

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.38.29.008

Значимость креативных кластеров для развития городской среды и современной культуры: выводы и рекомендации

Острикова Мария Владимировна

Аспирант,
Московский государственный институт культуры,
141406, Российская Федерация, Химки, ул. Библиотечная, 7;
e-mail: masha@mosconsv.ru

Аннотация

В наше время культура является одной из наиболее важных сфер жизни общества. Культура может служить не только способом самовыражения и самоутверждения, но и средством экономического роста. Одним из наиболее эффективных инструментов развития культуры являются креативные кластеры. В данной статье проанализировано то, какую роль они играют в развитии современной культуры и экономики регионов. Освещаются задачи, которые решаются в рамках работы креативных кластеров, в том числе создание условий для роста творческого потенциала и развития культурного туризма, а также рассматриваются вопросы финансирования и поддержки креативных кластеров со стороны государства и бизнеса.

Для цитирования в научных исследованиях

Острикова М.В. Значимость креативных кластеров для развития городской среды и современной культуры: выводы и рекомендации // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 3А-4А. С. 73-78. DOI: 10.34670/AR.2023.38.29.008

Ключевые слова

Креативные кластеры, современная культура, развитие культуры, городская среда.

Введение

Креативные кластеры представляют собой объединения культурных и творческих индустрий, которые могут действовать на территории города или региона. Они объединяют людей, которые имеют общие интересы и цели, и содействуют развитию творческих и культурных отраслей, а также обеспечивают интеллектуальный капитал, который является ключевым ресурсом для развития современной экономики и современного искусства.

Хакимова в своей статье «Креативный кластер как элемент креативного потенциала территории» говорит о том, что креативный кластер – объединение на определенной территории носителей творческой или интеллектуальной новации, способной приобретать условно вещественную форму [Хакимова, 2013].

Креативные кластеры имеют огромное значение для развития современной культуры. Они дают возможность объединить различные индустрии (например, музыкальную, кино- и театральную), ученых и исследователей, дизайнеров и многих других творческих и общественно-активных людей. В результате общей работы генерируются новые идеи, создаются проекты и продукты, которые не только способствуют развитию культуры, но и создают рабочие места и привлекают инвестиции.

Основное содержание

Кластерная теория впервые появилась в концепции М. Портера. В соответствии с ней, исследователь определил кластеры как «географические концентрации взаимосвязанных компаний и учреждений в определенной области. Кластеры включают в себя множество связанных отраслей и других субъектов, важных для конкуренции» [Porter, 1998].

Также креативные кластеры могут способствовать социальной интеграции и укреплению общества. Они объединяют различные группы людей, которые имеют общие интересы и цели, и создают сильное сообщество, готовое к решению различных проблем. Развитие креативных кластеров – это важный шаг в направлении создания сильного и устойчивого общества, которое способно справиться с вызовами современности. В настоящее время активно происходит глобализация, которая оказывает непосредственное влияние на тенденции развития современной культуры, одной из черт которой является смешение разных национальных особенностей и обычаев.

Креативные кластеры – это не только места для реализации творческих идей, но и площадка для обмена опытом, знаниями и идеями. Они позволяют объединять людей с различными профессиональными навыками и интересами, что способствует созданию уникальных проектов и продуктов.

Одним из примеров успешного креативного кластера является Центр дизайна Artplay, находящийся в Москве. Это культурный центр, который объединяет творческих людей из различных областей и предоставляет им возможности для реализации своих проектов. Здесь проводятся выставки, концерты, фестивали и другие мероприятия, которые привлекают широкую аудиторию [Официальный сайт креативного пространства «ARTPLAY», [www](http://www.artplay.ru)].

Еще одним примером успешного креативного кластера является Дизайн-квартал Флакон, также находящийся в столице. Одной из задач создателя данной креативной экосреды Николая Матушевского является распространение таких мест по всей России. Вот что Николай говорит о своем проекте: «Страна у нас очень большая и мест, где можно делать объекты подобные

дизайн-заводу, оооочень много. А мы научились и хотим делать интересные места для креативных, творческих людей и поэтому создали ФЛАКОН – экосистему из нескольких десятков "Флакочиков", активно влияющих на создание вокруг себя творческой и одновременно деловой среды по всей России» [Официальный сайт креативной экосистемы «Флакоч», www].

Однако для того чтобы креативные кластеры могли эффективно функционировать и способствовать развитию современной культуры, важно учитывать некоторые факторы. Во-первых, необходима поддержка со стороны государства и бизнес-сообщества. Государство может предоставлять финансовую поддержку, создавать условия для развития инфраструктуры кластеров и упрощать процедуры их регистрации и лицензирования.

