

УДК 930.85

Губанова Жанна Анатольевна, магистрант кафедры культурологии и социокультурного проектирования, ИММИД КФУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

e-mail: gubanova_z@inbox.ru

Мизрахи Мария Васильевна, кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии и социокультурного проектирования, ИММИД КФУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

e-mail: insieme@rambler.ru

ПРОЕКТЫ КУЛЬТУРНЫХ КЛАСТЕРОВ: ЗАРУБЕЖНЫЕ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

Аннотация: сама сфера культуры в традиционном ее понимании меняет способ своего существования. Экспансия культуры и культурного действия за пределы привычной образовательно-развлекательной функции привела к формированию культурной экономики, главной составляющей которой предстают именно культурные кластеры в контексте региона. Опыт, которым вооружены страны Западной Европы, может послужить в качестве иллюстративного материала и очертить основные тенденции для дальнейшего выработки собственной культурной политики и стратегии развития культурной сферы страны, региона, города.

Ключевые слова: кластер, культурный кластер, проекты развития регионов, зарубежный опыт

Gubanova Zhanna Anatolyevna, Master's student of the Department of Cultural Studies and Socio-Cultural Design, IMMID of the V. I. Vernadsky KFU, Simferopol, Russia

e-mail: gubanova_z@inbox.ru

Mizrahi Maria Vasilyevna, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of Cultural Studies and Socio-Cultural Design, IMMID of the V. I. Vernadsky KFU, Simferopol, Russia

e-mail: insieme@rambler.ru

PROJECTS OF CULTURAL CLUSTERS: FOREIGN AND DOMESTIC STRATEGIES

Abstract: the sphere of culture itself in its traditional sense is changing the way it exists. The expansion of culture and cultural action beyond the usual educational and entertainment function has led to the formation of a cultural economy, the main component of which is cultural clusters in the context of the region. The experience that the countries of Western Europe are armed with can serve as an illustrative material and outline the main trends for further development of their own cultural policy and strategy for the development of the cultural sphere of the country, region, city.

Keywords: cluster, cultural cluster, regional development projects, foreign experience

Для многих исследователей является неоспоримым тезис, что на сегодняшний день реализация экономических стратегий развития культуры играет главную роль в выработке социальной стратегии возрождения и развития регионов. Интересен пример Европы и США 1990-х гг., которые самые острые социально-экономические проблемы регенерации городской среды решали с помощью культурных стратегий. Так, Франкфурт, Бильбао, Глазго и много других «депрессивных» городов обрели новую жизнь и новый толчок в развитии благодаря эффективному использованию имиджа города в экономической, социальной и культурной политике. В этом случае речь идет не о традиционном генеральном планировании, а о культурно-экономическом планировании, в основе которого – использование человеческого и культурного

капитала региона.

Производство и потребление населением культурных товаров и услуг формирует новые общественные практики. Появляются независимые творческие сообщества, ориентированные на креативный подход к формированию новой культурной среды и, как следствие, нового образа жизни.

Важным представляется вопрос сохранения собственной уникальности в условиях глобализации. Культурная политика и продвижение культурно привлекательного образа региона могут выступить как действенное средство сохранения местной идентичности в условиях общемировых процессов. Глобализация оборачивается двойным процессом, в котором культурная унификация, легкость коммуникации и миграционные процессы сочетаются со стремлением сохранить собственную историческую память и местную идентичность.

Опираясь на существующую международную практику и масштаб ее реализации, можно выделить три ключевые стратегии культурного планирования:

- 1) крупномасштабные проекты культурной реновации в «глобальных городах»;
- 2) проекты культурной регенерации городской среды;
- 3) культурное планирование, ориентированное на развитие культуры и искусства в региональных сообществах.

Культурные кластеры как основа творческих отраслей экономики могут стать фундаментом нового соотношения «центр-периферия». Следовательно, реальной представляется модель формирования региона как культурного проекта, который имеет следующий вид (рис. 1):



Рис. 1 Модель формирования образа региона как культурного проекта

Приведенная схема иллюстрирует, как именно происходит переход от культурного производства в формирование образа города. Начать следует с того, что культурное производство является важной составляющей городской культуры, которая содержит в себе элементы материального и интеллектуального производства. В свою очередь, материальное и интеллектуальное производство сочетаются в культурных индустриях, которые становятся основой так называемых творческих отраслей экономики. И именно от функционирования творческой экономики в современном городе зависит формирование его образа. Город предстает как культурный проект.

