

## СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ КЛАСТЕРЫ И КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА В КОНТЕКСТЕ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Среди наиболее значимых целей развития культуры нашей страны на ближайшие десятилетия становится формирование креативного культурного пространства. Сфера культуры при сохранении традиционного вектора должна стать также пространством инноваций и одним из факторов развития инновационной экономики. В этом контексте тема формирования нового городского и регионального пространства как современных социально-культурных проектов под воздействием современных культурных (творческих) индустрий необычайно актуальна.

Наиболее значимым и часто цитируемым определением творческих секторов является дефиниция, данная в 1998 г. британским департаментом культуры, медиа и спорта: «Творческие индустрии — это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, мастерство и талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет развития интеллектуальной собственности» [11].

***Творческие индустрии выступают как тип социально-культурных практик, сектор экономики, интегрирующей доминантой в которых выступает творческая, культурная компонента.***

На практике творческие индустрии включают в себя организации, центры и компании, ведущие предпринимательскую деятельность, при которой экономическая ценность производимых товаров или услуг неразрывно связана с их существованием в качестве элемента культуры [6, с. 150]. В сфере творческих индустрий работают, как правило, малые и средние предприятия, производящие культурные, интеллектуально-творческие продукты и услуги.

***Креативная экономика и творческие индустрии становятся одним из приоритетных механизмов развития современных территорий, материально-пространственным, выражением которых стали, в частности, креативные пространства, творческие, культурно-туристические и социально-культурные кластеры.***

Понятие кластера было первоначально сформулировано М. Портером: **кластер – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу.**

**В широком понимании кластер – это группа, состоящая из нескольких компаний, объединенных общей деятельностью или по территориальному признаку.**

Как инновационные предприятия (долгосрочные проекты), создаются и успешно функционируют **креативные (творческие) кластеры сообщества творчески-ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории.**

Творческий кластер означает группу взаимосвязанных фирм, предприятий, центров, сосредоточенных на одной территории и работающих в сфере производства творческого и интеллектуального продукта/услуги.

Креативные (творческие) кластеры изначально стали формироваться в европейских и западных городах на территориях заброшенных помещений бывших заводов и фабрик – это были особые места, где несколько предприятий, фирм, мастерских, офисов были объединены в общем пространстве и заняты в секторе творческих индустрий.

**Творческий кластер сейчас означает группу взаимосвязанных фирм, предприятий, центров, сосредоточенных на одной территории и работающих в сфере производства творческого и интеллектуального продукта / услуги.** Он трактуется также как пространственная концентрация независимых предприятий, отдельных творческих личностей, организаций, относящихся к сфере творческих индустрий или обеспечивающих процесс производства, продвижения и реализации на рынке производимого продукта.

Основным продуктом, который производится творческим кластером, является результат творческой деятельности с привлечением различных видов ресурсов. Сотрудничество в рамках такого кластера может быть уставным или налаженным в прямой творческой, технологической, организационной, экономической и других формах сотрудничества [2, с. 61].

**Творческие кластеры представляют собой комплексы творческих мастерских по изготовлению художественной продукции (сувениров, кукол, изделий ДПИ), издательских центров, образовательных центров и студий, дизайнерских и рекламных фирм, галерейно-выставочных пространств и т.п.**

Важнейшей характеристикой творческих кластеров является сочетание творчества и бизнеса, которое в итоге способствует производству культурных продуктов и услуг.

**Творческий кластер это место, где культурно-досугово-творческие продукты и услуги не только производятся, но и потребляются.**

Это является важным отличием творческого кластера от промышленного, который не ориентирован на внутреннее потребление.

В отличие от креативных кластеров **креативными пространствами** называют публично доступные места города (лофты, арт-территории, арт-центры и др.), нацеленные на привлечение творческого сообщества, на реализацию культурных проектов, где люди могут демонстрировать другим результаты своего творчества и взаимодействовать с другими «не в роли потребителя товаров или работника компании, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности» [8, с. 650].

