Е. В. Прохорович

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ В СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РЕГИОНА

В условиях массовой культуры постиндустриального мира, пронизанного информационно-сетевыми потоками, формирующими современную медиареальность, фокус внимания сдвигается в сторону стратегического развития регионов, основанного на креативной экономике.

Креативная экономика – это экономика творческого сектора, базирующаяся на неисчерпаемом ресурсе интеллектуально-творческого капитала, реализующего свой проектный потенциал в сфере производств и услуг. Фундаментальную платформу которой составляют культурные индустрии (cultural industries) или креативные индустрии (creative industries), в российской науке данный термин часто заменяют понятием творческие индустрии. Основной компонентой культурных индустрий является творческий потенциал креативного класса, выступающего в роли новатора и двигателя процессов бизнеса, искусства, культуры и науки.

По определению Ричарда Флориды креативный класс составляют работники занятые в рекламе, дизайне, архитектуре, различных областях искусства, модном бизнесе, киноиндустрии, музыке, театре, литературе, издательском деле, научных исследованиях, разработке инновационных продуктов программного обеспечения, компьютерных игр, а также теле- и радио- продуктов. Способность генерировать нестандартные творческие решения, талант напрямую увеличивает добавленную стоимость товаров и услуг, а также нематериальные активы компаний, повышая эффективность разных отраслей бизнеса. Культурные индустрии формируют ландшафты современных городов и отражаются на имидже регионов.

Рост эффективности креативной экономики в развитых странах мира позволяет утверждать необходимость более глубокого изучения возможностей и инструментов культурных практик, с целью увеличения туристической, инвестиционной и социальной привлекательности региона. Культурные инициативы творческого класса необходимо систематизировано внедрять в политику продвижения и развития имиджирования территории.