

УДК 338.24:008

МАРКЕТИНГ КУЛЬТУРЫ: ТЕЗИСЫ О КУЛЬТУРНЫХ КЛАСТЕРАХ

К.М. Алмакучков

Показано, что сегодня кластерные технологии являются одним из способов оптимизации управления сферой культуры. Выявлены особенности формирования этих кластеров и дано описание прото-кластеров Кыргызстана.

Ключевые слова: кластер; культурный кластер; протокластеры.

Сложившаяся в Кыргызстане модель управления сферой культуры исчерпала свои возможности, что проявляется в трудностях внутриведомственной и межведомственной координации, слабостью взаимодействия и согласованности интересов государственных и негосударственных институтов, обеспеченности ресурсами.

Одним из способов оптимизации управления социальной сферой являются кластерные технологии, что подтверждается как теоретическими исследованиями, так и практикой управления рядом отраслей социальной сферы, таими как здравоохранение [1, с. 105–113] и образование [2, с. 531–541]. Однако еще достаточно не исследован вопрос о влиянии пространственной организации деятельности на темпы и качество экономического развития. Почему-то на одних территориях и при схожей форме пространственной организации (компактность, ресурсная корзина, инфраструктура) развитие идет бурно, а в других происходит стагнация и распад хозяйственных связей.

Кластер в социальной сфере [3] определяется “как совокупность локально сконцентрированных взаимосвязанных органов управления, организаций и учреждений социальной сферы различных форм собственности, объединенных общими интересами, отношениями сотрудничества и конкуренции, взаимодействующих в рамках единой информационно-коммуникационной среды, реализующих совместные проекты и программы, направленные на улучшение качества и доступности социально значимых услуг”.

В отраслях социальной сферы основу кластеров составляют сетевые взаимоотношения между организациями [3]. Сетевые структуры и технологии рассматриваются в настоящее время как способ преодоления организационного и управленческого кризиса и могут быть использованы

в государственном управлении “как совокупность разнообразных сетей, объединенных общей стратегией” [4, с. 3–20].

Анализ опыта использования успешных культурных кластеров показывает, что компактность и синергетический эффект оправдывают себя не только в промышленности, торговле и туризме, но и в сфере культуры. Однако практика существования культурных кластеров пока еще не подкреплена теоретической проработкой. Трудно признать обоснованным подход, когда культурный кластер признается как простое скопление мест для творчества и презентации его результатов на одной территории; когда культурная деятельность сосредоточена в специально отведенных для нее местах, а носителями ее выступают только деятели культуры.

По мнению П. Щедровицкого, кластер есть центр компетенции [5], который дает экономический эффект потому, что есть возможность разделения труда и где компактность – это не проблема логистики, а проблема межличностной коммуникации.

При всем многообразии факторов, влияющих на формирование кластеров, все же основным является фактор локализации, привязка кластерного образования к конкретным географическим координатам. *Место* является главным организующим компонентом, переняв функции, выполнявшиеся ранее организациями: “именно географическое местоположение представляет организационную матрицу для сочетания людей и рабочих мест” [6, с. 21].

Культура намного шире, нежели совокупность предметов, и применительно к культуре понятие кластера должно быть трансформировано. “Базовым принципом, силой, управляющей этими сдвигами, является *креативность*” [6, с. 19]. Различные формы креативности, обычно воспринимаемые как самостоятельные – техническое творчество (изоб-

речение), экономическая креативность (предпринимательство), художественное и культурное творчество – в действительности тесно взаимосвязаны [6, с. 48]. Задача состоит в том, чтобы создавать творческую среду, из которой и будут вырастать творческие предприниматели.

Российский исследователь культуры В.С. Жидков пишет, что “вся культура территориальная, она рождается и функционирует на конкретной земле” [7, с. 154]. Джон Ло (*John Law*) уточняет, что место “как объект – существует одновременно и в географическом пространстве, и в пространстве отношений” [8], которое называет “сетевым” или “синтаксическим”. Французский социолог Оливье Монжен (*Olivier Mongin*) идет еще дальше: “это места, к которым нужно получить доступ” [8], т. е. имеются точки входа и выхода. При этом приходится сочетать одновременно несколько экономических укладов и решать сразу ряд сложных задач: институционализации и окультуривания пространства.