**Креативные пространства и творческие кластеры это не просто географические места и не новые типы «домов культуры», а инновационные культурные центры-сообщества, имеющие определенную миссию – развитие культурного предпринимательства, творческой городской среды и поддержка инициатив населения в области культуры и искусства.**

Среди основных исследователей данной проблематики можно отметить западных и российских социологов, культурологов, философов: Ф. Бьянчини, А. Васецкий, Н. Гладких, А. Гончарик, М. Гнедовский, Е. Зеленцова, С. Зуев, Л. Кузовникова, Ч. Лэндри, Д. Мильков, Э. Пратт, А. Сапрыкина, И. Стеклова, Т. Суминова, Н. Федотова, Р. Флорида, Е. Хакимова, Дж. Хокинс.

Необходимо сказать, что и отечественные исследователи также активно изучают данную тему в контексте развития социально-культурной ситуации. В частности, белорусские культурологи и философы Н. Илькевич, А. Карпеко, Д. Коренко, В. Криштаносов, С. Любимов, И. Мацевич, П. Сапотько, И. Смаргович и др. характеризуют данное явление и раскрывают его особенности. Отраслевая газета «Культура» поднимает вопросы функционирования кластеров в сфере культуры, туризма. Особенно активно эту проблему обсуждают специалисты-практики.

Развитие креативных пространств и творческих кластеров обусловлено в первую очередь тем, что последние десятилетия прошлого века многие страны осуществили переход от индустриальной экономики к постиндустриальной – это выразилось в перемещении промышленных предприятий из индустриально развитых стран в регионы с дешевой рабочей силой и более выгодными экономическими условиями.

Последствиями стали остановки предприятий, безработица бывших промышленных комплексов, возникли проблемы с занятостью населения. Культурный ресурс стал выходом в данной ситуации. Е. Зеленцова и Н. Гладких, авторы одного из первых российских изданий, посвященных творческим индустриям, отмечают, что «уже с конца 1960-х годов были созданы программы развития творческих индустрий, которые обеспечили новый приток капитала, новую структуру занятости и сформировали новые источники доходов» [4].

*Появление и развитие креативных пространств и творческих кластеров обусловлено следующими факторами:* меняющиеся социальные и экономические условия жизни горожан, расширение информационного пространства, быстро растущие культурные и досуговые потребности населения, развитие возможностей культурного предпринимательства, формирование креативной индустрии, мировой индустрии досуга и внеинституциональных форм культурно-досуговой деятельности населения, а также тот фактор, что городская культурно-досуговая инфраструктура не всегда может в полной мере удовлетворить запросы населения (особенно молодежи) в реализации творческого потенциала.

Все вышеперечисленные факторы значительным образом способствовали необходимости формирования и развития новых культурных пространств, на территории которых были бы созданы все условия для творческой самореализации населения и создания культурных продуктов и услуг. Быстрое развитие творческих кластеров и пространств обусловлено также ростом их влияния на культурные процессы городов, культурную перспективу и подкреплено их экономическим потенциалом.

Д. Суховская отмечает, что креативные пространства определяют потенциал развития страны и общества, так как посредством их:

- формируется творческая среда поселения;
- инвестируются финансовые ресурсы в креативных людей, а также создаются инновации для сферы культуры в целом;
- формируется востребованность творческого (креативного) потенциала через создание новых рабочих мест;
- разрабатывается и продвигается новейший интеллектуальный продукт;
- поддерживается экономическая, культурная и политическая коммуникации – «обратная связь между производством и потреблением, технологией и содержимым, общественным удовлетворением и мобильностью»;
- формируются пути выхода из экономического кризиса, связанного с реструктуризацией и модернизацией экономики страны, региона и города – тем самым наблюдается рост конкурентоспособности страны / региона / города;
- создается новый имидж и формируется социальная идентификация, возрождение регионов и пространств; решаются социальные задачи – развитие местных сообществ и их интеграция, а также осуществляется диалог местных сообществ [9, с. 716].

