

*Курдова Татьяна Владимировна,
министр культуры и туризма Пензенской области,
Министерство Культуры и туризма Пензенской области,
г. Пенза, Россия*

РАЗВИТИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КЛАСТЕРОВ ТЕРРИТОРИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТЫ

Статья посвящена социокультурным кластерам. Обосновывается значимость кластерного подхода в развитии социокультурного пространства. Также автор анализирует понятия «социокультурный кластер», «креативный кластер», «креативные индустрии». В статье уделяется внимание проблемам формирования нормативно-правовой базы реализации кластерного подхода и предлагаются меры по их решению.

Ключевые слова: социокультурный кластер, социокультурное пространство, культура, креативность.

*Tatyana V. Kurdova,
Minister of Culture and Tourism of the Penza Region,
Ministry of Culture and Tourism of the Penza Region,
Penza, Russia*

DEVELOPMENT OF SOCIAL-CULTURAL CLUSTERS OF TERRITORIES: THEORETICAL AND LEGAL AND LEGAL ASPECTS

The article is devoted to sociocultural clusters. The importance of the cluster approach in the development of socio-cultural space is substantiated. The author also analyzes the concepts of «sociocultural cluster», «creative cluster», «creative industries». The article focuses on the problems of the formation of the regulatory framework for the implementation of the cluster approach and suggests measures to address them.

Keywords: sociocultural cluster, sociocultural space, culture, creativity.

Кластерный подход является относительно новым веянием в управлении различными сферами общества, в том числе и сферой социокультурной жизни и деятельности. Преимущества кластерного подхода основаны на том, что он позволяет учитывать системный характер общества как целостного образования, состоящего из взаимосвязанных элементов: подсистем,

социальных институтов и организаций, – главными субъектами которых являются объединённые в социальные группы и общности индивиды.

Формирование социокультурных кластеров за счет концентрации ресурсов, сосредоточения креативных субъектов на относительно небольшом пространстве позволят достичь не только максимизации творческого эффекта, но и значительной экономической отдачи, способствуя тем самым развитию региона в социально-экономическом смысле через создание новых рабочих мест, повышение спроса на социокультурные услуги, повышение престижности социокультурной деятельности в обществе. Можно сказать, что кластерное развитие социокультурной среды определенного региона или населенного пункта позволяет достигать эмерджентного эффекта, когда при усложнении системы за счет появления новых элементов и формирования определенных форм взаимодействия между ними возникает принципиально новый системный эффект их совместного функционирования как единой целостности, недостижимый на более ранних уровнях деятельности.

Среди концепций социокультурного пространства можно отметить теоретические подходы Г. Зиммеля, П. Бурдьё, П.А. Сорокина.

Согласно социологии пространства Г. Зиммеля, пространство наполняют социальным смыслом люди, взаимодействующие в нем и конструирующие социальную реальность. При этом свойства социального пространства оказывают влияние на особенности социального поведения находящихся в нем участников социального взаимодействия [4]. Так, проживание в мегаполисе, по мнению немецкого социолога, ведет к повышению индивидуальной свободы и, как следствие, к индивидуализации городских жителей и росту различий в поведении.

П. Бурдьё указывает на то, что «чувство положения, занимаемого в нем ... есть практическая материя социальной структуры в целом, которая раскрывается через ощущение позиции, занятой в этой структуре» [3, с. 104]. Таким образом, положение, занимаемое человеком в социальном пространстве, формирует его отношение к окружающим и социальное поведение.

У Сорокина социокультурное пространство рассматривается во втором значении, и данный аспект социального пространства помогает интерпретировать социальные процессы, происходящие в городе и глубже понять особенности развития социальной сферы. П.А. Сорокин рассматривал его как упорядоченную систему социальных отношений, «некую вселенную, состоящую из народонаселения земли» [9, с. 298]. Так, при реализации социальной политики важно знание и пространственного измерения социальных отношений, и статусной структуры регионального социума.

Социокультурное пространство региона – это сложившаяся на определенной территории система институализированных отношений между индивидами, социальными группами и общностями, в которой каждый индивид и каждая группа занимает определенный нормативно обусловленный социальный статус.

Востребованность создания и развития социокультурных кластеров подтверждается и теми условиями, в которых находятся современные организации и учреждения сферы культуры. А эти условия определяются рыночной экономикой, диктующей свои правила конкурентной борьбы и выживания посредством создания таких товаров или услуг, которые будут пользоваться устойчивым спросом. Помимо этого, государство два с лишним десятилетия назад пошло по пути либеральной социальной политики, являющейся полностью противоположной советскому патернализму. Хотя сфера культуры и финансируется, но этих средств явно недостаточно, а нынешняя геополитическая ситуация вынуждает власти при распределении бюджетных средств значительную их часть направлять в сферу обороны и на поддержание национальной безопасности.