Для выявления кластера может быть применен метод “ближайших соседей” [9]: этим методом вычисляется отношение среднего расстояния между каждыми двумя точками к предполагаемому среднему кратчайшему расстоянию в абсолютно случайном пространственном распределении. Если границы географической целостности слабо выражены, то метод применить сложно. Так, учреждения культуры кластера Жиль Бенжижи (*Gilles Benguigui*) в Тель-Авиве, на первый взгляд [9], расположены хаотично. Анализ диспозиции данного кластера методом “ближайших соседей” позволил обнаружить в Тель-Авиве, во-первых, кластеризацию культурных учреждений, а во-вторых, выявил наличие нескольких отдельных кластеров, отличающихся по характеристикам и подтвержденных исследованием аудитории посетителей. Таким образом, внешне случайная, разбросанная по Тель-Авиву совокупность учреждений обнаруживает собственные закономерности, обусловленные не механическим сосредоточением в одном месте, а историей формирования и связями с организацией жизни города.

Таким образом, кластерное образование имеет все признаки *института* как единицы организационного взаимодействия, в котором “базовым принципом, силой, управляющей этими сдвигами, является *креативность*” [6, с. 19]. Различные формы креативности, обычно воспринимаемые как самостоятельные – техническое творчество (изобретение), экономическая креативность (предпринимательство), художественное и культурное творчество, – в действительности тесно взаимосвязаны [6, с. 48]. Управленческой целью становится трансформация эпизодического взаимодействия в долго-

срочные отношения в формате *информационного кластера* [10]. Здесь речь идет о создании организационной системы порождения корпоративной культуры, о развитии взаимодействия, переходе от конкуренции к осознанию необходимости кооперации субъектов рынка, в том числе групп интересов.

На основе проведенных исследований В.Э. Гордин предлагает следующую классификацию культурных кластеров [11]:

- кластеры культурного наследия: формируются вокруг аутентичных памятников истории, культуры, архитектуры;
- этнокультурные кластеры: построенные на отражении культурной специфики и идентичности регионов и народов, локализация в местах компактного проживания;
- творческие кластеры: развиваются по принципам, присущим творческим индустриям; арт-инкубаторы.

В специальной литературе рассматриваются следующие варианты развития кластера [12, с. 26–43]:

- “с нуля”, когда в месте его локализации ранее не существовал предшественник;
- за счет модификации или развития уже существующего кластера;
- трансформация рыночных связей в сторону более устойчивых отношений между компаниями.

В культурном кластере творчество не всегда может сохранить границы автономности. В сфере культуры существуют ограничители для развития рыночных отношений [13, с. 40]: длительное созревание < таланта >; простои в работе. В то же время в процессе творчества возможны ситуации, когда способность художника опережает эстетическое сознание современников-потребителей, а отсутствие у потребителей достоверной информации о свойствах услуги (продукта) не позволяет им оценить талант и сделать выбор. Таким образом, рынок может влиять на творчество не менее разрушительно, чем система цензуры и административного принуждения.

Для Кыргызстана целесообразно говорить об *активации* уже имеющихся культурных образований (систем), которые можно рассматривать как протокластеры или базу формирования будущих полноценных культурных кластеров:

- *географически локализованное пространство (место)*: столица г. Бишкек: необходимо выявить наличие кластеризации культурных учреждений и наличие отдельных кластеров; город, как объект, существует одновременно и в географическом пространстве, и в пространстве

отношений [8]; стоит очень сложная, но важная задача “в чем суть отношений, делающих город городом” [8];

- *смысловое пространство (феномен культуры)*: священная гора Сулейман-Тоо (Трон Соломона) в г. Ош включена в Список мирового культурного наследия ЮНЕСКО: это тот случай, когда место религиозного паломничества может выполнять роль культурного ядра, а культурный кластер будет “нанизываться” на культурные коды” [9] и выполнять функцию “узла отношений, выходящих далеко за ее территориальные границы” [8]; нам нужно наполнить его новым содержанием, иначе всё подлинное будет приписано прошлому;
- *включенность в процессы (арт-инкубатор)*: государственное предприятие «Национальное объединение народных художественных промыслов “Кыял”» при Фонде по управлению государственным имуществом при правительстве Кыргызской Республики [14]; миссия арт-инкубатора – способствовать творческой самореализации и оказывать помощь творческим личностям начать бизнес с наименьшими издержками и наибольшей эффективностью;
- *сетевое взаимодействие (ассоциации)*: Центральноазиатская Ассоциация поддержки ремесленничества / Central Asian Craft Support Association (CACSA): культурный кластер, основанный на использовании существующего потенциала ремесленников, для которых включенность в кластер имеет самостоятельную *ценность*; общественное пространство, “за которым стоит форма общности” [8]; *место*, “к которому нужно получить доступ” [8]; в момент создания CACSA состояла из нескольких энтузиастов ремесленного движения региона; к 2009 г. CACSA охватывала своей деятельностью более 5000 ремесленников, объединенных в 76 членских организаций из 6 стран: Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан и Монголию.

