: kulakov_spb@mail.ru.

А. С. Лесков

Проектирование и продвижение региональных маршрутов активного креативного туризма

Креативная экономика активно входит во многие сферы деятельности, туризм не является исключением. Одни из новейших трендов развития туристской отрасли является мастер-планирование. В статье рассматривается данный инструмент, его особенности и значение в развитии индустрии путешествий.

Ключевые слова: креативный туризм, мастер-планирование

The creative economy is actively involved in many areas of activity, tourism is no exception. One of the newest trends in the development of the tourism industry is master planning. The article discusses this tool, its features and importance in the development of the travel industry.

Keywords: creative tourism, master planning

Общие процессы креативизации, характерные для нашего времени, не могли не затронуть современного туризма. Об этом свидетельствуют результаты исследований по актуальным вопросам внедрения инноваций и новейших трендов развития туристской отрасли. К числу новейших подходов относится проектный метод, в первую очередь мастер-планирование, которому было уделено большое внимание на проходившем во Владивостоке Восточном экономическом форуме. Мастер-планирование – это новый инструмент в индустрии

путешествий, способствующий развитию регионов, росту их туристской и инвестиционной привлекательности.

Мастер-план как комплексный проект рассматривает территорию нескольких регионов как единое культурно-экономическое пространство. Магнитами притяжения туристов являются локусы, отмеченные концентрацией в них креативных идей, технологий, индустрий, всей туристской инфраструктуры, включая креативные виды транспорта. Фактором, оказывающим влияние на привлекательность региона, является событийная насыщенность. Мастер-планы городов учитывают необходимость регулировать антропогенную нагрузку на территорию, выстраивать инфраструктуру с заботой об окружающей среде и историко-культурном наследии. Мастер-планирование – это комплексное исследование возможностей и ограничений, а также всех существующих на территории туристских сервисов, объектов показа, не разрозненно существующих, а комплектуемых с использованием кешбэка и кешбэк-порталов, являющихся навигационными площадками, перенаправляющими покупателя на сайты профильных туристских фирм, участвующих в едином, мощном культурно-экономическом проекте по развитию креативно-отечественного туризма.

Сведения об авторе

Лесков Александр Святославович, кандидат экономических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры проектного управления в сфере культуры, e-mail: spbguki@inbox.ru.

В. Л. Погодина

Перспективы развития академического туризма в Санкт-Петербурге

Представлены подходы к определению понятий научно-ознакомительного, академического, образовательного и научного туризма. Обоснована актуальность проектирования программ академического туризма в Санкт-Петербурге. Приведены примеры проектов, предназначенных для реализации учебных планов и программ студентов различных направлений подготовки.

Ключевые слова: академический туризм, образовательный туризм, научный туризм, научно-ознакомительный туризм, учебные экскурсии, практики и стажировки в Санкт-Петербурге, проекты туров

Approaches to the definition of the concepts of academic, educational and scientific tourism are discussed. The relevance of designing academic tourism programs in St. Petersburg is substantiated. Examples of projects intended for the implementation of curricula and programs of students of various fields of training are given

Keywords: academic tourism, educational tourism, scientific tourism, familiarization tourism, educational excursions, practices and internships in St. Petersburg, tour project

Академический туризм представляет собой одну из наиболее быстро развивающихся отраслей сферы туристских услуг. Он объединяет такие два вида туризма, как научный и образовательный. [2] Термин «научный туризм» различными авторами трактуется неоднозначно. В традиционном подходе под научным туризмом подразумеваются поездки, предпринимаемые ученым (или группой ученых) в места, представляющие интерес для получения или проверки информации, необходимой для осуществления научной деятельности. Это могут быть научные экспедиции, без которых невозможны научные изыскания в таких областях знания, как география, геология, биология, экология, история и многих иных.

Посещение экскурсантами и туристами научных музеев, научно-исследовательских институтов и лабораторий, особо охраняемых природных территорий, библиотек, архивов и т.п. следует относить к научно-ознакомительным экскурсиям и поездкам. Участие в экспедиционных исследованиях туристов, не обладающих профессиональными научными компетенциями, возможно, но в ограниченных масштабах.

Развитие научных контактов, научный и материально-технический прогресс, стремление использовать передовой опыт в науке способствуют расширению деловых контактов среди представителей научных кругов разных стран и регионов. Поездки ученых, а также обучающихся с целью участия в различных совещаниях, конференциях, конгрессах, симпозиумах, приводит к повышению академической мобильности, расширяет сферу научного туризма.