Кластеры – это не только особый способ получения прибыли, но и оптимальная среда для продвижения нововведений, творческой и профессиональной самореализации людей, а также и налаживания социальных отношений. Именно такое значение кластера делает его незаменимым в развитии социокультурной среды региона, так как благоприятность и

оптимальность функционирования социокультурного пространства во многом зависит от сформированности всех условий, необходимых для совместной продуктивной творческой деятельности ее субъектов, в ходе которой удовлетворяются потребности жителей и гостей региона в определенных видах культурной продукции: предметах декоративно-прикладного творчества, литературе, музыке, танцах, фото, кино- и видеопродукции, туризме, экскурсиях и т.п.

Социокультурный кластер позволит сфокусировать все виды необходимых ресурсов региона (материальных, организационных, инфраструктурных, кадровых) для формирования инновационной, креативной и привлекательной для населения культурной среды. Кластер позволяет наполнить понятие «культурная услуга», по сей день вызывающее отторжение у деятелей в области культуры.

Андросова Н.О. определяет понятие «социокультурный кластер» следующим образом: многоуровневая, внутренне дифференцированная открытая динамичная система, «интегрирующая учреждения и организации независимо от организационно-правовых форм собственности, с целью формирования благоприятной социально-культурной среды и предоставления населению качественных услуг» [1, с. 172].

Ряд исследователей, например Бокова А.В., указывают на важность понятия индустриализации культуры в контексте современных тенденций общественного развития: информатизации, сетевизации и связанной интенсификации коммуникационных процессов [2, с. 6-64].

С одной стороны, создание социокультурных кластеров можно расценить как шаг к стандартизации культурных продуктов, а значит, утраты творческой составляющей как важнейшего основания культуросозидательной деятельности. Но с другой стороны, при сохранении специализации и создании условий для проявления креативности в самых разных сферах культурогенеза, создание социокультурных кластеров позволит самим представителям сферы

культуры получать не только духовную, но и материальную отдачу от своего труда.

Понятие социокультурного кластера тесно связано с креативной экономикой и творческими индустриями, поскольку кластерный подход в развитии социокультурной сфере муниципального образования означает, во-первых, синтез творчества и коммерции, а во-вторых, – развитие различных направлений творческого производства, связанного с сохранением и обогащением культурного наследия региона либо конкретного муниципального образования.

Первичный опыт развития культурных индустрий принадлежит Великобритании, где в 1970-е XX-го столетия они были интегрированы в государственную культурную политику и крупные международные организации, например, ЮНЕСКО, стремящиеся к защите национальных культур. Креативные индустрии определяются как «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [8, с. 187].

В нашей стране креативные кластеры, способствующие обновлению и коммерциализации социокультурной среды города, формируются преимущественно в местах, ранее занимаемых промышленными и иными объектами, ныне не функционирующими вследствие деинтенсификации производства в российских мегаполисах и других городах.

Креативный кластер представляет собой концентрированную совокупность мест для реализации творческих идей и их презентации (это могут быть студии, галереи, арт-объекты, видеоинсталляции, художественные мастерские и т.д.) на одной территории.

Такие кластеры активно развиваются на всех континентах, где создаются креативные платформы, стимулирующие экономические и социальные трансформации: «Africa centre» в Кейптауне (ЮАР), «Collingwood Arts Centre» в Толидо (штат Огайо, США), «Berlinerpool» в Берлине (Германия), «Youkobo

Art Space» в г. Токио (Япония); «Hill end Artist in residence» в Австралии и так далее.

С начала 2000-х годов подобные центры стали создаваться и в России (в Москве, Перми, Санкт-Петербурге, Суздаль и др.). В Москве известными являются арт-галереи «Винзавод» и «Гараж», центр дизайна «Art-play», культурный центр «ЗИЛ» является пилотным проектом Правительства Москвы, созданный по образцу культурного центра «Барбикан» в Лондоне.

Понятие «креативный кластер» определяется неоднозначно. В узком смысле – это «сообщество творческих предприятий, объединенных общей территорией или собранных в одном здании. Чаще всего это – комплекс галерей, зрительных залов, мастерских, магазинов, кафе и офисов с удобной инфраструктурой» [7, с. 153]. В широком смысле под ним понимают «объединение производителей продуктов в творческих индустриях». Креативный кластер создается для совместного творческого труда и реализации его результатов – творческих товаров и/или услуг.

Понятие креативных индустрий подразумевает такие виды деятельности, в основе которых лежит индивидуальное творческое начало, навыки и таланты, «которые могут создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [5, с. 71]. Креативные индустрии представляют собой некую пограничную область, в которой смыкаются культура и творчество, с одной стороны, и коммерция – с другой.

