

3. *Игнатович, Ф. И. Ж. Э. Жилибер и Гродненская медицинская академия (к 270-летию со дня рождения) / Ф. И. Игнатович // Журнал Гродненского гос. мед. ун-та. – 2011. – № 2. – С. 85–90.*

4. Научные школы [Электронный ресурс] // Институт плодоводства «Белсад». – Режим доступа: <http://www.belsad.by/site/ru/science/69.html/>. – Дата доступа: 07.10.2020.

## **КРЕАТИВНЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК СУБЪЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА**

*И. Л. Смаргович,*

*доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности  
Белорусского государственного университета культуры и искусств*

В последнее десятилетие в сфере культуры особенно актуальными становятся процессы ее модернизации. Сфера культуры, сохраняя традиционный вектор, должна стать также пространством инноваций и фактором развития инновационной экономики. Одной из инновационных областей функционирования современной социально-культурной сферы становится творческая индустрия.

Творческая индустрия в современной теории и практике функционирования социально-культурной сферы понимается как область деятельности, включающая в себя производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры и досуга, сопряженные секторы и потребительские целевые аудитории. Творческая индустрия как новый вид предпринимательской активности в сфере культуры объединяет предприятия и предпринимателей, их продукция несет в себе потенциал создания добавочной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации творческой, интеллектуальной собственности. В сфере творческих индустрий работают, как правило, малые и средние предприятия, производящие культурные, интеллектуально-творческие продукты и услуги.

Среди основных исследователей данной проблематики можно отметить западных и российских социологов, культурологов, философов: Дж. Хокинс, Э. Пратт, Р. Флорида, Ч. Лэндри, Ф. Бьянчини, Е. Зеленцова, Н. Гладких, Т. Н. Суминова,

Д. Э. Мильков, М. Б. Гнедовский, А. А. Васецкий, С. Э. Зуев, Е. Р. Хакимова, А. Гончарик, И. А. Стеклова, Н. Г. Федотова, Л. Ю. Кузовникова, А. Н. Сапрыкина. Необходимо сказать, что белорусские исследователи также достаточно активно изучают этот вопрос: культурологи и философы характеризуют данное явление и раскрывают его особенности (И. Я. Мацевич, И. Л. Смаргович и др.).

Креативная экономика и творческие индустрии стали одним из приоритетных механизмов развития современных городов и регионов, материально-пространственным выражением которых являются, в частности, креативные пространства и креативные кластеры. В Беларуси пока только зарождаются такие сообщества, но появление подобных предпринимательских формирований свидетельствует о том, что движение будет расти и активно влиять на развитие творческой городской и региональной среды.

С середины 90-х годов XX в. в странах постсоветского пространства активно развивается предпринимательская деятельность, в том числе в сфере культуры, искусства и досуга. Согласно первому Закону о предпринимательстве в Республике Беларусь, принятому в 1991 г., предпринимательство понимается как самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия) [1]. С тех пор начали свое активное функционирование частные организации культуры, искусства, досуга – частные музеи, театры, галереи, продюсерские центры, концертно-гастрольные агентства, развлекательные центры, модельные агентства, игровые студии, рекламные и туристические фирмы, ивент-агентства, музыкальные и танцевальные студии и школы, арт-пространства и креативные кластеры.

Инновационные креативные организации – креативные (творческие) кластеры – это сообщества творчески ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории. Творческий кластер – группа взаимосвязанных фирм, предприятий, центров, сосредоточенных на од-

ной территории и работающих в сфере производства творческого и интеллектуального продукта/услуги. Творческие кластеры представляют собой комплексы творческих мастерских по изготовлению художественной продукции (сувениров, кукол, изделий декоративно-прикладного искусства), это издательские центры, образовательные центры и студии, дизайнерские и рекламные фирмы, галерейно-выставочные пространства и т. п. Важнейшей характеристикой творческих кластеров является сочетание творчества и бизнеса, которое в итоге способствует производству и сбыту культурных продуктов и услуг.

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 друг другу 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» [3, с. 650].

Креативные/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 и региональной среды и поддержка предпринимательских инициатив в области культуры и искусства.

Развитие креативных кластеров обусловлено в первую очередь тем, что в 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, невостребованность 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 гг. были созданы программы развития творческих индустрий, которые обеспечили новый приток капитала, новую структуру занятости и сформировали новые источники доходов» [2]. В заброшенных помещениях бывших заводов и фабрик стали формироваться креативные кластеры – особые места, несколько предприятий, фирм, мастерских, офисов, объединенных в общем пространстве и занятых в секторе творческих индустрий. Важнейшей характеристикой творческих кластеров является сочетание творчества и бизнеса, которое в итоге способствует производству культурных продуктов и услуг. На территориях закрывшихся промышленных предприятий начали открываться креативные пространства и центры, на базе которых работают арт-галереи, книжные и сувенирные магазинчики, арт-кафе, творческие школы и студии, проводятся различные культурные, образовательные и досуговые мероприятия, реализуются проекты и программы.