Образовательными следует считать туры, организуемые в рамках познавательного (ознакомительного) туризма, целью которого является выполнения задач, определенных учебными программами образовательных учреждений [3]. Переживает новый этап активного развития традиционная для отечественной школы туристская работа с учащимися.

Санкт-Петербург как крупный научный и образовательный центр страны обладает разносторонним и емким потенциалом для проектирования всех видов академических поездок. Так, в рамках вузовского образовательного туризма можно проектировать поездки студентов с целью знакомства и изучения природных, социально-экономических, историко-культурных и иных особенностей Санкт-Петербургского региона [1].

Список литературы

1. Верещагина Н.О. Опыт реализации образовательных программ в сетевой форме (на примере магистерской программы «Образовательный туризм») / Н. О. Верещагина // География: развитие науки и образования, Коллективная монография по материалам международной научно-практической конференции LXVIII Герценовские чтения, 22–25 апреля 1015 г. , посвященной 70-летию создания ЮНЕСКО. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена. – 466 с.
2. Матвеевская А., Погодина В. Академический туризм как инструмент формирования международного образовательного пространства // Труды Института бизнес-коммуникаций, 2017. – Том 1. – С. 115–127.
3. Погодина В. Л. Традиции и инновации в образовательном туризме // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2009. – № 112. – С. 13–27.

Сведения об авторе

Погодина Виктория Леонидовна, кандидат географических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», профессор кафедры проектного управления в сфере культуры, доктор педагогических наук, e-mail: vlpogodina@mail.ru.

Ю. М. Пашедко

Креативные технологии в развитии поликультурного пространства регионов

Потребность поиска новых технологий эффективного развития регионов с их культурным многообразием, обусловлена не только стремлением создать уникальные экономические и социально-культурные условия, но и необходимостью привлечения общества к совместному поиску новых подходов в решении проблем, характерных для поликультурного пространства того или иного региона. Потенциалом, способным консолидировать общество, направить, особенно молодое поколение, на сохранение культурных ценностей региона и создание новых, обладают креативные технологии.

Ключевые слова: культурное пространство, развитие регионов, культурные ценности, креативные технологии

The need to search for new technologies for the effective development of regions with their cultural diversity is due not only to the desire to create unique economic and socio-cultural conditions, but also to the need to involve society in a joint search for new approaches to solving problems characteristic of the multicultural space of a particular region. Creative technologies have the potential to consolidate society, direct, especially the younger generation, to preserve the cultural values of the region and create new ones.

Keywords: cultural space, regional development, cultural values, creative technologies

Начало XXI века в России характеризуется активным поиском инновационных концепций развития регионов: социальной, образовательной среды, культурного многообразия пространства, что обусловлено возрастающей в последние годы значимости региона как центра сохранения и развития общества, с одной стороны, и недостаточно адекватной адаптацией поликультурного пространства региона к современным социально-экономическим и идеологическим условиям, с другой стороны.

«Для культурного пространства региона», – как отмечает в своей статье И. А. Шуმიлова – «имеют значение народные и национальные традиции, которые сложились в определенном месте, культурный и образовательный уровень населения, тип поселения (город, область), историческая основа его создания, то есть все факторы, которые влияют на процесс становления личности» [2, с. 63].

Создание инновационной экономической, социальной, образовательной, культурной моделей развития пространства регионов требует прежде

всего формирования нового мышления, отличительной чертой которого является его творческая и проблемная направленность. Решению этих задач может способствовать включение в деятельность региональных общественных организаций, учреждений культуры и искусства креативных технологий. Создание в регионах креативных центров как среды для развития креативного потенциала местного сообщества и генерации междисциплинарных инновационных идей, притягивающих и воспитывающих нестандартно мыслящих личностей, способных быстро реагировать на изменения мира. Такие региональные центры могут создать обширную базу творчески мыслящих и социально-активных людей, способных участвовать в инновационном развитии поликультурного пространства регионов. Креативность становится одним из главных требований, предъявляемых к современному обществу в различных сферах общественной и профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Орлова Е. В. Культурное пространство: определение, специфика, структура / Е. В. Орлова // Аналитика культурологии: ТГУ им. Г. Р. Державина. – 2010. – № 3(18). – С. 43–46.
2. Шумилова И. А. Молодежь в социокультурном пространстве региона / И. А. Шумилова // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2012. – № 1(11) – С. 63–66.

Сведения об авторе

Пашедко Юлия Михайловна, кандидат педагогических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры проектного управления в сфере культуры, e-mail: malysheva-y@mail.ru.