Развитие социокультурных кластеров косвенно связано со следующими нормативно-правовыми документами:

1. В ФЦП «Культура России (2012-2018 годы)» (утверждена постановлением Правительства РФ от 3 марта 2012 г. № 18) среди целей и задач предусмотрено создание условий для повышения качества и разнообразия услуг, предоставляемых в сфере культуры и искусства, модернизация работы учреждений культуры.

2. Целью подпрограммы «Искусство» госпрограммы «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы» (утверждена Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 317) является обеспечение прав граждан на участие в культурной жизни, реализация творческого потенциала нации.

3. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 (Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р) года приоритет отдается инновационному развитию России на основе развития человеческого потенциала, что говорит о значимости кластерного подхода в организации социокультурного пространства регионов.

4. Согласно статье 7 «Основ законодательства РФ культуре» от 1992 г., Федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации в обязательном порядке учитывают культурные аспекты во всех государственных программах экономического, экологического, социального, национального развития.

Также косвенное отношение к развитию социокультурных кластеров имеют такие Федеральные законы, как: «О Музейном фонде РФ и музеях в РФ», Федеральный закон от 29 декабря 1994 г. № 78-ФЗ «О библиотечном деле» от 26 мая 1996 г. № 54-ФЗ, «О народных художественных промыслах» от 6 января 1999 г. № 7-ФЗ, «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов РФ» от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ.

Что касается регионального уровня, то в здесь можно выделить Государственную программу города Москвы «Культура Москвы», в рамках которой среди целей подпрограммы «Культурные центры, дома культуры, клубы и молодежные центры» значится «создание условий для развития рынка культурного производства и услуг».

Однако, ни нормативно-правовых актов, непосредственно касающихся развития социокультурных кластеров, ни упоминаний о социокультурных кластерах в действующих документах нет, что представляет собой явный пробел в законодательстве о культуре.

В связи с этим обстоятельством мы считаем целесообразным, во-первых, включить в имеющиеся документы, регламентирующие развитие культуры, положения, касающиеся развития социокультурных кластеров, среди которых могут быть:

- оказание региональными и местными органами власти содействия гражданам, учреждениям культуры, общественным организациям, творческим сообществам в создании и развитии креативных кластеров и индустрий;
- совершенствование нормативно-правовой базы кластеризации, стандартизация и регламентация услуг в сфере культуры;
- финансовая поддержка развития кластеров;
- создание условий для внешней и внутренней конкуренции между компонентами кластера, стимулирование активного продвижения платных услуг;
- обеспечение активного взаимодействия с малым бизнесом.

Во-вторых, важным мы считаем разработку Концепции развития социокультурных кластеров в Российской Федерации, содержащей основные цели, задачи, принципы и ожидаемые результаты от реализации кластерного подхода в управлении социокультурными пространствами регионов и муниципальных образований.

При разработке нормативно-правовых основ развития социокультурных кластеров необходимо ориентироваться на повышение эффективности управленческих процессов за счет развития кооперации и сотрудничества [6, с. 45].

Таким образом, рост креативности в городе может повлиять на повышение уровня благополучия его граждан, а это возможно путем развития социокультурного кластера и входящих в него креативных индустрий. Наличие развитой творческой составляющей в социокультурной среде города повышает инновационный потенциал определенной части населения [5, с. 72]. Регионы или города, имеющие возможность привлекать талантливых людей, получают

значительные возможности для более быстрого роста благосостояния этих регионов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Андросова Н.О. Условия и предпосылки создания социокультурного кластера в Белгородской области // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. – 2012. – № 2 (121). Выпуск 19. – С. 171-180.*
- 2. Бокова А.В. Индустриализация культуры: от критики к построению сети // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1 (26). – С. 6-14.*
- 3. Бурдые П. Социальное пространство и генезис классов / Социология социального пространства. – Москва: Институт экспериментальной социологии: Санкт-Петербург: Алтейя, 2007. – С. 102-109.*
- 4. Зиммель Г. Венеция // Логос. – 2002. – № 3-4. – С. 42-48.*
- 5. Лиханина Е.Н. Креативные и творческие индустрии как социально-культурное условие развития современного индустриального города // Вестник КемГУКИ. – 2015. – № 33. – С. 70-78.*
- 6. Посохова Н.В. Особенности инновационного управления социокультурным кластером региона // Теория и практика общественного развития – 2014. – № 18. – С. 44-46.*
- 7. Сапрыкина А.Н. Кластеры в сфере культуры: необходимость формирования и особенности создания // Вопросы управления – 2014. – № 2. – С. 152-156.*
- 8. Сапрыкина А.Н. Социокультурный кластер территории как фактор ее инновационной привлекательности // Философия образования. – 2014. – № 1(52). – С. 185-194.*
- 9. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество – Москва: Политиздат, 1992. – 542 с.*