Творческие индустрии получают свое развитие и в нашей стране.

***В Беларуси постепенно развивается культурное предпринимательство, при котором и государственные, и коммерческие структуры начинают инвестировать финансы в развитие заброшенных предприятий и территорий и создают на их месте креативные пространства.***

В Беларуси пока в большей степени развиваются так называемые креативные пространства. Они становятся центрами развития городской среды в отдаленных или малоразвитых районах, притягивают к себе лучшие творческие ресурсы городов и создают условия для развития инновационной творческой среды.

На территориях закрывшихся и пустующих промышленных предприятий начали открываться креативные пространства и центры, на базе которых работают арт-галереи, книжные и сувенирные магазинчики, антикафе, творческие школы и студии, проводятся различные культурные и досуговые мероприятия, проекты и программы. Рост подобных культурных формирований свидетельствует о том, что данное движение будет расти и активно влиять на развитие творческой городской среды.

Так, к примеру, в Минске одним из первых креативных пространств был лофт-проект «Балки» – это арт-пространство для проведения выставок, лекций, тематических программ, мастер-классов, встреч, съемок, корпоративных и праздничных мероприятий, семинаров и т.п. Также одним из первых креативных пространств в Беларуси можно считать галерею «Ў».

Пространство галереи, помимо своего целевого предназначения, постоянно используется для проведения встреч, лекций, тематических программ, выставок художников и фотографов, мастер-классов, презентаций.

В Минске плодотворно работает креативное пространство «ЦЭХ», которое предоставляет услуги по организации выставок, неформатных семинаров, лекций, перформансов, тренингов, кинопоказов, фестивалей, образовательных проектов, мастер-классов, ток-шоу, а также предлагает места для коворкинга как новой структуры организации рабочего процесса.

В качестве положительной тенденции следует отметить, что в Беларуси растет количество новых креативных пространств, которые становятся местом реализации новых творческих проектов и мероприятий. За последние годы в Минске и Витебске также открыты такие креативные пространства и хабы (центры) как «Кто такой Джон Голт?», «VZAP», «Корпус8». На их базе проходят образовательные, развлекательные программы, тренинги, семинары, творческие встречи, кинопоказы, функционирует коворкинг.

***Некоторые креативные пространства со временем вполне могут стать полноценными белорусскими творческими кластерами, нацеленными на творческое предпринимательство, образовательные процессы, сотрудничество творческих личностей и структур.***

На их территории будут работать творческие мастерские, арт-школы и студии, типографии, концертные площадки, шоу-румы и т.д. Будут проводиться мастер-классы, встречи, презентации, лекции, кинопоказы, выставки, вечеринки и т.п.

Все чаще поднимается вопрос о необходимости передать пустующие здания под креативные кластеры и пространства. Этому процессу будет способствовать уже имеющийся научный и культурный потенциал городов. Необходимо также внимание властей, нацеленное на создание условий для правовой, информационной и финансовой поддержки подобных проектов.

**Сегодня ключевой характеристикой современных городских культурных пространств является их многофункциональность. Креативные пространства и творческие кластеры полностью соответствуют этому требованию – эти формирования открыты для различных социально-культурных и культурно-досуговых проектов, как традиционных, так и инновационных.**

Креативное пространство предоставляет возможности и создает условия для творческой самореализации жителей города. Благодаря развитию креативных пространств малопривлекательные и районы столичных и провинциальных городов могут превращаться в локации социально-культурной активности. Таким образом, **функционирование креативных пространств и творческих кластеров способствует развитию городской инфраструктуры, культурного предпринимательства, увеличивает занятость населения, создаёт условия для реализации творческой активности горожан и поднимает уровень культурного потенциала города.**

Свое развитие постепенно получают в Беларуси и социально-культурные кластеры. Белорусский культуролог П. Сапотько дает им следующее определение: социально-культурный кластер представляет собой группу взаимосвязанных организаций сферы культуры, которые совместно с органами государственного управления, предпринимательскими структурами, научными центрами и другими структурами объединяются в систему экономических отношений и взаимодействуют друг с другом, создают комплексный культурный продукт в пределах какого-либо региона и извлекают из этого определенные выгоды [7, с. 137].