Кроме того, креативные кластеры нуждаются в поддержке и финансировании. При этом основатели и создатели кластеров должны стараться обращать на себя внимание не только государства, но также и частных предпринимателей, бизнесов и стартаперов.

Интересно то, что в 2013 году ЮНЕСКО не только назвал креативную экономику одним из наиболее быстрорастущих секторов мировой экономики, но и обратил внимание на то, что инвестиции в культуру и креативный сектор способствуют общему повышению качества и удовлетворенности жизнью, стабилизации сложных общественных систем [Creative economy report 2013 Special Edition. Creative industries, 2013], а на сегодняшний день из федерального бюджета страны регулярно выделяются средства на поддержку и развитие культуры, в то время как различные бизнес-сообщества могут выступать в качестве инвесторов и спонсоров, предоставлять свои знания и опыт для развития проектов.

Также необходимо учитывать особенности культурного контекста региона. Креативные кластеры должны соответствовать местным традициям и потребностям аудитории. Например, в некоторых регионах может быть большой спрос на творческие проекты, связанные с традиционными ремеслами или народными промыслами, а в других, наоборот, будут более популярными современные тенденции и постепенный отход от культурного «классицизма». Вот почему можно говорить о том, что креативные кластеры могут способствовать развитию туризма и привлечению инвестиций в регионы. Туристы с интересом посещают места, где создаются новые произведения искусства, где можно пообщаться с творческими людьми, посетить выставки и фестивали и познакомиться с местными традициями и культурой. Это создает новые возможности для развития местных экономик и повышает престиж региона. Туризм благотворно влияет на развитие городской среды и инфраструктуры, а сами посетители неосознанно расширяют культурную среду городов, в которых находятся креативные кластеры, тем самым привнося новые черты в современную культуру.

Например, Пространство «Хлебзавод» в Москве стало популярным местом для туристов, которые интересуются современным искусством и творчеством. На официальном сайте креативного пространства написано, что каждый год на Хлебзаводе проходит более 300 мероприятий. Все площадки свободно трансформируются под любые задачи и форматы. У каждой свои возможности, архитектура и характер, что позволяет проводить различные мероприятия, выставки современного искусства, которые способствуют развитию современной культуры. [Официальный сайт Пространства «Хлебзавод», www]

Также необходимо учитывать экономические аспекты развития креативных кластеров. Они должны быть экономически устойчивыми и прибыльными, чтобы привлекать инвесторов и спонсоров. Для этого необходимо разрабатывать эффективные бизнес-модели и стратегии маркетинга. В них организуются мастер-классы, лекции, выставки, фестивали и конкурсы, в

рамках которых творческие люди могут раскрыть свой потенциал и обменяться опытом с другими участниками. Это помогает мотивировать людей на новые идеи, находить новых партнеров и инвесторов, расширять свои знания и опыт в разных областях искусства и культуры. Если проект не хочет брать деньги на развитие у государства или спонсоров, тогда ему необходимо искать новые источники средств, например, через коммерциализацию пространства, открытие кафе, ресторанов или мастерских.

Анастасия Юхина в своей работе ссылается на работы и исследования ученых Дж. Дови и Э. Пратта, которые акцентируют внимание на том, что кластер – это инструмент промышленной политики. Совместно размещенные предприятия создают совокупность ценностей и повышают производительность. Культурный или творческий кластер аналогичен промышленному, где сетевые и пространственные элементы создают экосистему, где прослеживается взаимозависимость между разнообразием видов деятельности, культурными мероприятиями внутри и вне помещений [Юхина, 2021]

Креативные кластеры могут быть созданы в разных форматах и на разных уровнях – от маленьких групп людей, собравшихся для обмена идеями, до крупных кластеров, объединяющих несколько отраслей культуры и искусства. Они могут быть организованы как в городах, так и в сельской местности, и быть ориентированы как на местный, так и на международный уровень. Это позволяет современной культуре развиваться не только в рамках городов-миллионников и больших городских агломераций, но также и в отдаленных регионах страны, тем самым расширяя и обогащая современную культуру.