В порядке обсуждения нами предлагается дополнить данный перечень протокластеров культуры системой кинопроката, когда кинотеатры (клубы) в 47 районных центрах республики могут выполнять функции узловых точек, которые генерируют импульсы развития культуры через систему кинопроката.

Кластер в сфере культуры, по нашему мнению, это единица организационного взаимодействия (институт) потенциальных участников кластера, в основе которого лежат отношения кооперации и специализации, высокий уровень социальной

солидарности между участниками кластера и сетевое взаимодействие, обусловленные взаимосвязанными интересами, постоянными коммуникациями в рамках реализации совместных проектов.

В экспертном сообществе распространена точка зрения, согласно которой образование кластеров является естественным процессом, и вмешательство государства бесполезно и даже слишком затратно, так как кластеры могут вызревать десятилетиями и поглощать бюджетные средства. Единственное, что может и что должно делать государство, это формировать благоприятные условия для самостоятельного возникновения кластеров. Институционализация кластеров должна сопровождаться регламентацией порядка формирования и функционирования кластеров, основных форм взаимоотношений и взаимодействий между их участниками.

Практика показывает, что государство вполне может быть конструктивным в сфере создания новых отраслей, к примеру, при создании творческих кластеров в экономике [15]. В этой связи важны не только вопрос принципиального участия или не участия государства (и даже не масштаб такого участия), а те сферы, в которых государству целесообразно проявлять свою активность, и необходимые инструменты управления. Таким образом, государство, исполняя роль посредника, помогает уменьшить информационную асимметрию и, соответственно, снизить транзакционные издержки путем формирования площадок для взаимодействия, выступая в некоторых случаях гарантом исполнения обязательств, принимая на себя часть рисков, участвуя непосредственно в проектах, формулируя и уточняя правила игры и пр.

Литература

1. Банин А.С. Совершенствование методов управления учреждениями здравоохранения в России / А.С. Банин, Л.С. Гринкевич // Вестник Томского госуд. ун-та. 2006. № 2.
2. Соколова К.С. Использование кластерного подхода в целях повышения конкурентоспособности системы образования: сравнительный анализ международного опыта / К.С. Соколова // Современные исследования социальных проблем. 2010. № 4.1(04).
3. Шаповал Ж.А. Проблемы адаптации системы управления социальной сферой региона к применению кластерной технологии / Ж.А. Шаповал // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5.
4. Сурин А.В. Сетевые организационно-управленческие технологии: конъюнктура или требование времени? / А.В. Сурин // Вестник

5. *Щедровицкий П.* Кластер: от деревни кузнецов до Силиконовой долины / П. Щедровицкий. <http://polit.ru/article/2012/12/10/cluster/>
6. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. М.: Классика – XXI. 2005.
7. *Жидков В.С.* Культурная политика России / В.С. Жидков, К.Б. Соколов. М.: Академический проект, 2001. 592 с.
8. Город в меняющемся мире. Стенограмма публичной дискуссии с участием французского социального мыслителя О. Монжена. <http://polit.ru/article/2012/10/29/urban/>
9. *Личутин А.В.* Экология культуры. 2008. № 2 (45); *Скоробогатых И.И.* Маркетинг отношений в сетевом взаимодействии акторов индустрии товаров класса “люкс” (теория, методология, практика): автореф. дис. ... д-ра экон. наук. / И.И. Скоробогатых. М., 2011.
10. *Гордин В.Э.* Культурные кластеры и развитие туризма в дестинации / В.Э. Гордин, М.В. Матеевская. <http://www-ресурсы>.
11. *Шаститко А.Е.* Кластеры как дискретная институциональная альтернатива управления транзакциями / А.Е. Шаститко // Балтийский регион. 2009.
12. *Дымникова А.И.* Управление культурой в рыночной экономике / А.И. Дымникова. СПб., 2000. 183 с.
13. Постановление Правительства Кыргызской Республики от 05.03.2004 г. № 135; в редакции Постановлений Правительства КР № 550 от 13.09.2011 и № 134 от 20.02.2012.
14. *Гнедовский М.* Творческие индустрии: политический вызов для России / М. Гнедовский // Отечественные записки. 2005. № 4 (24). <http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1106>, с. 1–2.
15. *Куценко Е.С.* Кластеры в экономике / Е.С. Куценко; РЭА им Г. Плеханова. <http://www.cluster-research.org/redbook.htm>, С. 63.