**Кластер как социально-культурный проект концентрирует материальные, организационные, инфраструктурные, кадровые ресурсы социокультурной сферы, образования и создаст принципиально новую, привлекательную для населения культурную среду. Учреждения, действующие в пределах кластера, при этом сохраняют свои функциональные назначения.**

Цель создания кластера состоит в максимизации экономического эффекта и повышении уровня прибыли, за счет которой возможно улучшение

условий и качества жизни населения на определенной территории. Кластер работает за счет сотрудничества, творческого коллектива и сети полезных взаимоотношений [10, с. 137].

Целями развития социокультурных кластеров можно считать:

- развитие человеческого потенциала в целом и развитие творческого начала каждого индивидуума;
- повышения уровня культурных потребностей населения региона/области и качества предоставления услуг в сфере культуры;
- повышение инновационного творческого потенциала специалистов в производстве услуг в сфере культуры и создание культурной среды нового качества;
- активное развитие новых отношений с представителями малого бизнеса;
- повышения престижности занятости в сфере культуры через развитие доходности учреждений и систематическое повышение заработной платы работников.

Основными компонентами кластера могут являться: Дом культуры, библиотека, классы музыкальной школы (филиал ДШИ), парк культуры, музей, Дом ремёсел и (или) Дом фольклора, памятники истории и культуры, кинотеатр, спортзал (комната для спортивных занятий с тренажёрами, бассейн), центр молодёжных проектов, сувенирная лавка, детское кафе, студия красоты, зоопарк (зооуголок) и т.п. В состав социально-культурного кластера также должны входить органы государственного управления и общественные организации.

***Социально-экономическими и экономическими выгодами деятельности социально-культурного кластера являются: создание новых рабочих мест, увеличение налоговых поступлений в бюджет, формирование или повышение положительного имиджа региона, развитие социальной инфраструктуры и пр.***

Авторы руководства по созданию и организации деятельности кластеров в Республике Беларусь (Д. Крупский, А. Омарова, Т. Хвалько) отмечают основные преимущества и недостатки кластерного подхода. Так, в качестве преимуществ они отмечают следующие: экономия ресурсов за счет проведения совместных мероприятий участников кластера, координация действий на рынке, упрощенный доступ и использование коммерческой информации и делового опыта, формулирование и продвижение коллективных интересов участников кластера в отношениях с государственными органами и другими участниками рынка.

Недостатками считаются такие эффекты, как: сложность обеспечения координации деятельности и согласования интересов участников

кластеров; возможность утраты уникальных конкурентных преимуществ; возможность усиления зависимости от более экономически сильных и технологически «продвинутых» участников кластеров [4, с. 3-5].

В качестве показателей результативности работы кластера используют такие индикаторы, как: увеличение сети клубных, студийных объединений на территории с низкой и неравномерной численностью населения; увеличение количества жителей, участвующих в культурно-массовых мероприятиях; позитивная динамика в осуществлении благотворительной деятельности на территории поселения [3, с. 63].

Также в Беларуси активно развиваются социально-культурные туристические кластеры. К туристическим кластерам относятся группы предприятий, сконцентрированных географически в пределах региона, которые совместно используют туристические ресурсы, специализированную туристическую инфраструктуру, локальные рынки труда, осуществляют совместное управление и маркетинговую деятельность.