Обращая внимание на важность культурных индустрий и творческих отраслей экономики, нельзя не вспомнить замечание французского социолога Ж. Бодрийяра. В работе «Общество потребления: его мифы и структуры» он отметил, что «культура больше не создается для длительного существования, ... вырабатывается в современном мире в ритме циклов и вторичной обработки» [1]. Подобное видение современной культуры вполне соответствует идеям культурных кластеров, поскольку они являются результатом переработки установившихся составляющих культурной сферы. В настоящее время отсутствует разделение на материальное и интеллектуальное производство, появляется творчество как фактор экономического производства и

социокультурных изменений. И сам регион выступает ареной подобных изменений, демонстрируя глубинные сдвиги в социальной и культурной сферах.

Анализ трудов западных исследователей позволяет сделать вывод о том, что культурные индустрии давно уже стали частью развития современных экономических систем. Разностороннее содействие со стороны местной власти дает мощный толчок развитию как самих индустрий, так и региона в целом.

Это свидетельствует о налаженной связи между всеми сферами человеческой жизнедеятельности. Как полагают исследователи, в этих местах отсутствует творческая коммуникация или, точнее, она там довольно сложно устроена. Данные о количестве людей, которые занимаются той или другой деятельностью, практически ни о чем не свидетельствуют.

Глубокие трансформационные процессы, происходящие сегодня в мире, привели к новому пониманию роли культуры в жизни общества. Культура не только приобретает самостоятельный статус, но и играет большое значение в формировании общества, общественных отношений и взаимодействия. В контексте современных тенденций культуру начинают рассматривать и как ресурс новой экономики, источник нового образа мышления.

Эксперты изучают культурные ресурсы, разрабатывают управленческие технологии и конкретные предложения относительно того, как культурное наследие и актуальная культура могут сформировать специфику места, изменить имидж территории, сделать ее привлекательной как для местного сообщества, так и для туристов.

Кроме того, в рамках культурного развития формируется новый тип рынка – рынок культурных товаров и услуг. Его особенность заключается в способности совместить две сферы – экономическую и культурную, с акцентом на творчестве.

Сегодня творчество и искусство становятся инструментом накопления различных форм капитала. Мы наблюдаем за формированием новой социокультурной реальности, поэтому внимание культурологов

концентрируется на более детальном исследовании процессов, происходящих именно в социокультурной сфере, что является вполне оправданным.

Состояние культурного развития той или иной страны является одним из наиболее объективных показателей не только духовного здоровья общества, но и полноты решения тех проблем, в том числе и экономических, которые предстали перед ним. Среди функций государства, регулирующих внутреннюю жизнь общества, важное место занимает государственная культурная политика.

Государство является основным гарантом безопасности человека в пространстве культуры, чем обуславливается взаимозависимость безопасности государства, общества и человека. Осознание культурного самобытности, национального наследия, исторических корней и творческого потенциала общества являются движущей силой развития.

Действия государства как субъекта культурной политики должны направляться на сохранение, воспроизводство и создание культурной самобытности нации. Все это является достаточным обоснованием необходимости формирования усовершенствованных механизмов внедрения культурной политики, в том числе в регионах и крупных городах. Уместно обратить внимание на роль государства в регулировании экономических процессов, поскольку культура сегодня является полноценной ее частью. Достаточно вспомнить принцип «креатив – культура – капитал» (creating of cultural capital): «экономизация» культуры и «культуризация» экономики, который позволил ряду европейских городов преодолеть комплекс провинциальности и превратиться в мировые культурные центры. Поэтому не удивительно, что современное государство не имеет права отделять культуру от экономики, наоборот, должно формировать согласованную экономическую и культурную политику как ориентир процветания и благосостояния [2, с. 12].