О. В. Семерицкая

Роль проектной музейной деятельности в развитии творческих индустрий

Современная Гжель как место бытования народного художественного промысла с 700-летней историей представляет собой историческую территорию. Проектная деятельность, объединяющая культурные институции региона, местное сообщество и бизнес, представляется эффективным инструментом содействия преемственному развитию Гжели как исторической территории на основе музеефикации объектов наследия промысла.

Ключевые слова: гжель, народный художественный промысел, музеефикация, промышленное наследие, историческая территория

Modern Gzhel as a place of existence of folk art craft with a 700-year history is a historical territory. The project activity, which unites the cultural institutions of the region, the local community and business, seems to be an effective tool to promote the successive development of Gzhel as a historical territory based on the museumification of craft heritage objects.

Keywords: gzhel, folk art craft, museumification, industrial heritage, historical territory

Гжель сегодня – это современный, активно развивающийся центр керамического производства, который живет и развивается в традициях народного художественного промысла. Гжель как промысел можно отнести к сфере креативной индустрии, но с обязательным условием поддержания преемственных основ развития промысла, в качестве которых выступает подлинное наследие, в значительном объеме сформировавшееся за долгую историю его существования. Преемственное развитие Гжели – неперенное условие его сохранения как исторической территории и как носителя культурного кода национального значения. Поэтому особенно важным представляется создание надежных и эффективных инструментов, поддерживающих преемственные процессы на промысле, что составляет главную цель проектной музейной деятельности в гжельском регионе.

Один из проектов, инициированный Раменским историко-художественным музеем, направлен на музеефикацию промышленного наследия Гжели, в частности на превращение единственного сохранившегося старого горна для обжига керамики одного из исторических фарфоровых производств Гжели в объект музейного показа. Создаваемый в рамках проекта «Живой огонь промысла», музей «ГОРН» будет документировать социальную историю отдельной локации гжельского региона, чем будет содействовать формированию локальной идентичности, и как музей промышленной истории Гжели будет способствовать развитию Гжели как исторической территории.

Сведения об авторе

Семерицкая Ольга Владимировна, соискатель кафедры музеологии и культурного наследия Санкт-Петербургского государственного института культуры, методист МУК «Раменский историко-художественный музей»; e-mail: semerinka@mail.ru.

Научный руководитель: Мастеница Елена Николаевна, кандидат исторических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», заведующая кафедрой музеологии и культурного наследия.

А. И. Бурдуева

Состояние и проблемы развития креативных индустрий в Ленинградской области

Ленинградская область является перспективным регионом с лидирующими позициями в сфере управления проектами, однако креативные индустрии на территории находятся в непрестом положении. Рассматриваются и анализируются конкретные примеры арт-пространств Гатчины и Выборга, их состояние, а также возможные проблемы развития.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, арт-пространство

The Leningrad Region is a promising region with leading positions in the field of project management, but the creative industries in the territory are

in a difficult position. Specific examples of Gatchina and Vyborg art spaces, their condition, as well as possible development problems are considered and analyzed.

Keywords: creative industries, creative economy, art space

Креативные индустрии уже не первый год являются одним из ведущих факторов развития регионов, превращая их в крупные инновационные центры, увеличивая уровень благосостояния жизни населения и число рабочих мест.

Сегодня наблюдается некоторая диспропорция: в крупных городах креативной экономике уделяется больше внимания, чем в регионах России. Так, например, Ленинградская область занимает лидирующие позиции по организации проектного управления (по результатам конкурса «Проектный Олимп»). Однако на сегодняшний день данная сфера испытывает значительные трудности. Нами выбраны два наиболее показательных примера, которые отражают общие проблемы развития креативных индустрий Ленинградской области.

В начале 2020 года свое открытие презентовало «SkyArt» – креативное пространство в городе Гатчина. Основными целями пространства являлись организация художественных выставок, творческих вечеров, презентаций и различных игровых форм (квиз, игротека). Действительно, мероприятия проходили весьма разнообразные и интересные для разных возрастных категорий. Креативному пространству не удалось задержаться на рынке арт-индустрии, и, не продержавшись и полгода, «SkyArt» прекратило свою деятельность.

В числе немногих арт-пространств Ленинградской области находится коворкинг «Место идей» в городе Выборг – деловое пространство, где собираются единомышленники для проведения семинаров, деловых встреч, интенсивов и т. п. Коворкинг был открыт в апреле прошлого года и стал частью областной программы по созданию многофункциональных площадок. И сегодня уже не наблюдается какой-либо активности в деятельности коворкинга.

Поиск других креативных пространств в Ленинградской области оказался непростой задачей. Возникает вопрос: почему на столь обширной территории не развиваются креативные пространства, а если появляются, то быстро «затухают»? На основании зафиксированных фактов можно отметить следующие проблемы в развитии креативных индустрий области.