Туристические кластеры включают: производителей, предпринимательские структуры (услуги туроператоров, гостиниц, общественного питания, транспорта, торговли, поставщиков оборудования, производителей сувенирной продукции и др.). Многие кластеры включают научные и учебные учреждения, которые обеспечивают специализированное обучение, информацию, научные исследования, техническую поддержку, а также органы государственного управления [1, с.4-5].

Одними из наиболее известных белорусских культурно-туристических кластеров являются «Полесская Амазония» (Столинский район), «Северные Афины» (Сморгонский район). В состав данных кластеров входят агроусадьбы, общественные организации, спортивный клуб, музеи, центры ремесел, управленческие структуры и др.

В Республике Беларусь разработана правовая и методическая база по созданию кластеров (в том числе творческих кластеров): это Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16.01.2014 №27 «Концепция формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь и план мероприятий по ее реализации», Государственная программа «Малое и среднее предпринимательства в РБ» на 2016–2020 годы. Министерство экономики подготовило «Руководство по созданию и организации деятельности кластеров в Беларуси». Также в правительстве на рассмотрении находится проект Указа, предусматривающий господдержку кластерных проектов, направленных на формирование инновационно-промышленных кластеров.

Кроме этого, создателям кластеров необходимо изучать международные документы по кластеризации: «Манифест кластеризации в странах ЕС» (ЕС, 2006г.), «Европейский кластерный меморандум» (2008г.).

Необходимо при этом заметить, что творческие кластеры, конечно, имеют свою специфику, поэтому также требуются специальные разработки и правовые документы, касающиеся создания и функционирования именно творческих кластеров.

Примеры успешного опыта европейских и российских городов по претворению в жизнь теории творческих индустрий, свидетельствуют о том, что воплощение данных идей реально и в Беларуси, но с учетом национально-культурных и социально-экономических особенностей. На сегодняшний момент существует реальная необходимость развития творческих индустрий в Республике Беларусь и создания кластерной системы, которая успешно реализуется не только во многих европейских странах, но и в странах постсоветского пространства. В Беларуси существует богатый творческий потенциал, но креативному слою населения не хватает инфраструктуры для самореализации, предпринимательского опыта и осознания необходимости кооперации.

Концептуально значимой в этом направлении для нашей страны определяется следующая структура: **производитель творческих услуг и продуктов арт-менеджер (арт-агент) потребитель (зритель)**. У нас имеется достаточно большое количество людей творческих профессий, способных создавать творческий продукт, но вот совсем невелик пока класс так называемых арт-менеджеров (арт-агентов), умеющих продвигать и продавать эти продукты и услуги определенным целевым категориям населения.

Выбор целесообразной стратегии – вот первая одна из проблем развития творческих индустрий в нашей стране. Политика в области творческих индустрий в Республике Беларусь может развиваться в следующем направлении:

- ▣ создание законодательной базы, финансовых и налоговых механизмов поддержки и развития творческих индустрий в Беларуси на основе международного опыта в этой области;
- ▣ подготовка специалистов-профессионалов в области творческих индустрий;
- ▣ создание и развитие «творческих пространств», креативных, социально-культурных и культурно-туристических кластеров с учетом национальной экономической и социально-культурной ситуации. Кластеры и «пространства» целесообразно располагать на территории заброшенных фабрик или заводов, давая новую жизнь «заброшенным» индустриальным пространствам. Это также позволит развивать

предпринимательскую деятельность в сфере культуры, искусства, досуга;

- проведение курсов, обучающих и обменных семинаров, конференций для специалистов по бизнес-планированию в сфере творческих индустрий;
- развитие информационно-аналитического пространства в области творческих индустрий.

***Представляется, что развитие компаний, центров и организаций в области творческих индустрий (например, творческих кластеров) способно придать новый импульс дальнейшему развитию белорусской культуры и разнообразить ее модель, дать новые рабочие места для предприимчивых специалистов в сфере культуры и досуга, упрочить репутацию страны как современного европейского культурного центра.***

Однако, будучи инновационным направлением для Беларуси, продвижение творческих индустрий сопряжено с такими проблемами, как несовершенство законодательной базы, финансовых и налоговых механизмов поддержки и развития творческих индустрий; малоразвитость теоретической, аналитической и информационной базы творческих индустрий и др.