Заключение

В заключение можно сказать, что креативные кластеры являются важным элементом современной культуры. Они создают условия для роста творческого потенциала и развития культурного туризма. Однако без поддержки и финансирования они не смогут полностью раскрыть свой потенциал. Поэтому государство и бизнес должны придать этому вопросу большое значение и вкладывать в креативные кластеры средства, чтобы обеспечить их успешное развитие и процветание. Кластеры являются важным инструментом для развития современной культуры и экономики и создают благоприятные условия для творческих отраслей, стимулируют развитие инноваций и экономический рост. Самыми важными рекомендациями для создания креативных кластеров является то, что они должны существовать при поддержке государства и частных организаций для их дальнейшего развития и процветания, должны быть всесторонне развитыми и привлекать людей из разных регионов страны и даже из-за рубежа, которые будут сотрудничать, обмениваться опытом и актуальными знаниями, что поможет развитию современной культуры. Важно помнить, что развитие креативных кластеров – это долгосрочный процесс, требующий тщательного планирования и поддержки со стороны государства и бизнес-сообщества.

Библиография

1. Официальный сайт креативного пространства «ARTPLAY». URL: <https://www.artplay.ru>.
2. Официальный сайт креативной экосистемы «Флакон». URL: <http://flacon.ru>.
3. Официальный сайт Пространства «Хлебзавод». URL: <https://hlebozavod9.ru>.
4. Хакимова Е.Р. Креативный кластер как элемент креативного потенциала территории // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 34.
5. Юхина А.А. Концептуальные основы креативного кластера // Научные исследования и инновации. 2021. № 10.

6. Creative economy report 2013 Special Edition. Creative industries. UNESCO, 2013.
7. Porter M. Clusters and the new economics of competition // Harvard Business Review. 1998. C. 77-90.
8. Foord J. Strategies for creative industries: an international review //Creative industries journal. – 2009. – T. 1. – №. 2. – C. 91-113.
9. Chapain C. et al. Creative clusters and innovation //Putting creativity on the map. London: NESTA. – 2010.
10. Bagwell S. Creative clusters and city growth //Creative Industries Journal. – 2008. – T. 1. – №. 1. – C. 31-46.

The significance of creative clusters for the development of urban environment and contemporary culture: conclusions and recommendations

Mariya V. Ostrikova

Postgraduate Student,
Moscow State Institute of Culture,
141406, 7 Bibliotechnaya str., Khimki, Russian Federation;
e-mail: masha@mosconsv.ru

Abstract

Nowadays culture is one of the most important spheres of social life. Culture can serve not only as a way of self-expression and self-assertion, but also as a means of economic growth. Creative clusters are one of the most effective instruments of culture development. This article will analyze what role they play in the development of modern culture and regional economy. The article highlights the tasks that are being solved within creative clusters including the creation of conditions for growth of creative potential and development of cultural tourism as well as discusses the issues of financing and support of creative clusters by government and business.

For citation

Ostrikova M.V. (2023) Znachimost' kreativnykh klasterov dlya razvitiya gorodskoi sredy i sovremennoi kul'tury: vyvody i rekomendatsii [The significance of creative clusters for the development of urban environment and contemporary culture: conclusions and recommendations]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (3A-4A), pp. 73-78. DOI: 10.34670/AR.2023.38.29.008

Keywords

Creative clusters, modern culture, cultural development, urban environment.

References

1. Creative economy report 2013 Special Edition. Creative industries. UNESCO, (2013).
2. Khakimova E.R. (2013) Kreativnyi klaster kak element kreativnogo potentsiala territorii [Creative cluster as an element of the territory's creative potential]. Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk [Topical issues of economic sciences], 34.
3. Ofitsial'nyi sait kreativnogo prostranstva «ARTPLAY» [Official website of the creative space "ARTPLAY"]. Available at: <https://www.artplay.ru> [Accessed 12/03/2023].
4. Ofitsial'nyi sait kreativnoi ekosistemy «Flakon» [Official website of the Flacon creative ecosystem]. Available at: <http://flacon.ru> [Accessed 12/03/2023].
5. Ofitsial'nyi sait Prostranstva «Khlebzavod» [Official site of the Khlebzavod Space]. Available at: <https://hlebozavod9.ru> [Accessed 17/03/2023].

6. Porter M. (1998) Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, pp. 77-90.
7. Yukhina A.A. (2021) Kontseptual'nye osnovy kreativnogo klastera [Conceptual foundations of the creative cluster]. *Nauchnye issledovaniya i innovatsii* [Scientific research and innovations], 10.
8. Foord, J. (2009). Strategies for creative industries: an international review. *Creative industries journal*, 1(2), 91-113.
9. Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., MacNeill, S., & Mateos-Garcia, J. (2010). *Creative clusters and innovation. Putting creativity on the map*. London: NESTA.
10. Bagwell, S. (2008). Creative clusters and city growth. *Creative Industries Journal*, 1(1), 31-46.