Появление и развитие креативных пространств и кластеров вызваны меняющимися социальными и экономическими условиями жизни горожан, расширением информационного пространства, быстро растущими культурными и досуговыми потребностями, возможностями культурного предпринимательства, формированием креативной индустрии, мировой культурно-досуговой индустрией и внеинституциональными формами культурно-досуговой деятельности, а также тем, что городская культурно-досуговая инфраструктура не всегда может в полной мере удовлетворить запросы людей (особенно молодежи). Перечисленные факторы требовали новых креативных кластеров. Быстрое развитие творческих кластеров и пространств обусловлено также ростом их влияния на культурные процессы городов и регионов, культурную перспективу и подкреплено их экономическим потенциалом.

Таким образом, функционирование креативных кластеров способствует развитию городской инфраструктуры, культурного предпринимательства, увеличивает занятость населения, создает условия для реализации творческой активности людей и поднимает уровень городской культуры.

Креативный кластер как бизнес-проект концентрирует материальные, организационные, инфраструктурные, кадровые

ресурсы социокультурной сферы, образования и создает принципиально новую, привлекательную культурную среду. Организации, действующие в пределах кластера, сохраняют свое функциональное назначение. Кластер позволяет максимизировать экономический эффект, повысить прибыль, улучшить качество жизни на определенной территории.

Социально-экономические выгоды деятельности креативного кластера – это: создание новых рабочих мест, увеличение налоговых поступлений в бюджет, формирование или повышение положительного имиджа региона, развитие социальной инфраструктуры и др.

Необходимо заметить, что креативные кластеры, конечно, имеют свою специфику, поэтому требуются специальные разработки и правовые документы для их создания и работы.

Примеры успешного опыта европейских городов по претворению в жизнь теории творческих индустрий свидетельствуют о том, что воплощение подобных идей реально и в Беларуси, но с учетом национально-культурных и социально-экономических особенностей. В нашей стране существует богатый творческий потенциал, но креативному слою населения не хватает инфраструктуры для самореализации, предпринимательского опыта и осознания необходимости кооперации.

Представляется, что развитие компаний, центров и организаций в области творческих индустрий – творческих кластеров – способно придать новый импульс дальнейшему развитию белорусской культуры и разнообразить ее модель, представлять новые рабочие места для предприимчивых специалистов, упрочить репутацию страны как современного европейского культурного центра. Все это открывает новые возможности для экономического и культурного роста, повышает конкурентоспособность Республики Беларусь в современных условиях.

---

1. О предпринимательстве в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 28 мая 1991 г. № 813-ХІІ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://belzakon.net/Законодательство/Закон\\_РБ/199/2123](https://belzakon.net/Законодательство/Закон_РБ/199/2123). – Дата доступа: 27.07.2020.

2. Зеленцова, Е. Творческие индустрии. Теории и практики / Е. Зеленцова, Н. Гладких. – М. : Классика-XXI, 2010. – 240 с.

3. 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.

## **КУЛЬТУРАЛАГІЧНАЯ АДУКАЦЫЯ Ў БЕЛАРУСІ: СТАНАЎЛЕННЕ І РАЗВІЦЦЁ**

*А. І. Смолік,*

*доктар культуралогіі, прафесар,  
загадчык кафедры культуралогіі*

*Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў*

Фарміраванне належнага прафесійнага майстэрства спецыяліста з'яўляецца важнейшай умовай эфектыўнага выканання сацыяльна-культурнымі інстытутамі сваіх грамадска значных функцый, асновы якіх вызначаны ў Канцэпцыі аптымізацыі зместу, структуры і аб'ёму сацыяльна-гуманітарных дысцыплін ва ўстановах вышэйшай адукацыі [12]. У сучасных умовах сістэма вышэйшай адукацыі, як падкрэсліў Прэзідэнт Рэспублікі Беларусь А. Г. Лукашэнка, павінна хутка, мабільна, гнутка рэагаваць на змены ў грамадстве і патрабаванні часу. Адначасова адукацыя мусіць забяспечваць і сённяшнія патрэбы, адпавядаць тым задачам, тым пасадам, якія існуюць у сучаснай сацыякультурнай сітуацыі. Яна вымушана захоўваць адносную стабільнасць адукацыйнай структуры на доўгую перспектыву і быць гнуткай у вызначэнні аб'ёму інфармацыі, ведаў, уменняў, навыкаў і тэхналогій, якія забяспечваюць якаснае выкананне службовых абавязкаў [13].

Гэта, як нам падаецца, абумоўлена шырынёй, шматварыянтнасцю і поліаспектнасцю самога феномена культуры. Глыбокае і ўсебаковае асэнсаванне ролі культуры ў перыяд мадэрнізацыі беларускага грамадства сведчыць аб тым, што сацыяльна-культурная дзейнасць аб'ектыўна становіцца ўмовай удасканалення сацыяльнай рэчаіснасці, важнай формай самавыяўлення, самарэалізацыі асобы. Асэнсаванне ролі культуры як стратэгічнага рэсурсу дзяржавы выклікала неабходнасць культуралагічнай адукацыі не толькі ў гуманітарных ВНУ. На мяжы