Необходимо на государственном уровне понимание значимости и признание творческих индустрий. Также их развитию будет способствовать различные формы сотрудничества и партнерства всех заинтересованных сторон – государства и местных властей, общественных организаций, бизнеса и т.п. Необходимо также использование опыта ведущих стран мира в данной отрасли, при этом образование в сфере творческих индустрий будет способствовать формированию группы профессионалов в данной области. Все это открывает новые возможности экономического и культурного роста, повышает конкурентоспособность страны в современных условиях.

Список использованных источников:

1. Вертинская, Т.С. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси / Т.С. Вертинская, В.А. Клицунова. – Минск : Белорус. общественное объединение «Отдых в деревне», 2014. – 52с.

2. Дацко, О.И. Творческие кластеры как перспективное направление развития территорий / О.И. Дацко, У.П. Бабко // Социально-ориентированная модель экономического развития: опыт Германии и Беларуси : материалы Междунар. науч.- практ. конф., Минск, 18 мая 2011 г. / Фонд им. Фридриха Эберта [и др.]. – Минск : И.П. Логвинов, 2011. – С. 61–63.
3. Диденко, Л.А. Социально-культурно-образовательный кластер как средство создания образовательного пространства для лиц с ограниченными возможностями здоровья на территориях с низкой и неравномерной плотностью населения / Л.А. Диденко, В.В. Абдулкин // Вестн. Ленинградского гос. ун-та им. А.С.Пушкина. – 2013. – Т. 3. – № 1. – С. 57–66.
4. Зеленцова, Е. Творческие индустрии. Теории и практики / Е. Зеленцова, Н. Гладких // Creative Industries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: —<http://creativeindustries.ru/rus/publications/19>. Дата доступа: 16.06.2017.
5. Крупский, Д.М. Руководство по созданию и организации деятельности кластеров в Республике Беларусь / Д.М. Крупский, А.Э. Омарова, Т.В. Хвалько. – Минск : Совет по развитию предпринимательства в Республике Беларусь, 2015. – 161с.
6. Лимонов, Л.Э. Роль творческих индустрий в сохранении и использовании культурного наследия и обеспечении устойчивого развития территорий / Л.Э. Лимонов, Д.А. Табачникова // XII Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества : в 4-х книгах. Кн. 3. Отв. ред. Е. Ясин. – М. : НИУ ВШЭ, 2012. – С.150–157.
7. Сапотько, П.М. Государственно-частное партнерство в развитии социально-культурных кластеров Беларуси / П.М. Сапотько // Языки мира – в мир языков : межвузовский сб. науч. статей. Вып. 6. / БГУ, Филологический факультет, каф. английского языкознания; редкол.: Н.Н. Нижнёва (отв. ред.), О.Н. Кулиева, В.Ф. Толстоухова. – Минск : БГУ, 2015 – С. 136–144.
8. Суховская, Д.Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории [Текст] / Д.Н. Суховская // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 650 – 652.
9. Суховская, Д.Н. Философские проблемы функционирования поселений и их креативных пространств в условиях урбанизированного социума в XXI веке / Д.Н. Суховская // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 713–719.
10. Шевченко, И.В. Кластерная модель развития сферы социально-культурных услуг / И.В. Шевченко, А.А. Хужокова // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – С. 136-139.

11. What are Creative Industries and Creative Economy [Электронный ресурс] // British Council. – Режим доступа: [http://creativecities.britishcouncil.org/creativeindustries/what\\_are\\_creative\\_industries\\_and\\_creative\\_economy](http://creativecities.britishcouncil.org/creativeindustries/what_are_creative_industries_and_creative_economy). – Дата доступа: 06.05. 2017.

