

Индустрии в туризме и культуре как экономический фактор

В современной культурологии содержание понятия «индустрия» интерпретируется в разных значениях. С одной стороны, предельно обобщенно «индустрия» как промышленность; с другой — весьма расширенно — как туризм, мода, развлечения и СМИ и т.д. В основе расширительного толкования «индустрий» проявление феномена культуры как сложного и многообразного явления. Однако при существующем многообразии подходов общим все же остается сама область реализации индустрий — деятельность в сфере продаж и оказания услуг, экономики и бизнеса.

Ряд авторов культурную индустрию отождествляет по аналогии с производством через понятия — сбыт, потребление, продажи, традиции, потребление [1].

По методологии ЮНЕСКО, культурные индустрии комбинируют создание, производство и коммерциализацию творческого содержания, неосязаемого и культурного по природе, защищаемого авторским правом и принимающего форму товара или услуги.

Появление постиндустриального общества констатировало слияние культуры с производством и индустрией, при этом углубился весь спектр и контекст понимания культурных индустрий, где по-новому происходит осмысление всех связей и вариантность комбинаций субъектов культуротворческого процесса. Результаты и эффективность этого процесса, да и всей деятельности, измеряются не только в таких экономических категориях, как прибыль, издержки, затраты и убытки, но и в социально-культурных: индексы счастья, качества жизни, социальный и человеческий капитал и др.

Примером культурных индустрий может быть туризм, где они синтезируются с креативными индустриями, а их комбинация придает туристической отрасли мощный синергетический эффект. Креативное содержание туристического бизнеса определяется мобильностью реагирования на изменение интересов и потребностей креативного класса (туристов). В мировой экономике туристическая индустрия одна из динамично развивающихся отраслей, с ежегодным ростом 4–6 процентов год. По данным Всемирной туристической организации (ВТО), наиболее популярны-

ми видами туризма к 2020 году по прогнозу развития, сделанному ВТО, станут: приключенческий, экологический, культурно-познавательный, тематический и круизный. Доля туризма в мировой торговле услугами составляет более 30 %. Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет 35 %, туризм использует до 7 % мирового капитала [2].

Симптоматично, что в конце XIX века англичанин Томас Кук реализует правила и идеи туристической индустрии в первую очередь через экономическое содержание (чеки, скидки, акции, бонусы и др.), а в конце XX века премьер-министр Великобритании Тони Блэр запускает проект «творческие индустрии» («Creative Industries»), где бизнес вообще может успешно реализовываться и через культуру. Основатели проекта к креативным индустриям относили те, которые основаны на индивидуальном творческом выражении, умениях и таланте, потенциале для создания богатства и рабочих мест за счет генерирования и использования интеллектуальной собственности [3]. Понадобилось сто лет, чтобы экономический дискурс приблизил и наоборот идею культурного творчества и культуры.

Креативным взаимообогащением индустрии туризма стали музыка, дизайн, мода, рынок искусств и антиквариата, программное обеспечение, визуальные и исполнительские искусства, телевидение и кино, СМИ и развлечения.

В формирующейся гуманистической экономике XXI века культура, сфера досуга и отдыха, по мнению С. Глазьева, будет составлять 5–7 процентов от ВВП, уступая только сферам здравоохранения и образования. Культурные индустрии уже эффективно работают на экономику, стимулируя сферу туризма.

Литература

1. Голованивская, М. К. Культурная индустрия как маркетинговое решение для территории / М. К. Голованивская // Культурные индустрии в Российской Федерации в контексте мировых тенденций : Междунар. науч. конф. избр. тез. докл., Москва, 17–18 октября 2011 г. — М., 2011.

2. Всемирная туристская организация — специализированное учреждение ООН [Электронный ресурс].— Режим доступа : http://www.unwto.org/index_r.php.

3. Официальные данные по экономике творческих индустрий [Электронный ресурс].— Режим доступа : http://www.culture.gov.uk/global/research/statistics_outputs/creative_industries_eco_est.htm.