

Костева К.А., студ. гр. 402 ФК и СКД
БГУ культуры и искусств
Научный руководитель – Рябушкина И.А.,
преподаватель

АРТ-КЛАСТЕРЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

В современном постиндустриальном обществе наблюдается активное развитие креативных индустрий, которые объединяют деятельность в сфере музыки, исполнительских и изобразительных искусств, ремесел, галерейного, издательского дела, кино, рекламы, дизайна, моды, архитектуры, Интернет и компьютерных технологий, культурного туризма. Департаментом культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании в 1998 году было сформулировано определение: «Креативные индустрии – это 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»[1]. Творческие индустрии, соединяя бизнес и культуру, составляют основу креативной экономики. Это понятие было введено журналом Business Week в 2002 году. Сегодня эта концепция в экономике является инновационной и знаменует закономерный переход от индустриального к постиндустриальному обществу. Креативная экономика рассматривается в современном обществе как перспективное направление развития территорий. Одной из форм развития является создание арт-кластеров. Это средство для позитивных изменений в культурной, экономической и в социальной сферах общества.

Актуальность изучения данного вопроса заключается в том, что Беларусь, имея множество неиспользованных площадей и дефицит выставочных и презентационных пространств, может использовать эти ресурсы, чтобы войти в эпоху креативной экономики. А для этого необходимо ознакомление властей,

чиновников и широких масс населения с особенностями арт-кластеров. Вопрос же о творческих кластерах в условиях Беларуси вовсе не освещён с научной точки зрения. А это тем более важно в период глобального экономического кризиса. Как отметила создатель московского агентства «Творческие индустрии» Е.Зеленцова, «нынешний кризис вне всякого сомнения спровоцировал огромный интерес к нашей деятельности, стало очевидно: невозможно следовать дальше привычным, устоявшимся экономическим моделям, нужно искать что-то новое»[2].

«Арт-кластер - это добровольная форма самоорганизации творческих объединений и физических лиц, представителей бизнеса, общественных организаций, основанная на подписании соглашений о взаимодействии без объединения вкладов участников и специального учреждения юридического лица».[3]. Особенностью творческих кластеров является наличие творчески ориентированного бизнеса и зоны, открытой для свободного посещения, где создана инфраструктура для творческого риска, эксперимента, самовыражения и коммуникаций людей креативных профессий. На площадях бывших цехов, подвалов и складов образуются выставочные залы, художественные галереи и мастерские, дизайн-студии, арт-кафе, рестораны, рекламные агентства, музыкальные клубы и продюсерские компании, книжные магазины и бутики. Пространство таких кластеров используется для всевозможных культурных мероприятий: мастер-классов, лекций, презентаций, концертов, благотворительных и рекламных акций, просмотров авторского кино, а также таких, которые не осуществимы в стенах других культурных учреждений: масштабные инсталляции, перформансы, эксперименты современного танца. В состав кластера входят, помимо креативных индустрий, структуры связанные с организацией оценки и экспонирования творческой продукции и услуг, поставкой и производством материального и технологического обеспечения.

Подобные культурные центры возникли в крупнейших городах Европы и Америки, когда к 70-м годам XX века промышленные пространства, заводы и фабрики в результате реформирования производства начали терять свою значимость и перестали использоваться. Культурные индустрии выступили спасительным антикризисным средством. Деятели искусства увидели в промышленных интерьерах особую эстетику и новое практическое применение. Привлекательны эти помещения стали благодаря масштабам, многофункциональности и возможности свободно соединить в одном месте галерею, концертную площадку, кинозал и т. д. Так стали появляться культурные центры, объединяющие вокруг себя разнообразную творческую аудиторию. Самыми масштабными и известными примерами являются Нью-Йоркский квартал Сохо и немецкая Рурская область, а также [Spinnerei](#) в Лейпциге, [Lowenbrau](#) в Цюрихе, [Kunst-Werke](#) в Берлине, [Chelsea](#) в Нью-Йорке, [Tate Modern](#) и Truman Brewery в Лондоне, [Fargfabriken](#) в Стокгольме. Вовлечение культуры и творческих ресурсов в программы городского развития преобразило облик европейских городов.

В России поддержку творческих индустрий осуществляют с помощью Европейской комиссии: с начала 2000-х годов в Санкт-Петербурге создано агентство по развитию творческих индустрий, в Москве - Институт культурной политики, агентство «Творческие индустрии». Россия только начинает путь перемен, однако здесь уже есть центры, во многом похожие на западные арт-кластеры: «Винзавод», «Проект_ФабРика», галерея [Арт-стрелка](#), «Гараж», дизайн-завод [«Флакон»](#) в Москве, «Сквот непокоренных» и «Этажи» в Петербурге. Создаются и развиваются новые культурные площадки, пытающиеся совмещать творчество и коммерцию в Красноярске, Самаре, Петрозаводске, Екатеринбурге. Но в России данные проекты существуют в нестабильном положении. При появлении возможности иного коммерческого использования арт-кластеры могут быть вытеснены с занятых территорий.

Такие процессы неизбежны, пока широкая общественность и чиновники не убедятся в экономической, социальной и культурной значимости для города арт-кластеров. Главное отличие русского опыта от западного - в инвестициях и поддержке со стороны государства. На Западе подобные центры часто существуют за счет грантов и при активной позиции государства, так как оно делает ставку в экономическом развитии региона именно на креативную отрасль. Такой подход преобразует регионы с умирающей промышленностью в места привлекательные для жительства и туризма, увеличивается стоимость других бизнесов территории.

В Беларуси пока единственным примером малого арт-кластера может с 2009 года служить галерея «Ў». Она совмещает в себе галерею, книжный магазин, кафе, проводит различные семинары, просмотры фильмов и т.д.

Таким образом, города, нацеленные на развитие, сегодня делают ставку на творчество. Мировой опыт показывает, что кластеры, развившиеся в заброшенных промышленных объектах, со временем делаются престижными коммуникативными центрами городов, известными и популярными у широкой публики, меняется облик всего квартала, привлекая туристов и повышая цену недвижимости. Города, основой существования которых стали творческие индустрии, чаще занимают лидирующие позиции и становятся культурными столицами. Новые культурные площадки - это ещё и сохранение промышленного наследия. С их помощью промышленные объекты становятся доступными, открытыми и привлекательными для большого количества людей, избежав кардинального слома. Однако для развития арт-кластеров требуется не только частная инициатива, но и поддержка со стороны государства, включение их в национальные культурные программы. Успех стратегии развития бывших городских промзон - во взаимодействии местной администрации, крупного и мелкого бизнеса, специалистов в области творческой индустрии и местных жителей с активной позицией.

Литература:

1. Creative Industries Agency [Электронный ресурс] / Е.Зеленцова // На пути к творческой экономике. – 2010. - Режим доступа: http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/creative_industries_way.

2. Наука и технологии РФ [Электронный ресурс] / Е.Укусова // Время креатива. – 2009. – Режим доступа: http://www.strf.ru/organization.aspx?CatalogId=221&d_no=23943.

Арт-кластер Одессы [Электронный ресурс] / Манифест арт-кластера Одессы. – 2009. – Режим доступа: <http://www.artcluster.com/2009/09/05/manifest>.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