1. Недостаточное квалифицированное управление креативными индустриями.
2. Низкий уровень конкурентоспособности.
3. Проблема количества.
4. Низкая эффективность маркетинговой деятельности.
5. Стремление молодежи к крупным центрам «культурной жизни».

Таким образом, Ленинградская область сегодня нуждается в создании и развитии креативных индустрий, что позволило бы региону эффективно взаимодействовать с государством и представителями других отраслей экономики, продвигать свои интересы на внутрироссийском рынке, спо-

способствовать привлечению молодежи и созданию для нее новых интересных рабочих мест.

Список литературы

1. Комитет по культуре и туризму Ленинградской области [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: <https://travel.lenobl.ru/> (дата обращения 06.06.2022).

2. Эксперт Online – электронный журнал [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: <https://expertnw.com/> (дата обращения 06.06.2022).

Сведения об авторе

Бурдуева Анастасия Ивановна, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», магистрант 1 курса кафедры социально-культурной деятельности, e-mail: nastyaburdueval@rambler.ru.

Научный руководитель: Симонова Ирина Феликсовна, кандидат педагогических наук, федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доцент кафедры проектного управления в сфере культуры.

В. И. Мартынова

Анализ интернет-ресурсов как основа планирования медиапроекта «Исторический костюм»

Расширение доступа к культурному наследию через медиапроекты один из современных векторов освоения культурного пространства. Начало проектирования непременно включает предварительную оценку аналогичного медиапродукта в условиях реального времени. Проблема рассмотрена на примете анализа интернет-ресурсов по теме «Исторический костюм в России XVIII в.».

Ключевые слова: медиапроект, анализ медиапродукта, контент, интернет-ресурс, история костюма, великосветский костюм в России, женская одежда

Expanding access to cultural heritage through media projects is one of the modern vectors of the development of cultural space.

The beginning of the design necessarily includes a preliminary assessment of a similar media product in real time. The problem is considered based on the analysis of Internet resources on the topic «Historical costume in Russia of the XVIII century».

Keywords: media project, media product analysis, content, internet resource, costume history, high society costume in Russia, women's clothing

У современного человека бездна источников для приобщения к культурному наследию, но наиболее популярными стали Интернет-ресурсы.

Целью исследования является оценка потенциальных возможностей юзера составить представление об историческом костюме. Объектом анализа стал контент сайтов, содержащих информацию о моде XVIII в. Предметом – визуальная информация о женском великосветском костюме XVIII в. в России.

Базу исследования составили наиболее востребованные сайты: Википедия (Wikipedia); Mir-kostuma.com.; pikabu.ru; afield.org.ua; anna-warvick.livejournal.com; kosmetista.ru; fb.ru.; avdolls.livejournal.com; destineedepaul-ru.blogspot.com, mylitta.ru по поисковику Яндекс.

Анализ визуального ряда контента по повторяемости, оригинальности, исторической достоверности показал негативный факт дублирования информации, отсутствие ссылок на первоисточник, кадрирование и изменение цветовой гаммы изображений, ошибки и пропуски в изложении проблемы эволюции моды. Упоминания о женском костюме в России как части общеевропейского культурного пространства моды, как правило, отсутствуют. Красоты костюма свойственной русскому двору и представленной в исторических описаниях и музейных каталогах, юзер не увидит, как и не получит научного объяснения пробоем развития как мировой моды и стилей, так и особенностей ее интерпретации в России. Все это делает медиапроект перспективным.

Сведения об авторе

Мартынова Владислава Игоревна, негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов», преподаватель кафедры режиссуры мультимедиа, e-mail: martynova.vi@bk.ru.

Научное издание

Креативные индустрии региона

Опыт, перспективы, подготовка кадров

Тезисы докладов всероссийской научно-практической конференции
«Креативные индустрии региона: опыт, перспективы, подготовка кадров»

29–30 сентября 2022

Верстка С. А. Никитченко
Дизайн обложки Е. А. Соловьевой
Выпускающий редактор А. С. Шитова

Подписано в печать 27.09.2022. Формат 60×90^{1/16}.
Усл. печ. л. 3,75. Уч.-изд. л. 3,75. Тир. 500 (1-й завод 1–50). Зак. 4.
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский гос. ин-т культуры»
191186, Санкт-Петербург. Дворцовая наб., 2. Тел. 8(812)318 97 16
Отпечатано с готового оригинал-макета в цифровом центре СПбГИК
191186, Санкт-Петербург. Дворцовая наб., 2. Тел. 8(812)318 97 16