Результатом функционирования в регионе культурных индустрий становится их трансформация в культурные кластеры. Самое распространенное определение «экономического кластера» такое: «географическая концентрация взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, сервисных

структур, фирм, работающих в таких областях и других, связанных с ними, организаций (например, университетов, агентств, торговых ассоциаций), действующих в определенных областях и, одновременно, конкурирующих и сотрудничающих друг с другом» [3].

Словосочетание «культурный (творческий) кластер» предполагает, что компании, входящие в кластер, относятся к творческой индустрии. В подавляющем большинстве культурные кластеры, которые возникают в городах постсоветского пространства, воспроизводят модели, уже известные в Великобритании и других странах.

Отличие заключается в том, что появление этих кластеров не является следствием целенаправленных усилий местной власти или правительства (как в случае Рурского бассейна в Германии), направленных на освоение бывших промышленных территорий и одновременно – на развитие творческого сектора экономики. Они возникают преимущественно как частная инициатива, как осознание необходимости перемен в культурной сфере со стороны независимых культурных производителей.

Кроме ядра, в виде культурной индустрии (или нескольких индустрий), в кластер входят структуры, связанные с интеллектуальной, эстетической составляющей продукции, с организацией ее оценки и экспонирования, а также совместимые индустрии – материальное, технологическое обеспечение и тому подобное.

Если кластер культурной индустрии вписывается в городское пространство, и за счет этого формируются культурные зоны, то в его состав добавляются транспорт, коммунальные службы, ритейл и др. Кластер строится по схеме так называемого интенсивного наращивания: каждый следующий процесс надстраивается над другим. Ядром выступает оригинальный контент идеи [4]. Над ними надстраивается производство, далее – экспонирование, подтверждение, оценка подлинности или оригинальности и, наконец, торговля и потребление.

Используя иностранный опыт постиндустриальных трансформаций,

нужно стремиться избавиться от имиджа региона, который находится в культурном вакууме.

В таком контексте плодотворными кажутся идеи по развитию креативного пространства с помощью культурных кластеров. В обобщенном виде их можно сформулировать так:

1) идея возрождения городов и регионов посредством активизации творческих ресурсов местных сообществ как никогда актуальна, о чем свидетельствует растущая потребность в творческих платформах;

2) главной целью создания культурных кластеров должен стать их мультифункциональный характер, когда культурные проекты будут способствовать решению образовательных, социальных и экономических проблем города или региона;

3) главной проблемой является необходимость изменить мышление, что требует параллельных и дополнительных усилий – образовательных мероприятий, семинаров / тренингов, художественных акций (выставок, фестивалей, спектаклей и т. п.);

4) инновационные идеи должны определять политику нового центра (центров) и привлекать творческих людей;

5) создание частного и государственного партнерства является залогом успешного развития с длительной перспективой;

6) ощутимый недостаток аналитических и информационных материалов определяет еще одно направление деятельности центра и развития партнерства;

7) общность интересов различных игроков культурного поля будет способствовать необходимому единству в достижении поставленных задач;

8) определяющая роль частных инициатив должна формировать вокруг центра творческую среду;

9) необходимость партнерства независимых организаций является еще одной задачей центра, который заключается в создании возможностей для различных групп – важный принцип организации деятельности;

10) формирование соответствующей политики на региональном и государственном уровнях может стать не просто результатом, но и залогом развития [5].

Для реализации изложенных положений необходимо реализовывать инновационные, практические проекты с целью привлечь внимание разных игроков, привлекая к формированию идей и их реализации местные творческие ресурсы.

Список источников и литературы:

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М.: Республика, 2006. – 268 с.
2. Ravasi D., Rindova V. Creating symbolic value: cultural perspective on production and exchange / Working paper 111/04. – May, 2004. – 25 p.
3. Замятин Д. Н. Культура и пространство: моделирование географических образов / Д. Н. Замятин. – М., 2006. – 488 с.
4. Гнедовский М. Б. Творческие индустрии: стратегия инновационного развития // Творческие индустрии: модель для сборки. – М.: Ин-т культурной политики, 2005. – Вып. 4. – С. 7–15.
5. O'Connor J. The Définition of Cultural Industries [Электронный ресурс] / J. O'Connor. – Режим доступа: <http://www.mniu.ac.uk/hss/mipc/>.